



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE HOTELERIA Y TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TEMA:

Influencia de la Gastronomía ancestral en el desarrollo turístico de los destinos: El caso de las parroquias rurales de Portoviejo, Calderón y San Plácido

Autora:

María Victoria Mirabá Mendoza

Tutora:

Phd. Estefanía Basurto

Manta / Manabí / Ecuador

Noviembre, 2020

**“INFLUENCIA DE LA GASTRONOMÍA ANCESTRAL EN EL DESARROLLO
TURÍSTICO DE LOS DESTINOS: EL CASO DE LAS PARROQUIAS RURALES DE
PORTOVIEJO, CALDERÓN Y SAN PLÁCIDO”**

Mgs. Luis Reyes Chávez
DECANO

Dra. Mabel Font Aranda
**MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN**

Ing. Ángela Farfán Tigre
**MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN**

Dra. Estefanía Basurto Cedeño
**DOCENTE TUTOR
DE TITULACIÓN**

María Victoria Mirabá Mendoza
GRADUADA

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Hotelería y Turismo de Manta de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante María Victoria Mirabá Mendoza, legalmente matriculado/a en la carrera de Turismo, período académico 2020 (1), cumpliendo el total de 380 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto es “Influencia de la Gastronomía ancestral en el desarrollo turístico de los destinos: El caso de las parroquias rurales de Portoviejo, Calderón y San Plácido”.

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, 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, 24 de septiembre de 2020.

Lo certifico,

Dra. Estefanía Basurto Cedeño PhD

Docente Tutora

Área: Turismo

AUTORÍA

El presente trabajo realizado previo a la obtención del título de Ingeniera de Administración de Empresas Turísticas pertenece exclusivamente a la autora, de tal manera que para uso de este documento se determina ubicar los respectivos créditos.

María Victoria Mirabá Mendoza

135150428-5

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El tribunal evaluador certifica: Que, el trabajo de carrera, titulado “Influencia de la Gastronomía ancestral en el desarrollo turístico de los destinos: El caso de las parroquias rurales de Portoviejo, Calderón y San Plácido”, ha sido realizado y concluido por la señorita María Victoria Mirabá Mendoza; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal. El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo. Para dar testimonio y autenticidad, Firmamos:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Dra. Estefanía Basurto

DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN

María Victoria Mirabá Mendoza

GRADUADA

DEDICATORIA

A mis padres, César Mirabá y Sully Mendoza por ser soportes fundamentales de mi vida, por brindarme su preocupación y apoyo incondicional no solo en lo académico sino a lo largo de mi existencia, éste logro también es de ustedes;

A mi novio, Anthony Párraga por su motivación constante en cada momento de mi carrera universitaria, por confiar en mí y no dejarme decaer.

RECONOCIMIENTO

A Dios por ser mi guía y mi refugio en todo momento, y brindarme la paciencia y sabiduría que necesitaba;

A mis padres, les agradezco el esfuerzo y el sacrificio de ambos para que mis hermanos y yo podamos ser profesionales;

A mi novio, por ayudarme y darme ánimos para culminar con éxito esta etapa de mi vida;

A mis amigos, por los trabajos en equipo y buenos momentos que compartimos;

A mis profesores, agradezco a cada uno de ellos por la oportunidad de brindarme sus conocimientos en el aula de clases.

A mi tutora, Ing. Estefanía Basurto por su paciencia y dedicación durante el desarrollo de este trabajo de investigación.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	9
Abstract.....	10
Capítulo I	11
Introducción.....	11
Definición del problema	14
Preguntas de investigación.....	16
Objetivos	16
Significancia del estudio	17
Contexto.....	18
Delimitación del estudio.....	20
Capítulo II	21
Marco teórico.....	21
El turismo.....	21
Turismo gastronómico.....	24
Desarrollo turístico	26
Cultural-ancestral.....	29
Capítulo III.....	33
Metodología de la investigación	33
Justificación metodológica y análisis del contenido.....	33
Diseño de investigación	33
Variables.....	34
Metodología del componente cuantitativo	35
Metodología del componente cualitativo	35
Capítulo IV	37
Resultados y discusión.....	37
Resultados del estudio cuantitativo.....	37
Resultados del estudio cualitativo.....	43
Discusión	44
Conclusiones	46
Recomendaciones	47

Anexos.....	48
Transcripción de las entrevistas	48
Análisis de tendencias de las entrevistas	94
Herramienta.....	98
Referencias bibliograficas	100

RESUMEN

Gracias a la gran apertura que tiene el turismo, se logra concebir múltiples modalidades dentro del mismo; como es el caso del turismo gastronómico, que atrae a los turistas a determinados lugares, existiendo estrecha relación entre la gastronomía y el turismo, afirmando que la primera ha sido tomada como referencia para crear rutas que realzan la comida típica de una localidad, combinándola con los lugares turísticos que ésta posee. El presente trabajo investigativo se basa en Determinar la influencia de la gastronomía ancestral en el desarrollo turístico de los destinos, tomando como objetos de estudio a 2 parroquias rurales de Portoviejo (Calderón y San Plácido), debido a los grandes recursos naturales, culturales y gastronómicos que ambas poseen, los cuales aún no han sido bien aprovechados por la empresa pública y privada. Para la metodología de investigación se utilizó un diseño mixto convergente con dos componentes; uno cuantitativo, donde se recolectó información de segunda mano con datos que ya existían en la red de internet; y otro cualitativo, donde se procedió con la realización de entrevistas a varios profesionales en turismo y gastronomía. Los resultados obtenidos en base a la investigación fueron positivos ya que en su totalidad concuerdan con la teoría, lo que puede llevar a la toma de decisiones en la elaboración de futuros proyectos resaltando a la gastronomía como principal recurso; y a su vez lograr el crecimiento no solo turístico sino económico y social de las parroquias rurales, haciendo de Calderón y San Plácido territorios atractivos ante la mirada de empresarios que busquen invertir en el desarrollo del turismo rural y gastronómico.

Palabras Claves: Turismo, Gastronomía ancestral, Desarrollo turístico, Zonas rurales, Cultura.

ABSTRACT

Thanks to the great openness of tourism, it is possible to conceive of multiple modalities within it; as is the case of gastronomic tourism, which attracts tourists to certain places, there is close relationship between gastronomy and tourism, stating that the first has been taken as a reference to create routes that enhance the typical food of a locality, combining it with the tourist places that it has. This research work is based on the influence of ancestral gastronomy on the tourist development of the destinations, taking as objects of study 2 rural parishes of Portoviejo (Calderón and San Plácido), due to the great natural, cultural and gastronomic resources that both possess, which have not yet been well used by public and private company. A mixed convergent design with two components was used for the research methodology; a quantitative one, where second-hand information was collected with data that already existed on the internet; and another qualitative one, where interviews were conducted with several professionals in tourism and gastronomy. The results obtained on the basis of research were positive as they are entirely consistent with the theory, which can lead to decision-making in the elaboration of future projects highlighting gastronomy as the main resource; and in turn achieve the growth not only tourism but economic and social of rural parishes, making Calderón and San Plácido attractive territories in the eyes of entrepreneurs looking to invest in the development of rural and gastronomic tourism.

Keywords: Tourism, Ancestral Gastronomy, Tourism Development, Rural Areas, Culture.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

En los inicios del siglo XXI la actividad turística ha contemplado grandes cambios debido a que los viajeros buscan lugares diferentes para encontrar experiencias significativas y auténticas, adoptando nuevas tendencias en la selección de destinos menos masificados y por tanto evidenciando un cambio en su actitudes y necesidades (Cracolici y Nijkamp, 2008).

Las cifras turísticas para Ecuador en 2018 fueron positivas. Según datos de la Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo, el ingreso de extranjeros al país creció un 11% con respecto a 2017, sin considerar el ingreso de pasajeros venezolanos; cuyos viajes pudiesen no estar relacionados con la actividad turística, reflejó un saldo positivo de los ingresos frente a los egresos por 1.332,3 millones de dólares, según los datos obtenidos de la Balanza de Pagos del Banco Central del Ecuador. Además, el turismo aportó a la economía ecuatoriana con 2,392 millones de dólares, posicionándose como la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón (Ministerio de Turismo, 2019).

Gracias a la gran apertura que tiene el turismo, se logra concebir múltiples modalidades dentro del mismo; como es el caso del turismo gastronómico, que atrae a los turistas a determinados lugares, razón por la cual Elías (2008) afirma qué, Los turistas podrían viajar sin visitar un monumento o lugar, pero nunca sin comer; a esto se le añade la necesidad de involucrar nuevas sensaciones durante la visita a una determinada zona o región.

Existe una estrecha relación entre la gastronomía y el turismo, afirmando que la primera ha sido tomada como referencia para crear rutas que realzan la comida típica de una localidad, combinándola con los lugares turísticos que la misma posee.

La comida local y regional podría darle un valor añadido al destino, y contribuir de esta manera, a la competitividad del área geográfica López, Uribe, Muñoz & Ríos (2016); es decir, que la gastronomía además de ser un punto clave en el desarrollo turístico de un destino, es también considerada como patrimonio culinario, gracias a las técnicas y

recursos que se utilizan en la preparación, englobando las tradiciones y la cultura de un lugar.

Según el Ministerio de Turismo, La gastronomía ecuatoriana se ha visto enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas, así como la variedad de especias y productos que existen en el país. Además, la herencia tanto indígena como europea ha cimentado una armonía que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales. A esta combinación tan singular se la ha definido como Comida Criolla (Ministerio de Turismo,2013).

Actualmente, la planificación turística en el Ecuador ha tomado en cuenta al turismo gastronómico para fomentar el desarrollo de los destinos del país, es por esto, que el Ministerio de Turismo ha tomado la iniciativa de crear proyectos que incrementen esta modalidad, y a su vez, promocionar la cultura culinaria.

Cabe destacar que la Provincia de Manabí posee una gastronomía muy variada y exquisita, con una tradición milenaria que se mantiene hasta la actualidad (Gobierno de Manabí, 2019); el maní, el plátano y los mariscos son considerados unos de los productos más utilizados en la cocina manabita y se ven reflejados en los múltiples platos que se pueden preparar con ellos, como, por ejemplo: las empanadas de verde, corviches, tongas, entre otros.

El Gobierno Provincial de Manabí manifiesta qué, el factor básico para el desarrollo de una buena cocina es el conocimiento, y es que el manabita posee una gran destreza al momento de preparar los alimentos, el cocinarlos al calor de la leña hace que la comida tenga un sabor único, capaz de satisfacer los gustos más exigentes de propios y extraños.

En el 2018 el Ministerio de Cultura y Patrimonio y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural reconocen a la Cocina Tradicional Manabita como Patrimonio Inmaterial del Ecuador.

Manabí, impulsa su comida típica, cultura, y demás atractivos turísticos a través de 25 festivales gastronómicos para todo el año, idea que nace en las zonas rurales Espinosa

(2018).; iniciativa que aparece en el 2016 a raíz del terremoto, como oportunidad para reactivar el turismo y junto a éste, la economía; como es el caso del Cantón Portoviejo.

Portoviejo ha sido reconocida por la UNESCO como Ciudad Creativa en Gastronomía UNESCO (2019), gracias a la conservación de sus recetas ancestrales que han permanecido de generación en generación y aprovechando los espacios gastronómicos, como la realización de festivales que cada año se llevan a cabo en distintos sitios del Cantón, tal es el caso de la zona rural, que posee múltiples bondades para ofrecer a quienes deciden realizar el turismo rural y a quienes simplemente buscan alejarse del ruido de la ciudad.

La zona rural de Portoviejo está comprendida por 7 parroquias: Abdón Calderón, Alhajuela, Chirijos, Crucita, Pueblo Nuevo, San Plácido y Riochico; cada una posee características importantes y singulares para que los visitantes disfruten de sus atractivos naturales, culturales y la gastronomía.

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad demostrar la influencia que presenta la gastronomía ancestral en el desarrollo turístico de un destino, tomando el caso de la zona rural de Portoviejo, también como parte importante en la reactivación económica de las comunidades locales.

El turismo gastronómico como modalidad de turismo rural, promueve nuevas actividades económicas para mantener y mejorar las condiciones de vida de la población rural. (Blanco y Riveros, 2004).

1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El turismo gastronómico es una modalidad del turismo que busca satisfacer el interés del visitante por la gastronomía y la cultura culinaria, se considera un importante medio para recuperar la alimentación tradicional y el posicionamiento de los alimentos regionales. Incluye visitas guiadas a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y a la vez promueve el disfrute de una zona geográfica especializada en la producción de alimentos de calidad; en el caso de las parroquias rurales de Portoviejo: (Abdón Calderón, Alhajuela, Chirijos y San Plácido) estas albergan un gran potencial gastronómico y turístico, que ha sido escasamente aprovechado por las autoridades y comunidades locales.

Algunas personas nacidas en las parroquias Calderón, Riochico y San Plácido, decidieron invertir sus ahorros en proyectos turísticos y por tanto buscaron el apoyo de la Municipalidad de Portoviejo. El gobierno local, a través de una ordenanza, implantó una marca que luego alumbró con el nombre de “La Ruta del Encanto”, idea que nace con la finalidad de potenciar el turismo rural del cantón Portoviejo, aprovechando los recursos naturales y culturales existentes en las zonas involucradas en este proyecto como son: Calderón, Alhajuela, Chirijos y San Plácido (La Hora, 2010).

Sin embargo, la descoordinación entre entidades públicas y privadas ha generado que el desarrollo del turismo sea limitado o incipiente en dichas zonas del Cantón, esto sumado a la escasa promoción turística de la denominada Ruta del Encanto, lo que ha ocasionado poca afluencia de visitantes.

De acuerdo con entrevistas realizadas a un grupo de habitantes de las parroquias mencionadas se pudo identificar un alto índice de desconocimiento en cuanto a estrategias para potenciar el desarrollo turístico teniendo en cuenta los recursos naturales y culturales de la zona como los balnearios de agua dulce, cascadas, senderos y su exquisita gastronomía que ha permanecido de generación en generación.

En la zona rural de Portoviejo la afluencia de turistas/visitantes se concentran en fechas específicas (estacionalidad), ya sean cívicas o de otra índole, aprovechando estos

espacios con la realización de ferias gastronómicas, pero dejando el resto del año con una actividad turística muy reducida.

El presente trabajo propone aportar en el progreso de la zona rural de Portoviejo, demostrando como influencia el turismo gastronómico ancestral en el desarrollo de los territorios de Calderón y San Plácido; apuntando a la gastronomía como principal recurso y atractivo.

1.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿De qué manera la gastronomía ancestral influye en el desarrollo turístico de la Parroquia rural, Calderón del Cantón Portoviejo?

¿De qué manera la gastronomía ancestral influye en el desarrollo turístico de la Parroquia rural, San Plácido del Cantón Portoviejo?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la influencia de la gastronomía ancestral en el desarrollo turístico de los destinos. El caso de Calderón y San Plácido.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Demostrar la influencia de la gastronomía ancestral en el desarrollo turístico.
- Reconocer el valor de preservar las tradiciones culinarias de las parroquias rurales: Calderón y San Plácido a través del turismo gastronómico.
- Constatar los resultados metodológicos con la información literaria

1.4. SIGNIFICANCIA DEL ESTUDIO

Según Oliveira (2011), la comida es una parte importante de la cultura, implica unión con el pasado, es un legado de otras civilizaciones, forma parte de la identidad y refleja la vida de las personas.

Gracias al presente trabajo investigativo se podrá evidenciar la importancia del turismo gastronómico como agente impulsador de las comunidades rurales en el desarrollo de las misma y el valor de preservar las tradiciones a través de la gastronomía ancestral, tomando como objetos de estudio a dos de las siete parroquias rurales del Cantón Portoviejo: Calderón y San Plácido, siendo éstas de mayor número poblacional a diferencia de Alajuela y Chirijos según INEC (2010); y con los festivales gastronómicos de mayor relevancia.

Además, que desde 2016 se han organizado festivales gastronómicos creados desde la Municipalidad de Portoviejo junto a la predisposición de los GADs parroquiales y las comunidades involucradas.

Beluzzo (2004) afirma que, la cultura gastronómica revela costumbres alimentarias, productos de la tierra y las tradiciones apuntando a las diferencias de las cocinas regionales expresadas a través de los hábitos alimentarios, las recetas y los sabores locales

La recuperación de la gastronomía tradicional de las zonas rurales y su incorporación a la oferta turística enriquece los destinos turísticos de interior y mantiene vivo el legado cultural. (Vive el Nordeste, 2018).

Por tanto, el presente trabajo aporta de forma significativa al desarrollo de los pueblos brindando resultados cuantitativos/cualitativos y confirmatorios de la importancia de la gastronomía ancestral en el crecimiento turístico de las parroquias bajo estudio.

1.5. CONTEXTO

Para la presente investigación se tomará como referencia a la ciudad de Portoviejo ya que en el 2019 fue declarada por la UNESCO como ciudad creativa en gastronomía, por la permanencia en el tiempo de sus recetas ancestrales.

Por tal motivo es necesario conocer los antecedentes del Cantón Portoviejo; cómo se encuentra dividido político-administrativamente y cuáles son sus actividades económicas.

El capitán Francisco Pacheco, miembro del ejército de Diego de Almagro, fundó Portoviejo el 12 de marzo de 1535. Sellada la independencia del dominio español, el 24 de mayo de 1822, esta tierra pasa a ser Departamento del Sur y a formar parte de la Gran Colombia, fundada por el libertador Simón Bolívar. El 25 de junio de 1824 se creó la Provincia de Manabí y con ella tres cantones manabitas: Portoviejo, Jipijapa y Montecristi.

Portoviejo es la capital provincial y centro de manifestaciones políticas y culturales de Manabí. La cabecera cantonal es conocida como la ciudad de los Reales Tamarindos, porque hubo una época en que se plantaron y crecieron los más frondosos árboles de esta fruta.

El 18 de octubre de 1820, Portoviejo, en cabildo abierto, proclamó su independencia.

Limita al Norte con los cantones Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar, al Sur con el Cantón Santa Ana, al Oeste con el Cantón Montecristi y el Océano Pacífico y al Este con los cantones Pichincha y Santa Ana; con una Latitud de: -1.051560 y una Longitud de: -80.454189 (Gobierno Provincial de Manabí, 2019).

1.5.1. Actividades económicas

La principal actividad es la agricultura, comercio y turismo. Cacao, café, banano, arroz, algodón, recursos pesqueros y minerales. Turísticamente tiene muchos atractivos: playas, monumentos, centros turísticos y espectáculos, que se constituyen en potenciales generadores del turismo. La artesanía es también una manifestación

popular de esta tierra. En Picoazá, por ejemplo, todavía se elaboran sombreros, muebles de madera; en Riochico siguen confeccionándose las hamacas de hilo y en los distintos hogares aún están presentes tradiciones manuales y culinarias, como la confección de manteles bordados y preparación de dulces y otras recetas.

El cantón Portoviejo tiene una extensión de 967 km², Cuenta con una población de 280.029 habitantes; 142.060 mujeres y 137.969 hombres (INEC, 2010).

Portoviejo está conformada por 16 parroquias; 9 urbanas: 12 de marzo, 18 de octubre, Andrés de Vera, Colón, Francisco Pacheco, San Pablo, Simón Bolívar, Picoaza y Portoviejo (cabecera cantonal); y 7 rurales: Abdón Calderón (San Francisco de Asís), Alhajuela (Bajo Grande), Chirijos, Crucita, Pueblo Nuevo, San Plácido, Riochico (Río Chico) (la más antigua).

Calderón cuenta con 18,500 habitantes y San Plácido con 7,687 (INEC, 2010).

Según Mendoza, et al (2017), las parroquias: Calderón y San Plácido cuentan con una vialidad en buen estado que facilita la entrada y salida de las personas ya sea en buses, camiones, autos u otro tipo de transporte, aunque los caminos que llevan hacia ciertas comunidades de las parroquias aún se encuentran en mal estado, además poseen señalética vial pero es evidente la escases de señaléticas turísticas, lo que dificulta el desarrollo de estos destinos ya que desorienta a los visitantes y los hace desconocer sobre los recursos turísticos que allí se encuentran.

Existe insuficiencia de infraestructura turística por lo que impide la permanencia de los turistas, haciendo que éstos entren y salgan de manera rápida del sitio; los que destacan son los restaurantes, pero son pocos los que ofrecen comida típica, por lo que es necesario trabajar en estrategias que puedan resaltar estos destinos por sus atractivos naturales, culturales y gastronómicos (Mendoza, Dumet, Chévez, Valencia, Rodney, García & Blanco, 2017).

El uso que hace el turismo de patrimonio lleva a que la gastronomía adquiera cada vez mayor importancia para promocionar un destino y para captar corrientes turísticas (Schlüter & Ellul, 2008).

1.6. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO

La investigación deberá responder a un ámbito de acción muy específico, es por esto por lo que se tomará como objeto de estudio a la zona rural de Portoviejo, y a su vez, delimitándose en las parroquias Calderón y San Plácido; por lo cual, este trabajo tendrá un inicio en octubre del 2019 y una culminación en noviembre de 2020.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

El presente marco teórico presentará al lector un compendio de información literaria acerca de “La Influencia de la Gastronomía ancestral en el desarrollo de los destinos turísticos” abordando los principales constructos que hacen referencia al tema en mención.

Por tanto, se incluirán los conceptos que giran en torno al turismo, sus modalidades, tipología, actividad gastronómica, el desarrollo turístico permitirá conocer acerca de los enfoques en los que estará basado el presente trabajo investigativo, los cuales son: “Turismo Gastronómico”, “Desarrollo Turístico” y “Parte Ancestral Cultural”; de éstos partirán las demás concepciones que aportarán a la evidencia de la Influencia de la Gastronomía ancestral en el desarrollo de los destinos turísticos.

En el desarrollo del marco teórico se aplicará el método deductivo, es decir yendo de lo general a lo particular, para que el proyecto de investigación vaya tomando una línea sistemática desde la problemática, conceptos, resultados y conclusión.

2.1. El Turismo

La OMT define al turismo como las diversas actividades que realiza cualquier persona natural durante viajes, alojamiento en lugares distintos a su entorno habitual con fines de negocio, ocio, entre otros motivos OMT (2013), ya que éste se ha convertido en una actividad que ha ido aumentando con el pasar de los años, siendo practicada por diferentes grupos sociales quienes por distintas motivaciones salen de su lugar habitual.

Según Guerrero & Ramos (2014), dentro del turismo existen 3 formas:

2.1.1 Turismo interno:

se refiere a visitantes residentes que viajan por fines turísticos dentro del territorio nacional.

2.1.2 Turismo receptor:

es el desplazamiento de visitantes no residentes en territorio nacional.

2.1.3 Turismo emisor:

aquellos visitantes residentes que viajan fuera del territorio nacional.

Para Guerrero y Ramos (2014) un turista es aquel visitante que pernocta por lo menos una noche en un lugar que no es su residencia. es decir que son personas que buscan tener nuevas experiencias saliendo de su zona de confort y cuyas motivaciones pueden ser por estudio, ocio, negocios, salud, entre otras razones.

Las tendencias del turismo en el siglo XXI radican fundamentalmente en los cambios en los productos turísticos tradicionales y en la aparición de nuevos tipos de turismo Jiménez & Jiménez (2013); esto gracias a la constante evolución del sector turístico, donde cada vez aumentan las necesidades de las personas por satisfacer sus intereses, generando un gran oportunidad en las empresas para actualizarse de acuerdo a las diferentes tipologías del turismo y tener varias alternativas para la segmentación del mercado.

Según Ibáñez & Rodríguez (2012), la actividad turística se clasifica de acuerdo con el componente espacial, temporal o incluso de acuerdo con el propósito del viaje. Cada modalidad turística engloba un grupo amplio de actividades. A continuación, se describen estas dos grandes modalidades turísticas:

2.1.4 Turismo tradicional:

Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan, son según la Organización Mundial de Turismo OMT (2005), la visita a playas y grandes destinos turísticos o bien a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades.

2.1.5 Turismo alternativo:

Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales,

indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Presupone que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local. Esta modalidad de turismo está conformada por actividades que en su nombre indican su característica principal: turismo cultural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cinegético, entre otros.

El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico (OMT, 2019).

El turismo rural es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos Ibáñez & Rodríguez (2012); por lo que llega a complementar las actividades económicas tradicionales permitiendo el intercambio positivo entre visitantes y locales.

Dentro del turismo rural, el agroturismo es una actividad en la que el turista busca vincularse con las labores del campo Ibáñez & Rodríguez (2012); significando esto, una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza, aun cuando pueda tratarse de espacios sometidos a procesos productivos intensos, además le permite conocer los rasgos de una actividad relacionada, paseos a pie, en bicicleta o en animales de carga, o atestiguar y degustar alimentos producidos en el lugar.

Ibáñez & Rodríguez (2012) afirman que, el ecoturismo es un nuevo movimiento conservacionista, basado en la industria turística, ya que se plantea como viajes turísticos responsables que conservan el entorno y ayudan al bienestar de la comunidad local, promoviendo así, la educación y esparcimiento mediante la observación y estudio de los valores del lugar; destacando actividades como: el senderismo, la observación sideral, el rescate de flora y fauna, observación de ecosistemas, entre otros atractivos naturales.

2.2. Turismo Gastronómico

La gastronomía constituye un conjunto de conocimientos y prácticas que hacen parte del arte culinario recetas, ingredientes, métodos y su evolución histórica, la gastronomía también implica la creación de platos de comida en los que interviene diversos factores como el gusto, la vista, el olfato, el tacto con los que se compara la comida de distintos lugares, los valores nutricionales de cada ingrediente y la posibilidad de combinación de estos. La gastronomía representa un gran potencial para la oferta turística de un país porque en ella influyen tradiciones y costumbres que se han perpetuado y reproducido por algunos de los habitantes adquiriendo un patrimonio cultural llamativo e integrable para los turistas (Sánchez & Curiel, 2015).

La gastronomía ancestral es una práctica culinaria unión de sabores e ingredientes naturales como también la aplicación de procesos antiguos transmitidos de generación en generación en el que se identifica un pueblo o región; la unión de sabores e ingredientes que se transmiten de generación en generación, de madres e hijas logró el reconocimiento al mestizaje de sabores de una gastronomía ancestral, milenaria con una enorme cantidad de ingredientes autóctonos y que se mantiene vigente (Lainez, 2015).

Asimismo, conforme al 2do foro Mundial de turismo gastronómico de la Organización Mundial del Turismo OMT (2016), este tipo de turismo se crea como una herramienta fundamental para la promoción de una gran variedad de recursos.

Gracias al reconocimiento de la gastronomía como atractivo de un destino surge una modalidad en el sector turístico conocida como turismo gastronómico, que se lo puede definir como aquellos viajes que tienen como foco fundamental la gastronomía local del destino o, al menos, constituyen una parte importante del mismo Richards (2002); por el valor cultural que tiene y representa a una comunidad, ofreciendo al turista sensaciones a través del paladar; así como Torres & De La Fuente (2010), manifiestan que la memoria gustativa tradicional enlaza la práctica culinaria actual de las familias con su pasado, con una cocina de origen rural.

El turismo gastronómico ancestral, es una forma de adentrarse en los sabores y tendencias culturales alimenticias de diferentes lugares, siendo este el principal objetivo. La gastronomía es un factor que engloba el turismo y es a su vez una parte fundamental en el desarrollo de los ejes económicos de una nación, es por ello por lo que a través del tiempo se ha convertido en un motor clave del progreso económico a nivel mundial. (OMT, 2015).

Por lo tanto, Torres (2013), explica que el producto gastronómico es un conjunto de bienes, servicios y experiencias gastronómicas, sean éstos tangibles o intangibles, que se ofrecen con el fin de satisfacer las expectativas de manera prioritaria y asimismo complementa el motivo del desplazamiento del turista.

En lo que concierne al destino gastronómico, Torres, (2013) lo señala como la variedad de recursos gastronómicos que permiten generar la atracción necesaria para inducir al visitante a realizar el desplazamiento de un lugar a otro que no sea dentro de su mismo entorno. Cada destino por visitar tiene un grado de turistas y visitantes lo suficientemente alto, y gracias a esto se obtiene una fluidez económica y en muchos casos buenos superávits.

Asimismo, MISTURA (2011), estipula que a los sitios donde se reúnen personas para deleitarse de los platos típicos que los expositores ofrecen en ella, se denominan ferias gastronómicas; éstas, no solo permiten saborear diferentes clases de comida, sino que también dan la oportunidad de observar la manera de prepararlos, de saber cuáles son sus ingredientes y de esta manera tener una noción o conocimiento para prepararlo en otro lugar.

Este tipo de ferias suele realizarse en diferentes provincias, cantones o países a nivel nacional o internacional, promoviendo la cultura gastronómica que cada localidad posee. Además, este tipo de eventos permiten que se logre promocionar todo tipo de platos típicos realizados por expertos o personas que se dediquen a este tipo de área (Borja, 2018).

Una Ruta Gastronómica es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina

regional, expresiones de la identidad cultural Barrera (1999). Según Garufi (1998), en el marco de las políticas de apoyo al Turismo Rural y a las Rutas Alimentarias la mayoría de los países procuran promover su patrimonio gastronómico; generalmente, las acciones en este sentido son desarrolladas en forma conjunta por el sector público y privado y aunque el financiamiento es mixto, la mayoría del capital es aportado por el Estado.

Barrera, (2003) distingue 3 tipos de rutas alimentarias:

- *Rutas gastronómicas por productos*: Se trata de rutas organizadas sobre la base de un determinado producto: vinos, quesos, etc.
- *Rutas gastronómicas por plato*: Se trata de una organización cuyo sustento más importante es el plato preparado. Es decir, que la cocina constituye el hilo conductor de la organización.
- *Rutas étnico-gastronómicas*: Si bien podrían formar parte de las rutas por plato, el componente de emprendimientos basados en la tradición culinaria de los pueblos originarios y de los inmigrantes que se asentaron en diferentes partes del país.

Siguiendo el informe de la OMT (2012), el turista gastronómico está pendiente de las nuevas tendencias del consumo cultural, para interactuar con ellas y con la autenticidad de los lugares que visita a través de la gastronomía. Generalmente al arte culinario se lo valoriza como medio de socialización, como espacio de convivencia, y como intercambio de experiencias. Mientras que Borja, (2018) señala que es aquella persona que se desplaza de su lugar de residencia hacia otro, con la finalidad de disfrutar de los productos, servicios y experiencias gastronómicas que posee el establecimiento visitado.

2.3. Desarrollo turístico

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos

asociados, tales como “la creación de empleos o la generación de ingresos” (Pearce, 1991:14).

Se cree que el desarrollo turístico lo deben hacer los gobiernos y autoridades locales, pero si lo que se quiere conseguir es un verdadero desarrollo turístico local es imprescindible el empoderamiento de toda la comunidad receptora, donde todos velen por el bienestar común, y la atención al visitante. (Oleas & Gonzáles, 2018).

Así mismo Uchida (2018) opina qué, los gobiernos nacional y local deben jugar un rol decidido en el fortalecimiento de la capacidad turística. Sin este apoyo al desarrollo de la actividad turística sería imposible emprender la estrategia, por lo que es imprescindible contar con la firme decisión de una voluntad política para invertir en la actividad turística; además menciona que la competencia del municipio radica en gestionar y poder financiar las capacidades administrativas que incentiven a los inversores y los turistas a acercarse a los recursos y productos turísticos locales.

El desarrollo local y el turismo son a la vez estrategias de desarrollo que están en función del potencial territorial y de la riqueza natural, cultural y social que representa una estrategia diferente para el desarrollo. (Uchida Silva, K. N. 2018).

Según Butler (1989) un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos/servicios, y comprende 6 etapas: exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento, y declive o rejuvenecimiento. Aunque es importante aclarar que no todos los destinos pasan por todas las etapas, esto dependerá de la naturaleza con que se desarrollen.

2.3.1. Etapa 1: Exploración:

Donde aparece en el destino un pequeño grupo de visitantes que se interesan por el lugar y que generalmente son atraídos por lo exótico que representa, por sus particularidades naturales y culturales, y por la falta precisamente de infraestructuras, de institucionalización de la actividad. El entorno físico y social se ve alterado de manera limitada por la aparición de estos primeros visitantes.

2.3.2. Etapa 2: Implicación:

Comienzan las iniciativas locales y conjuntan esfuerzos para desarrollar la planta turística del destino, además de comenzar la promoción de este, lo que trae como consecuencia que el número de visitantes crezca y este crecimiento empiece a ser regular. Aparece en esta etapa la estacionalidad del fenómeno y se desarrolla un área de mercado alrededor del centro del destino. Aparecen emprendedores locales, lo que aumenta su promoción, y a lo que las administraciones públicas se ven incitadas a proveer nuevas infraestructuras, básicamente relacionadas con el transporte.

2.3.3. Etapa 3: Desarrollo:

El número de visitantes empieza a crecer progresivamente motivados entre otras cosas por la promoción que se le ha hecho al destino. El negocio turístico empieza a pasar en muchas ocasiones de la gente local a las compañías extranjeras, produciéndose cambios significativos en el control de determinados segmentos del sector, sobre todo en los vinculados al alojamiento.

2.3.4. Etapa 4: Consolidación:

La tasa de crecimiento de los visitantes comienza a ser lenta (aunque ascendente) y el destino comienza a sufrir desgaste en su infraestructura. El número de visitantes comienza a ser mayor que el de los residentes. El destino es ahora perfectamente identificable como una economía que vive del turismo, lo que produce un distanciamiento con respecto al entorno geográfico y cultural que lo definía inicialmente. Los esfuerzos se encaminan en aumentar el periodo de estancia del turista en el destino, procurar un mayor gasto per cápita, así como desestacionalizar la temporada turística.

2.3.5. Etapa 5: Estancamiento:

El límite en cuanto a llegadas de visitantes se ha alcanzado, ya no puede ser superado, y el destino deja de estar de moda. Se busca consolidar un tipo de turismo más “conservador” o “alternativo” y empieza a utilizarse parte de la infraestructura turística en otro tipo de negocios. El destino empieza a tener más problemas sociales,

medioambientales y económicos. Los problemas para mantener los antiguos niveles de ocupación son cada vez mayores y el desarrollo económico se produce en los bordes del destino.

2.3.6. Etapa 6: Declive o Rejuvenecimiento:

Si no se efectúa una importante reorientación de la actividad turística del destino, se entrará en la etapa de “declive”, en la que el destino no podrá competir con otros, lo que producirá una baja en la llegada de visitantes; también se puede producir un exceso en la capacidad de carga del destino. Comenzarán a aparecer los visitantes de fin de semana o excursionistas, la infraestructura se utilizará en asuntos ajenos a la actividad turística, lo que será menos atractivo para los turistas, y algunos hoteles pueden convertirse en casas o residencias de particulares.

Otro escenario en esta etapa es el “rejuvenecimiento”, donde mediante un trabajo conjunto entre organizaciones públicas y privadas, cambien por completo las características de atracción del destino, intentando dirigir los esfuerzos a un mercado específico de turistas, que tengan interés en el destino: jóvenes que busquen el contacto con la naturaleza, adultos mayores, familias con hijos, turistas con alto poder adquisitivo, entre otros (Garay, 2007).

Como nueva tendencia para el desarrollo turístico local se encuentra el concepto de “ciudadanos activos” Bologna (2014) como todos aquellos sujetos que de manera aislada o en asociación, son activos en el cuidado y la regeneración del *urban commons*, es decir, el cuidado y la preservación de bienes tangibles e intangibles que son reconocidos por ser funcionales al bien común (Bologna, 2014).

2.4. Cultural-Ancestral

La cultura abarca distintas formas y expresiones de una sociedad determinada, Porto (2008), esto es gracias a las costumbres, las prácticas, la manera de ser, el tipo de vestimenta y sobre todo las normas de comportamientos en un lugar específico.

Molano (2017), define que el concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como

costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior.

Si bien la relación patrimonio cultural y turismo ofrece la posibilidad de una enorme gama de investigaciones, se puede considerar que el patrimonio cultural es dinámico, que va cambiando cada día, y abarca lo que se preserva en los museos y todo aquello que se recrea en cada canción, cada fiesta, cada pieza de artesanía y cada plato de comida Schlüter (2003).; es decir que se consolida por la gente que habita una comunidad y se da a través de un proceso constante de construcción de su identidad que, recibiendo tradiciones particulares de las generaciones pasadas, se pone en acto en función de su situación presente.

La UNESCO en 2006 define el patrimonio cultural intangible como el conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica, es decir, comprende las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición, además estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación compartida que incluyen las tradiciones orales, las costumbres, las lenguas, la música, los bailes, rituales, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura.

La cocina tradicional es uno de los principales elementos identificadores y diferenciadores del turismo rural y es, por sí mismo, un atractivo turístico (Sola, 2003).

Santos (2005) afirma que las cocinas locales, regionales, nacionales e internacionales son productos del mestizaje cultural que hace que las cocinas revelen vestigios de los intercambios culturales. Según Tellstrom, Gustafsson & Mossberg (2005) y Mason & Paggiaro (2009) la comida determina una relación entre el patrimonio cultural y los productos de determinada localidad; y para Beer (2008) hace que muchos individuos se involucren en esta cadena de valor como minoristas de alimentos, restauranteros y mercados de agricultores, que intentan definir efectivamente el término 'local'.

La gastronomía típica puede ser comprendida como una combinación de los saberes y sabores que forman (o formaron) parte de los hábitos alimentarios de una localidad dentro de un proceso histórico-cultural en relación directa con las tradiciones y herencias u orígenes de una determinada región y las personas que allí habitaban (Muller & Fialho, 2011).

Schlüter (2003), considera que plato típico de una determinada localidad o área, es aquel alimento elaborado en su mayoría con materia prima de la región en que se produce o de la zona en que se inserta, o bien, aquel plato que por herencia ha pasado de generación en generación, mantiene intacto su modo de elaboración, es representativo de las costumbres y constituye el patrimonio intangible de los habitantes de una localidad

Los platos ancestrales muestran una continua recreación y desarrollo, pues se van transformando al paso del tiempo, al cambio de técnicas, al mestizaje culinario o a la adopción de nuevas formas de comer, resignificando la culinaria de cada país, (Rielg, (1997); con esto se motiva a la preservación del patrimonio gastronómico, ya que se les va otorgando nuevos valores a los sabores percibidos por el gusto y traducidos de modo directo al sentimiento, encerrando parte de la historia de una comunidad y reflejando en él la identidad de los comensales convirtiéndose en fuente de placer estético, histórico y patrimonial.

En lo que concierne a la relación patrimonio-gastronomía, esta última es parte del patrimonio intangible de una comunidad, ya que, si bien es cierto, el ser humano no come solo para cubrir la necesidad básica de alimentarse, sino que lo hace como parte de un ritual, que implica el arte de preparar, comer y servir la comida Schlüter (2003); es por esto que en la actualidad, la gastronomía ha ido ganando terreno en ser considerada un arte que proviene de cada uno de los pueblos y lleva consigo toda su naturaleza cultural; por lo tanto, sería inapropiado no pensarla como parte del patrimonio cultural intangible de una comunidad

El patrimonio gastronómico se preserva a través de una concienciación del valor histórico de los platillos, y gracias a la readaptación de las preparaciones a la contemporaneidad conjuntando sabores del pasado e impresiones del presente López,

Castillo & Rodríguez (2016); es decir, que, gracias a los conocimientos ancestrales y la práctica de las presentes generaciones, se puede conservar y mantener las tradiciones del arte culinario.

Así mismo existe el patrimonio enogastronómico que Contreras & Thomé, (2018) lo entienden como aquellas manifestaciones gastronómicas asociadas a la producción y consumo de vino, y que incluye los sistemas agroalimentarios, determinadas técnicas agrícolas, microambientes y formas de valorización de productos locales

El conocimiento de los orígenes gastronómicos posibilita el rescate de ritos y rituales, de preparaciones y comestibles, inherentes a la cultura local, posibilitando la continuidad de las tradiciones y valorando diferencias en un mundo globalizado donde crece cada vez más el interés por la gastronomía tradicional Azevedo (2010: 92); por tal motivo, se conoce que las cocinas regionales son grandes motivadoras e inspiradoras de la creación artística y la tematización de los restaurantes ya que constituye un valor agregado y puede ser provechosa si los involucrados tienen conocimiento de las tradiciones locales y del significado de los elementos culturales que las componen.

La conversión del territorio en un paisaje culinario es uno de los retos de los destinos turísticos OMT (2012); ya que es considerado como el eje importante de la oferta gastronómica, por lo que es un elemento de diferenciación de identidad local y así mismo, engloba valores ambientales y paisajísticos, la historia, la cultura, las tradiciones, el campo, el mar y la cocina propia del lugar.

Los individuos tienen sus propias memorias, hábitos alimentarios, preferencias culinarias e identificaciones sobre "comida casera", y estos atributos están íntimamente relacionados con sus interacciones con la familia, amigos y vecinos Chen (2008); por lo que, una vez plasmados como tradiciones alimentarias que pueden ser divulgados ampliamente en una sociedad y transmitidos de generación en generación, los hábitos alimentarios o convenciones son transformados en memoria cultural; es decir que se conecta con el pasado.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Justificación metodológica y análisis del contenido

El presente trabajo adopta el paradigma pragmatista que busca dar solución a una problemática real haciendo uso de las técnicas del positivismo y del constructivismo. De esta manera presenta un diseño mixto convergente con dos componentes (uno cuantitativo y otro cualitativo) con sus propios métodos para el levantamiento y procesamiento de la información.

El componente cuantitativo hace uso de datos existentes o de segunda mano que han sido procesados utilizando estadística descriptiva, mientras que el componente cualitativo utiliza la técnica de entrevistas y análisis de contenido.

Para poder realizar un análisis de contenido en la investigación es necesario conocer su significado, por tal motivo, Bernete en (2013) afirma, que un análisis de contenido se utiliza para estudiar cualquier tipo de documento en el que esté transcrito algún relato, relativo a cualquier objeto de referencia; es una metodología sistemática y objetiva porque utiliza procedimientos y variables que responden a diseños de investigación y criterios de análisis, por esta razón permite realizar estudios comparativos entre diversas fuentes.

Por tal razón en el presente trabajo investigativo se tendrá como metodología la realización de entrevistas, lo que significa que tendrá un paradigma interpretativo, ya que como Cohen & Manion (1990) indican que se comparten significados entre individuos incluyendo al investigador/a estableciendo una comunicación bidireccional, donde los propios individuos construyen la acción interpretando y valorando la realidad en su conjunto de modo analítico-descriptivo.

3.2. Diseño de Investigación

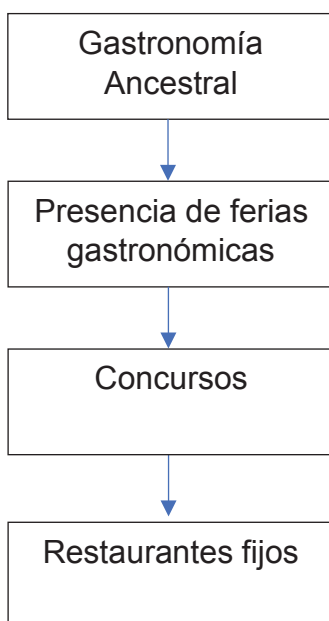
Para el presente diseño de investigación se tomarán en cuenta dos (2) componentes convergentes, uno cuantitativo y el otro cualitativo:

El primero se va a concentrar en el levantamiento de información de segunda mano para medir el constructo (gastronomía); cuantas ferias gastronómicas se han realizado, el número de restaurantes existentes y el número de concursos sobre gastronomía.

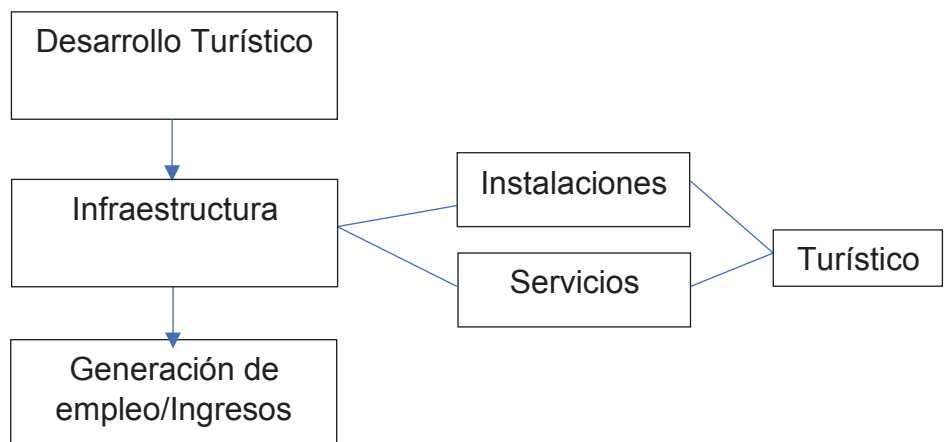
El segundo de naturaleza cualitativa será levantamiento de primera mano, a través de entrevistas, aplicadas a profesionales del sector turístico y gastronómico.

3.3. variables

3.3.1. Independiente



3.3.2. Dependiente



El proyecto de investigación tendrá como variable independiente a la “gastronomía ancestral” y esta será medida a través del número de ferias gastronómicas realizadas en las parroquias, el número de concursos o campeonatos gastronómicos y cuántos restaurantes fijos se han ejecutado en las parroquias objeto de estudio (Calderón y San Plácido) que expenden gastronomía típica de cada localidad; por otro lado el “desarrollo turístico” representará a la variable dependiente y para que éste sea efectivo se necesita de infraestructura turística, como hoteles, restaurantes, servicios básicos, transporte, entre otros; y así se generará empleos y a su vez ingresos económicos.

3.4. Metodología del componente cuantitativo

La recolección de información del componente cuantitativo fue de segunda mano, es decir, datos existentes en la red de internet; los cuales se mostrarán a través de estadísticas descriptivas.

Desde la página oficial del Gobierno Municipal de Portoviejo se pudo verificar el número de festivales y concursos gastronómicos realizados en las parroquias rurales de Portoviejo y así mismo los ingresos del 2019 que se obtuvieron por la actividad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido.

Además, gracias a una investigación titulada “Diagnóstico Turístico de las parroquias rurales del Cantón Portoviejo”, realizada por un grupo de profesionales en 2017, se pudo identificar la infraestructura turística (restaurantes, alojamiento, servicios básicos, centros de recreación) que poseen las parroquias objeto de estudio.

Finalmente, se pudo conocer los ingresos percibidos por los festivales gastronómicos de los años 2017 y 2018, gracias a un artículo sobre la reactivación económica tras el sismo del 16 de abril, el cual tiene como estrategia principal la realización de los festivales gastronómicos en las parroquias rurales de Portoviejo.

3.5. Metodología del componente cualitativo

La información recopilada en este componente cualitativo fue de primera mano, a través de 10 entrevistas realizadas a profesionales del sector turístico/gastronómico; utilizando la técnica de “bola de nieve” gracias a un experto de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, quien me recomendó a través de nominaciones 3 nombres significativos con sus respectivos contactos telefónicos, que han tenido trascendencia en la provincia de Manabí en el tema turístico-gastronómico, y ellos a su vez me refirieron a otras personas, generándose así la técnica antes mencionada.

Para la selección de participantes se tomó en cuenta 3 criterios; (1) que tuvieran varios años de experiencia en el sector turístico, (2) varios años de experiencia en el sector gastronómico y (3) conocimiento sobre la actividad turístico-gastronómica de las parroquias Calderón y San Plácido; entre los participantes se encontraban directores y

coordinadores de turismo, chefs en gastronomía nacional y docentes tanto de turismo como de gastronomía, los mismos que fueron contactados a través de la red social “WhatsApp” coordinando las entrevistas vía Zoom, las cuales tuvieron una duración en promedio de 45 a 60 minutos; después la información procesada fue transcrita y luego se realizó un análisis de contenido post-hoc, lo que quiere decir que una vez levantada la información se analizaron los temas recurrentes utilizando un marco de contenido post-hoc como el que se presentará en los anexos al igual que la transcripción.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultado del estudio Cuantitativo

En el segmento cuantitativo se operacionalizaron las variables (1) Gastronomía Ancestral y (2) Desarrollo turístico.

4.1.1 Gastronomía Ancestral

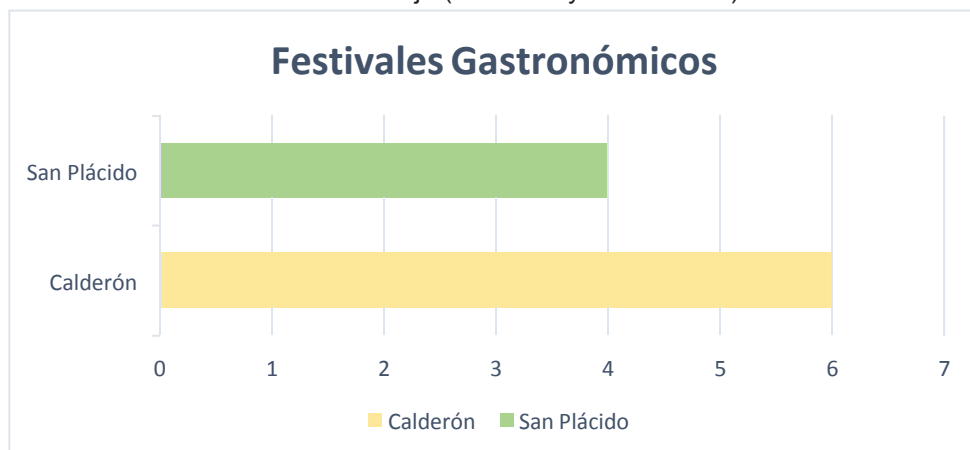
CALDERÓN Y SAN PLÁCIDO				
Componente	Tipo de Información	Recolección de información y datos	Fecha	Tipo de Análisis
Levantamiento de Información Cuantitativa. (Variable Independiente)	Segunda mano, existente.	Número de festivales gastronómicos	Mayo-Junio	Estadísticas descriptivas.

4.1.1.1. ¿Cuántos festivales gastronómicos se han realizado en Calderón y San Plácido?

Calderón	6
San Plácido	4

Gráfico 1

Número de Ferias o festivales gastronómicos realizados en las parroquias rurales de Portoviejo (Calderón y San Plácido)



Con base a lo investigado desde la página oficial del Gobierno Municipal de Portoviejo referente al número de festivales gastronómicos de las parroquias rurales de Portoviejo como Calderón y San Plácido se pudo observar que la primera registró 6 años consecutivos realizando este tipo de actividad gastronómica, representando el 60%; sin embargo San Plácido registró el 40% entre ambas parroquias, equivalentes a 4 años; ya que Calderón comenzó sus festivales desde el 2014 y San Plácido desde el 2016 post-terremoto como propuesta de reactivación económica.

CALDERÓN Y SAN PLÁCIDO				
Componente	Tipo de Información	Recolección de información y datos	Fecha	Tipo de Análisis
Levantamiento de Información Cuantitativa. (Variable Independiente)	Segunda mano, existente.	Número de concursos o campeonatos gastronómicos.	Mayo-Junio	Estadísticas descriptivas.

¿Cuántos campeonatos o concursos gastronómicos se han realizado en Calderón y San Plácido?

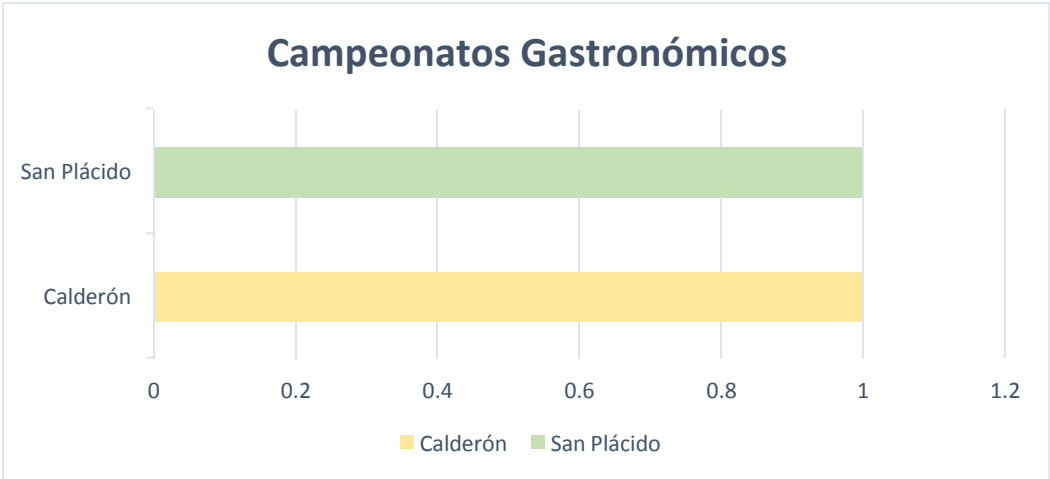
Calderón	1
San Plácido	1

Gráfico 2

4.1.1.2.

C

Número de campeonatos o concursos gastronómicos realizados en Calderón y San Plácido



La

Cecilia Cárdenas, Directora de Turismo del Gad Municipal de Portoviejo, manifestó que los campeonatos gastronómicos tuvieron inicio en el 2019 como una actividad extra dentro de los festivales gastronómicos, con el tema “Copa culinaria”; por tal motivo ambas parroquias llevan realizando este evento 1 vez en el año; así mismo acotó que en el 2020 se seguiría realizando la actividad, pero por tema de pandemia no sería posible.

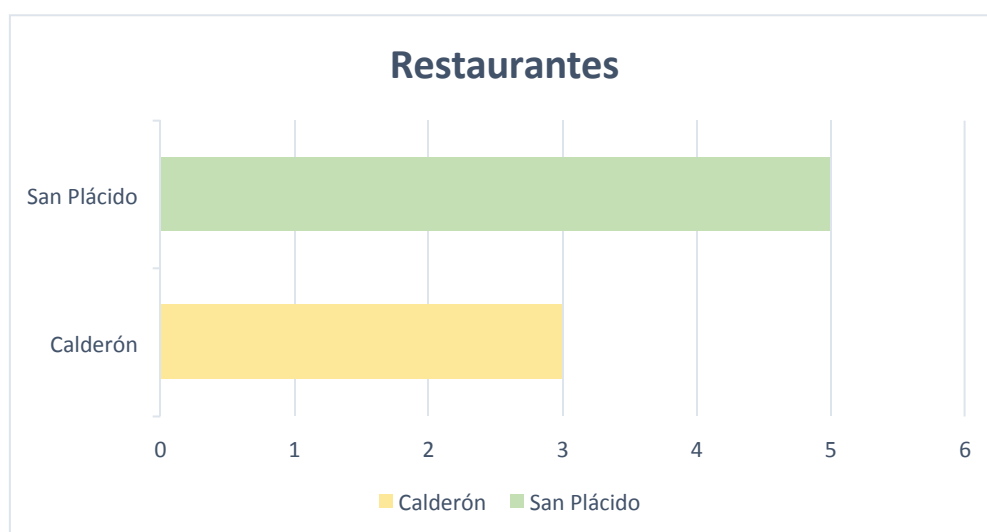
CALDERÓN Y SAN PLÁCIDO				
Componente	Tipo de Información	Recolección de información y datos	Fecha	Tipo de Análisis
Levantamiento de Información Cuantitativa. (Variable Independiente)	Segunda mano, existente.	Número de restaurantes fijos.	Mayo-Junio	Estadísticas descriptivas.

4.1.1.3. Cuántos restaurantes de comida típica existen en Calderón y San Plácido?

Calderón	3
San Plácido	5

Gráfico 3

Restaurantes fijos que expenden comida típica de cada localidad



Para determinar el número de restaurantes que expenden comida típica de cada localidad objeto de estudio, se pudo constatar la información a través de una publicación sobre el “Diagnóstico Turístico de las parroquias rurales del Cantón Portoviejo”, realizada en 2017 por un grupo de profesionales; teniendo como resultado un total de 8 restaurantes entre ambas parroquias, donde 5 pertenecen a San Plácido y la diferencia (3) le corresponden a Calderón; cabe mencionar que en dichas parroquias existen otros restaurantes que expenden variedad de comida, pero en este caso la metodología se enfoca en los platos representativos o típicos de cada comunidad; como lo son la morcilla, longaniza y los platos derivados de la gallina criolla: la tonga, seco o caldo.

4.1.2. Desarrollo Turístico

CALDERÓN Y SAN PLÁCIDO				
Componente	Tipo de Información	Recolección de información y datos	Fecha	Tipo de Análisis
Levantamiento de Información Cuantitativa. (Variable Dependiente)	Segunda mano, existente.	Número de infraestructura turística.	Mayo-Junio	Estadísticas descriptivas.

4.1.2.1. ¿Cuál es el número de infraestructura turística que poseen Calderón y San Plácido?

Calderón

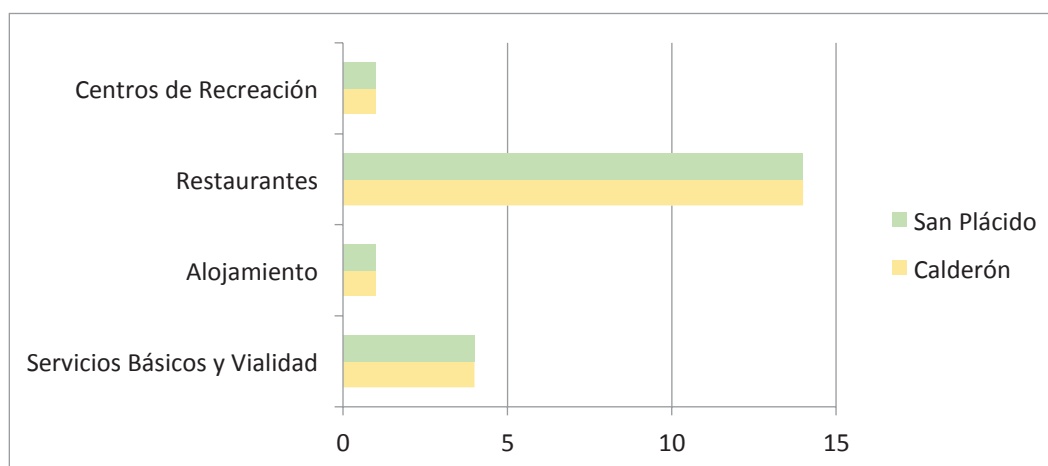
19

San Plácido

18

Gráfico 1

Número de Infraestructura turística



Según el Diagnóstico Turístico de las parroquias rurales del Cantón Portoviejo, 2017; se pudo constatar que ambas comunidades presentan servicios básicos (agua, energía eléctrica, telecomunicación) y sistema vial; en tema de alojamiento las 2 localidades presentan 1 que a su vez son centros de recreación: en Calderón el Complejo Turístico

y hospedaje “Neverland” y en San Plácido la hacienda “Las Delicias” donde se puede practicar el eco y agro turismo; así mismo se encontraron registrados 14 establecimientos de restauración en cada parroquia.

CALDERÓN Y SAN PLÁCIDO				
Componente	Tipo de Información	Recolección de información y datos	Fecha	Tipo de Análisis
Levantamiento de Información Cuantitativa. (Variable Dependiente)	Segunda mano, existente.	Ingresos económicos.	Mayo-Junio	Estadísticas descriptivas.

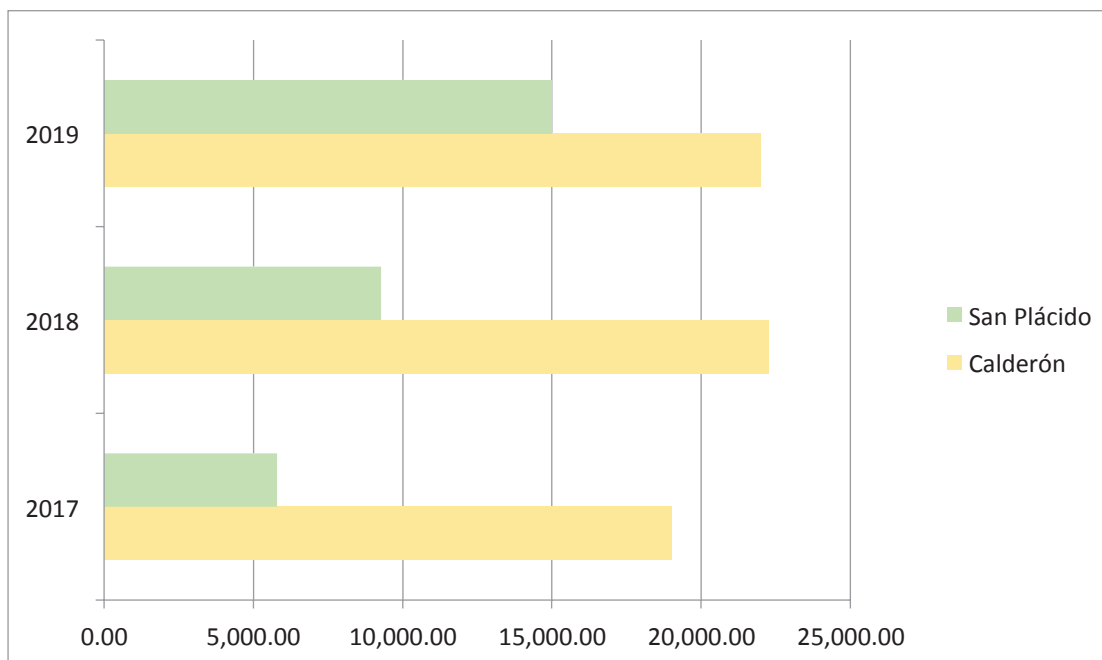
4.1.2.2. Cuánto es el ingreso económico que perciben Calderón y San Plácido debido a la gastronomía?

Calderón 63.246,85

San Plácido 30.067,50

Gráfico 2

Ingresos percibidos durante los años 2017-2019 en los festivales gastronómicos



Gracias al artículo publicado de Poveda, E. Buzetta, M. y Cartay, R., 2020; sobre la reactivación económica tras el sismo del 16 de abril, se pudo conocer acerca de los ingresos obtenidos en las parroquias rurales del Cantón Portoviejo debido a los festivales gastronómicos realizados como estrategia para reactivar la economía durante los periodos 2017 al 2019, donde se pudo observar que Calderón obtiene el primer lugar en ganancias en este tipo de actividad seguido por San Plácido.

4.2. Resultados del estudio cualitativo

Gracias a las opiniones impartidas desde la experticia de los entrevistados, se pudo identificar que la gastronomía ancestral influye significativamente al desarrollo turístico de los destinos, ya que el 100% de los participantes concordaron en definir a la gastronomía de Calderón y San Plácido como una de las potencialidades turísticas más importantes que tienen estas parroquias rurales para su crecimiento social y económico; la Ing. Ma. De los Ángeles Gómez acotó que “La gastronomía manabita en su conjunto encierra arte, cultura y de hecho mantiene un sentido patrimonial de mucho peso y su potencialidad radica en que la gastronomía se mantiene en su desarrollo y tiene una alta demanda”, siguiendo por la misma línea de pensamiento; la participante #6 indicó que “Las Parroquias rurales tienen un enorme potencial en rutas gastronómicas, combinado con sus paisajes, el conocimiento de su gente, y el acceso cercano a Portoviejo, y a sus playas”.

Además el participante #3 manifestó que *“la gastronomía ancestral es tan importante en el desarrollo turístico pues marca esa IDENTIDAD CULTURAL, es lo que se valora al conocer nuevos destinos”* coincidiendo con el 70% de los entrevistados que siguieron esta línea de pensamiento mencionando que este tipo de potencialidad gastronómica aporta valor cultural e identidad a las comunidades y que es muy importante que se conserven las recetas ancestrales, las técnicas de preparación y cocción como complemento diferenciador para el desarrollo del turismo rural; así como indicó el Ing. Danny Ávila que “Es importante mantener viva esa herencia ancestral, cultural a través del tiempo, sin duda ocasiona una ventaja competitiva para ese territorio”.

Por último se determina que las actividades gastronómicas, tales como los festivales impactan positivamente al desarrollo socioeconómico tanto de la población como de la localidad, ya que a través de este tipo de eventos se pueden realizar las promociones locales, dar a conocer la gastronomía típica acompañada de los recursos naturales que pueden ser aprovechados para el posicionamiento turístico de las zonas rurales, lo que a su vez generará empleos y por ende ingresos económicos; así como acotó el participante #2 “El aporte gastronómico es importante por la inyección económica y promoción local, sobre todo en los festivales gastronómicos”.

Así mismo todos los entrevistados estuvieron de acuerdo en que la gastronomía debe ser aún más promocionada, ya que como manifestó el Ing. Guillermo Félix “Que se promueva la gastronomía en conjunto con las implementaciones que ayuden a darle soporte a la misma”, es decir, que para la actividad o turismo gastronómico se desarrolle, se debe complementar con otros productos y servicios turísticos para crear un territorio atractivo ante la mirada de los turistas y de los inversionistas.

Nota: Aunque los resultados de la presente investigación hayan sido positivos, se encontró una limitación que fue la existencia de la pandemia por el COVID-19, debido a esto en la metodología se optó por realizar entrevistas vía Zoom, en lugar de las encuestas físicas; dificultando un poco el término del trabajo en el tiempo estipulado y limitando el número de participantes ya que de 15 invitados solo accedieron 10.

4.3. Discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos de una triangulación realizada entre la literatura, el estudio cuantitativo y cualitativo se pudo identificar que la gastronomía ancestral influye significativamente en el desarrollo turístico de los destinos Calderón y San Plácido, y que además se tiene como actividad fundamental, los festivales gastronómicos realizados como estrategia de reactivación económica post-terremoto gracias a la organización desde la Municipalidad de Portoviejo junto a los GADs parroquiales y sus habitantes, resaltando los platos típicos, destacando la riqueza natural y cultural y a su vez fortaleciendo el turismo rural de cada localidad; tal como lo indican Sánchez & Curiel (2015), “La gastronomía representa un gran potencial para la

oferta turística de un país porque en ella influyen tradiciones y costumbres que se han perpetuado y reproducido por algunos de los habitantes adquiriendo un patrimonio cultural llamativo e integrable para los turistas”; así mismo bajo esa línea de pensamiento se encuentra Borja (2018) mencionando que “este tipo de eventos permiten que se logre promocionar todo tipo de platos típicos realizados por expertos o personas que se dediquen a este tipo de área”.

La existencia de restaurantes que expenden comida típica en cada parroquia es muy importante ya que los visitantes además de disfrutar de una buena gastronomía, siendo una de las facilidades de visita para el turista, pueden observar las técnicas de preparación y los utensilios tradicionales que se utilizan, teniendo una experiencia diferente, ya que la mayoría de personas pueden transportarse al pasado a través de la comida y así compartir experiencias entre familiares o amigos; tal como la OMT (2012) indicó que “al arte culinario se lo valoriza como medio de socialización, como espacio de convivencia, y como intercambio de experiencias”.

Los resultados que se obtuvieron en base a la investigación son sustentados y reforzados con la teoría ya que coinciden al 100%, lo que permite conllevar a la toma de decisiones para futuros proyectos sean públicos o privados donde su principal motivación sea la gastronomía ancestral de ambas parroquias objeto de estudio, complementando y fortaleciendo el turismo rural; tal como lo manifestaron Oleas & Gonzáles (2018) “el desarrollo turístico lo deben hacer los gobiernos y autoridades locales, pero si lo que se quiere conseguir es un verdadero desarrollo turístico local es imprescindible el empoderamiento de toda la comunidad receptora, donde todos velen por el bienestar común, y la atención al visitante”.

CONCLUSIONES

El turismo gastronómico está tomando una mayor importancia, ya que las personas que se movilizan de un lugar a otro por ocio, negocios, vacaciones u otras motivaciones necesitan satisfacer su necesidad de alimentarse y por ende cada vez existen más restaurantes y de diferentes tipos; gracias a esta tendencia se han podido identificar sitios donde ofertar alimentos es una de las principales fuentes de ingresos, debido a que hay quienes ofertan comida mezclándola con las tradiciones, la cultura y costumbres de una localidad, a esto se le denomina, gastronomía ancestral.

Por esta razón gracias al presente trabajo investigativo se pudo demostrar que este tipo de gastronomía influye positivamente en el desarrollo turístico de los destinos Calderón y San Plácido, ya que son 2 de las 7 parroquias rurales donde la gastronomía es una de las principales motivaciones de visita, complementada con el paisaje, los balnearios de agua dulce, el patrimonio vivo, haciendo de estas comunidades un atractivo para el turismo rural y gastronómico.

Al hablar de valor cultural no solo se trata de algo tangible, sino también de lo intangible como por ejemplo, las recetas o saberes ancestrales transmitidos de generación en generación, las técnicas de preparación y cocción, la historia de una comunidad; razón por la cual es necesario reconocer la importancia de preservar las tradiciones culinarias de las parroquias antes mencionadas a través del turismo gastronómico, ya que es un plus que se le agrega a un lugar, proporcionando otro tipo de experiencia al visitante y permite generar estrategias para el desarrollo turístico de ambos destinos.

Finalmente se pudo constatar los resultados metodológicos con la información literaria, ya que los datos que se obtuvieron a través de los componentes cuantitativos y cualitativos concuerdan con el pensamiento de los autores mencionados a lo largo del trabajo de investigación, sirviendo como base para la futura aplicación de proyectos.

RECOMENDACIONES

En base a los resultados se puede recomendar a los GADs parroquiales y empresas privadas que inviertan en proyectos, impulsando así al desarrollo turístico y económico de ambas comunidades, creando rutas gastronómicas, ferias o exhibiciones gastronómicas mensuales u otros proyectos donde se involucre a la gastronomía ancestral; así mismo se puede generar oportunidades de empleos para los habitantes de cada localidad, permitiendo la dinamización de la economía.

Se recomienda que los establecimientos dedicados a ofertar este tipo de gastronomía ancestral continúen conservando y practicando los procesos y técnicas tradicionales en la preparación y cocción de los alimentos.

Para futuros estudios se aconseja que se realicen encuestas para involucrar la opinión de los habitantes de Calderón y San Plácido en cuanto al turismo gastronómico y el desarrollo turístico de ambas comunidades.

Fomentar la participación de los habitantes de ambas comunidades a través de actividades gastronómicas y culturales, creando estrategias para el desarrollo turístico local.

ANEXOS

1. Transcripción de las entrevistas

Entrevista #1

Msc, María de los Ángeles Gómez

Coordinadora de Turismo del Gobierno de Manabí

1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.

Soy la Ms. Maria de los Ángeles Gómez. Tengo 13 años de experiencia en el trabajo público del turismo en la prefectura de Manabí.

2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?

La gastronomía, el pasaje, la cultura, la riqueza agrícola, el patrimonio, la belleza natural y la calidad y calidez de sus habitantes.

3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, ¿cuál cree Ud. que es la potencialidad turística?

Todos los descritos en la pregunta número 2.

4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?

La gastronomía manabita en su conjunto encierra arte, cultura y de hecho mantiene un sentido patrimonial de mucho peso y su potencialidad radica en que la gastronomía se mantiene en su desarrollo y tiene una alta demanda.

5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?

La morcilla y la gallina criolla.

6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?

Considero que en la actualidad son el 70% de interés de los turistas ya que se ven atraídos a visitar por este motivo.

7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?

Es totalmente importante porque es toda una puesta en escena que encierra interés, belleza y cultura.

8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?

De manera directa en la economía.

9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar?

Si tengo conocimiento de hecho yo organice en San Plácido el campeonato de la tonga en el año 2016 y se pueden mejorar en seguir incluyendo a estas ferias a los demás atractivos de la zona y no solo dejar la comida y lo artístico.

10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?

En la parte económica se incrementa de acuerdo con cada participante y en lo social empiezan a existir nuevos.

11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?

En la actualidad me parece que es algo que debe esperar, pero una vez que se reanude puede desarrollarse de manera mensual.

12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?

Todos los productos son presentados de manera artesanal pueden avanzar en procesos de industrialización dependiendo de la actividad.

13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

La gastronomía y los balnearios de agua dulce.

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.

Es la base del interés de los visitantes por visitar estas localidades.

15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?

Como la degustación de un platillo que encierra arte, conocimiento y cultura.

16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?

Sí, porque es algo que posee un valuarte intrínseco dentro del mismo producto y es justo que los demás lo conozcan para que este se desarrolle aún más.

Entrevista #2

Mg. Luis Andrade.

Docente, Investigador de la ESPAM.

Presidente de la Asociación Gastronómica de Manabí

Coordinador de comunidad ALMA Slow Food Manabí

Coordinador comité de Geoturismo Manabí y sur de Esmeraldas.

1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.

Experiencia privada:

Emprendedor de producción y comercio de productos alimenticios Manabitas como queso chonero, almidón de yuca de Canuto, manjares, rompopo, frutas frescas como piña, mandarina, entre otros desde 1982 aprox.

Servicios gastronómicos a domicilio en la ciudad de Guayaquil desde 1990.

Cofundador con la Sra. Mariana Alcivar (mi madre) del servicio gastronómico La Providencia en la ciudad de Guayaquil en 1999.

Experiencia pública:

Director de turismo, ambiente y relaciones internacionales del GAD Chone.

Jefe de destinos priorizados del ministerio de turismo del Ecuador para Manabí.

Experiencia docente (educación básica, media, superior y de posgrado).

Unidad Educativa Louisiana de Guayaquil.

Tecnológico Espíritu Santo

Escuela Superior Politécnica del Litoral.

PUCE

ULEAM

Universidad San Gregorio

ULEAM

ESPAM (Ex director de carrera de Turismo y actual coordinador de Relaciones Internacionales).

Experiencia voluntaria y gremial.

Miembro de directiva de club internacional de la universidad Espíritu Santo de Guayaquil.

Presidente de la asociación Gastronómica de Manabí ASOGASMA.

Comisión de turismo gastronómico de Manabí.

Fundador de comunidad ALMA Slow Food Manabí.

Miembro de comité nacional de Geoparques del Ecuador, fundador de comité de Geoparques de Manabí.

Director de proyecto de Geoturismo y Paisaje de la cordillera Costanera.

2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?

La potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo radica en el aprovechamiento de la cultura rural del entorno a la ciudad capital de la provincia y la declaratoria de ciudad creativa por la UNESCO.

3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, ¿cuál cree Ud. que es la potencialidad turística?

En el caso de Calderón y San Plácido la potencialidad radica en la oferta de gastronomía típica manabita próxima a la ciudad de Portoviejo. (Los factores intrínsecos de la gastronomía de esas comunidades es básicamente el mismo de toda la provincia).

Los festivales gastronómicos bien organizados, sus mercados y participación de la población.

4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?

La gastronomía ancestral es un componente básico en la identidad y competitividad gastronómica local y provincial. Comunidades como Calderón y San Plácido tienen abundantes elementos de su historia que pueden ser conectados con su gastronomía.

5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?

Los platos con los que se destacan son similares a los otros sitios del cantón Portoviejo y la provincia de Manabí: tonga, cerdo, ceviche de pinchagua entre otros.

6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?

El aporte gastronómico es importante por la inyección económica y promoción local, sobre todo en los festivales gastronómicos.

7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?

La gastronomía es importante en cualquier producto turístico, más aún en una provincia conocida por su calidad gastronómica en general más aún si es vinculada a la ancestralidad. Por ello es particularmente importante para esta modalidad turística.

8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?

En los festivales gastronómicos se convoca un gran número de personas del cantón Portoviejo y cantones vecinos que dinamizan la economía de estas localidades.

9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar?

Sí, en las parroquias mencionadas anteriormente y en otros lugares de la provincia como Pedernales, Jama, San Vicente, Sucre, Tosagua, Bolívar, Junín, Chone y Rocafuerte; he participado en festivales gastronómicos como organizador, jurado y comensal.

Se podría mejorar en la organización, seguridad e higiene.

10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?

Social: involucra a sus habitantes y organizadores.

Económico: dinamiza la economía familiar y de la localidad.

11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?

Dependiendo de la temática, lugar, capacidad y recurso organizativos se define el tiempo, pero las ferias gastronómicas deberían ser periódicas.

12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?

Es variable, hay ferias de mejor calidad en relación a compararlas con otras o consigo mismo en distintos periodos. No siempre se sostiene la calidad de productos y servicios.

13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

Creo que la gastronomía, expuesta en una feria bien organizada y promocionada la hace ser el principal recurso atractivo para una visita turística.

Caso contrario no exactamente, otros recursos como balnearios, cascadas, visita a familiares son motivaciones tradicionales a la gastronomía.

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.

La importancia radica en el mantenimiento de identidades culturales que en la gastronomía y el encuentro social integran a la comunidad local.

- 15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?**

Las parroquias mencionadas evocan la gastronomía en un paisaje singular de una de las carreteras que unió tradicionalmente a Manabí con el centro y norte del país.

La he disfrutado más en los festivales.

- 16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?**

Estoy de acuerdo en que se promueva más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo y de todo Manabí para consolidar la unión de los manabitas.

Promover solo la gastronomía de Portoviejo sería contribuir a un individualismo que divide a los Manabitas ya que el prestigio de calidad está en la gastronomía manabita y no en la gastronomía local de ningún cantón, más bien de la unión de ella.

Entrevista #3

Mg. Isidro Rodríguez

Director Municipal de Turismo de Manta.

- 1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.**

Soy Ing. En turismo por la ULEAM dentro de la malla curricular existen módulos de gastronomía, aunque por familia me he desempeñado y trabajado en el área de alimentos desde muy joven, luego en la gestión de alimentos el paso más fuerte fue mientras trabajaba en el GAD municipal de Portoviejo después del terremoto se fomentó un programa de festivales gastronómicos llegando a organizar más de 30 festivales en las diferentes parroquias rurales de Portoviejo, incluyendo una competencia gastronómica cantonal.

2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?

Sus recursos naturales, su riqueza agrícola, tradiciones y costumbres, todo esto empaquetado en turismo de naturaleza, turismo comunitario y gastronómico podrían fortalecer el turismo en estas comunidades.

3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, ¿cuál cree Ud. que es la potencialidad turística?

Calderón a pocos minutos de la urbe capitalina muestra un mix entre lo urbano y rural, marcado por su riqueza gastronómica pues inicia ese cambio rutinario entre lo urbano y rural, mientras que San Plácido es una sábana verde por donde veas se abraza con colinas montañosas, cañaverales, riachuelos y cascadas, las fortalezas de San Plácido son más grandes entre lo rural, es un paraíso por descubrir.

4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?

Para marcar diferencias culinarias en el mundo es indispensable darle contenido histórico a sus platos, la historia marca un encadenamiento de toda una cadena agro productiva que no solo termina en el emplatado de un platillo tradicional, sino involucra a toda una población. Para Calderón y San Plácido es indispensable fortalecer, documentar y promocionar las raíces que nacen desde el cultivo de sus productos y luego pintar ese paso a paso que se va perdiendo por generaciones.

5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?

Calderón ha sacado partida a sus tradicionales morcillas, y en San Plácido la tonga, acompañado de un buen café.

6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?

Dentro del turismo el ciudadano busca saciar sus necesidades biológicas siendo una de ellas la de alimentarse, es decir que la gastronomía es el

principal imán para que un ciudadano muchas veces se movilice por pocas o largas horas entre los sitios. Es así que la gastronomía de ambas parroquias constituye entre los principales atractivos culturales y turísticos.

7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?

La gastronomía ancestral es tan importante en el desarrollo turístico pues marca esa IDENTIDAD CULTURAL es lo que se valora al conocer nuevos destinos.

8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?

La gastronomía aporta tanto a las economías pues por cada negocio existe en promedio hasta 4 familias beneficiadas y detrás en su cadena productiva todos quienes ofrecen sus materias primas, constituyendo un aporte significativo en los ingresos económicos de los territorios.

9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar?

Los he organizado, se podría poner más en valor el conocimiento ancestral a través de la presentación de cocineras longevas otorgándole un reconocimiento público por mantener la sazón, además es necesario fortalecer la imagen e identidad de cada presentación culinaria dando atención al productor de las materias primas.

10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?

Socialmente empodera al ciudadano local en valorar lo que se tiene y no perder las tradiciones culinarias y en la económica benefician a gran parte de la población que forma parte de la cadena alimentaria.

11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?

Sugiero sea bimensual y que finalice con un gran show culinario en la ciudad de Portoviejo.

12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?

Podría mejorar la presentación del servicio y mejorar el área de producción, además que son espacios muy saludables para disfrutar en familia.

13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

Ambas comunidades son cabeceras parroquiales, por tradición sus ciudadanos realizan ferias comerciales, así como ven al turismo rural como una opción para relajarse un fin de semana.

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.

La tradición es la principal fortaleza de la IDENTIDAD si no tenemos eso seremos un producto cualquiera puesto en el mercado, de allí su importancia por conservarlo.

15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?

Hay que trabajar más en potenciar la gastronomía, pues cuando pienso en ambas parroquias veo muchas montañas y productividad agrícola, su resultado produce la elaboración de platos típicos, es un buen camino a ser aprovechado, pero falta posicionar la gastronomía como primer elemento pues ambas siguen siendo parroquias productivas en el sector agrícola.

16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?

Definitivamente, ya que el turismo sostenible busca integrar y equilibrar las economías en todos sus territorios y las parroquias rurales tienen en su gastronomía la salida en mantener tradiciones y económicamente a cientos de familias en estado vulnerable.

Entrevista #4

Mg. Guillermo Félix

Coordinador de grupo de investigación GISTUR.

1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.

Me gradué de Ing en administración de empresas turísticas en la ULEAM, tengo una maestría en Planificación y Gestión de proyectos Agroturísticos y Ecológicos; soy Docente en la ESPAM, soy Coordinador del grupo de Investigación GISTUR Coordino acciones investigativas que fortalezcan el desarrollo turístico de destinos urbanos y rurales con el apoyo de la academia.

2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?

La zona rural de Portoviejo está llena de paisajes, cultura, gastronomía.

3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, ¿cuál cree Ud. que es la potencialidad turística?

Me atrevo a decir que son los balnearios de agua dulce y la gastronomía.

4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?

La gastronomía ancestral encierra las tradiciones de una comunidad ya que preparar los alimentos ha tenido sus costumbres de generación en generación, dándole cultura e historia a un pueblo.

5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?

A Calderón lo representa la morcilla y a San Plácido la tonga, pero esto no quita el hecho de que se debe explorar aún más, ya que por ejemplo en Calderón se prepara el seco de zorro y hay muchas personas que no conocen incluso de la misma comunidad, que aun no se atreven a probar por el asco o los prejuicios; yo tuve la oportunidad de probarlo es muy rico.

6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?

Aporta muchísimo ya que es un producto que todas las personas buscan para satisfacer sus necesidades, hay quienes se movilizan de un lugar a otro por querer probar un plato típico que guarda costumbre, tradición al momento de su preparación y quieren vivir esa experiencia.

7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?

Es muy importante ya que le da un valor cultural y diferenciador a una comunidad.

8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?

Es una gran ayuda, un gran soporte, también es necesario que las autoridades ayuden a formalizar a las personas para que el trabajo que se desarrolle sea el más adecuado tanto para ellos como para las comunidades porque si se hace una oferta o si se logra posicionar de manera adecuada la comida típica nuestra puede dar muchas oportunidades de empleo especialmente a sectores vulnerables como por ejemplo las mujeres, adultos mayores pero esto se lo debe realizar de manera ordenada, porque cuando no hay planificación se puede volver algo informal porque todo mundo querrá sacar sus ollas a la calle y vender, y así se destruye el mercado, el producto, la imagen, la calidad de la comida, y para que esto no ocurra se debe trabajar con un modelo de gestión.

- 9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar?**

Estuve sí en algunas de las ferias, me pareció un montaje adecuado; lo que si sugiero como un criterio técnico es también que se genere una metodología para la recolección de datos, especialmente para la asistencia de personas y el costo promedio del gasto turístico para poder generar un filtro, sacar una muestra para que el tema de los festivales sea más eficiente porque en tema experiencial está bien pero ya en el tema investigativo, y que tengas datos para poder tomar decisiones a futuro que también hay que tener en cuenta, se debería crear un sistema de control de ese tipo de datos.

- 10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?**

Impactan de manera directa, ya que las parroquias deben ver estas potencialidades que tienen y sacarle provecho de manera adecuada, para así llegar al beneficio mutuo de crecer y desarrollarse social y económicamente.

- 11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?**

Yo creo que deberían ser más continuas, porque 1 vez al año esta bien como para presentar un producto o realizar un festival grande diferenciado, pero las ferias como tal podrían ser 1 vez al mes, por ejemplo si lo hacemos como GAD parroquial podemos realizar un evento bien organizado una vez al mes y manejar la capacidad de aforo a través de preventa, se tendría garantía e incluso para llevar un control.

- 12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?**

La calidad de los productos o de las ferias ha sido muy buena pero como ya dije se puede mejorar y seguir aprendiendo a través de un plan de gestión

para que la imagen de un producto no se pierda o se vea afectada por la mala organización.

13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

Para mi ir a la zona rural es por 2 motivos, los balnearios o el tema de la comida.

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.

Es un tema interesante ya que hay un movimiento gigante llevado a cabo con eventos a nivel mundial denominado Slow Food, que viene a ser la contraparte de la comida rápida o Fast Food; y lo que cuida son los procesos ancestrales, los de cocción. En la ESPAM tenemos ya una fecha fija de realizar un evento sobre este Slow Food donde se realizan ponencias, ferias y lo que se trata es promover las tradiciones gastronómicas, pero especialmente como la tenemos nosotros, porque la comida manabita del campo es lenta, su cocción es desde la mañana, en leña. El horno guarda tradiciones porque alrededor de este las personas conversan y comparten mientras preparan los alimentos.

15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?

Las parroquias como San Plácido y Calderón son pequeños pueblos pintorescos, que reúnen muchas condiciones que podrían ser de atracción, así lo están haciendo en la sierra hoy en día, trabajan muchos con los pueblos pequeños, es más con la denominación de pueblos mágicos ya han salido algunos como Patate, Alausí, entre otros que están posicionándose no solo por su valor gastronómico; hay que complementar con facilidades turísticas para atraer visitantes. La gastronomía por si sola no va a potenciar

un lugar, es un gran componente porque se transforma en un atractivo pero si no tengo algo más que ofrecer no se logrará mucho, hay que trabajar en infraestructura turística.

16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?

Que se promueva la gastronomía en conjunto con las implementaciones que ayuden a darle soporte a la misma.

Entrevista #5

Mg. Danny Ávila

Responsable de la oficina en Manabí MINTUR

Especialista en Mercadeos e inversiones.

1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.

Actualmente trabajo en el Ministerio de Turismo, soy especialista de mercados e inversiones zonal, tengo 15 años trabajando en el sector turístico.

2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?

Tanto de Portoviejo como de todo Manabí es su riqueza tradicional, cultural, su gastronomía.

3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, ¿cuál cree Ud. que es la potencialidad turística?

Sin duda el componente gastronómico hace que estas 2 parroquias mantengan viva esta tradición de la gastronomía ancestral.

4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?

El turismo cultural es una inversión que hace el visitante a la cultura de un destino, a las tradiciones, a la filosofía de un territorio; dentro del turismo

cultural en esta tipología del turismo encontramos la gastronomía y sin duda el mantener vivas estas tradiciones gastronómicas le dan un plus adicional al destino, inclusive en algunos lugares los reconocen, es decir, podemos ver como la gastronomía asemeja al destino, por ejemplo ud ve el ceviche y puede asemejar a Perú y Ecuador.

5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?

Las morcillas a ambas parroquias.

6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?

Sin duda aporta considerablemente, si hemos de buscar o tratamos de identificar una industria donde la riqueza se pueda distribuir de la mejor manera sin duda es el turismo, la redistribución de la riqueza en toda su cadena de valor es muy extensa; inclusive hay territorios rurales donde la única opción de desarrollo turístico es la gastronomía.

7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?

Es importante mantener viva esa herencia ancestral, cultural a través del tiempo, sin duda ocasiona una ventaja competitiva para ese territorio.

8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?

Influye directamente tanto socioeconómicamente como culturalmente ya que tiene sus ventajas.

9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar?

No he tenido la oportunidad de participar de este tipo de eventos, pero conozco.

10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?

Sin duda que sí.

11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?

En lo personal debería ser de manera anual para que empiecen a ser fiestas gastronómicas consolidadas en el destino y que deben ir acompañadas con otros componentes culturales desde amorfinos, la vestimenta típica.

12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?

Dentro de lo que se refiere a la percepción de calidad, sin duda me parece que está, esa percepción del plato típico y el saber ancestral, pero si hay muchos componentes que mejorar como la presentación del plato, una de las debilidades que tiene la rica gastronomía manabita es el desafío que tiene de internacionalizarla, significa fusionar con otros productos para poder lograrlo.

13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

Si enfocamos la pregunta solamente a la parte turística que podemos visitar ahí creería que la gastronomía tiene un alto porcentaje de la visita a Calderón y San Plácido y si sería importante identificar unos atractivos que puedan consolidar la permanencia o la experiencia del visitante en las parroquias, es decir, ya no se centre solo en la parte gastronómica sino que también permanecer un par de horas más recorriendo varios atractivos.

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.

Tiene una importancia total, mantener la tradición a través del tiempo es lo que diferencia al plato y la ventaja competitiva que tiene.

15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?

La gastronomía manabita ha pasado de generación en generación, maneja y tiene cultura porque hay inclusive estrategias para la preparación, es todo un proceso y eso le da valor cultural.

16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?

Sin duda alguna hay que seguir impulsando el tema de la gastronomía.

Entrevista #6

Chef Fanny Vergara

Coordinadora y secretaria de ASOGASMA (Asociación gastronómica de Manabí)

Presidenta de GASAN (Escuela rural popular de cocina ancestral y tradicional de Manabí).

1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.

Soy una manabita orgullosa de sus raíces chola/montuvia, que vive apasionada de nuestras raíces e identidad cultural heredada de nuestros ancestros. Mi experiencia es en Manabí es general, a toda la Provincia, he cocinado en la playa, en el campo, en las Ciudades, con turistas de diferentes partes.

2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?

Considero que Portoviejo al ser declarada Ciudad Creativa, tiene una enorme posibilidad de desarrollar todos sus territorios, rural y urbano. Las Parroquias rurales tienen un enorme potencial en rutas gastronómicas, combinado con sus paisajes, el conocimiento de su gente, y el acceso cercano a Portoviejo, y a sus playas.

3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, cuál cree Ud. que es la potencialidad turística.

Creo que el turismo rural, tiene lindos paisajes, y una gran variedad de cultivos y diversidad de productos. Son Pueblos limpios y bien cuidados.

4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?

La gastronómica ancestral es la herencia de nuestros antepasados los de la era prehispánicas y los de la colonización hasta las fechas actuales. A veces se confunden y piensan que lo ancestral es solo lo que había antes de la llegada de los españoles, pero la real academia de la lengua nos dice que también nuestros abuelos, bisabuelos y tatarabuelos son nuestros ancestros, pueden ser vivos o pueden ser los que ya fallecieron, ancestral es antes de mí, de quienes me anteceden. Es súper importante tener claro este concepto.

Para mí el potencial que tiene Manabí es único, inigualable, no podría referirme exactamente a San Plácido y a Calderón, porque mi visión e investigación es general para toda la Provincia, pero cada rincón tiene sus singularidades, que solo la gente in situ le puede dar esa información específica, sin embargo de manera general le puedo decir que son Parroquias con un gran potencial agrícola y de turismo comunitario. Si la gente logra unirse pueden sacar un buen producto turístico. Aparte de ser parte de una Ciudad creativa, pero le repito esos detalles específicos los puede encontrar conversando con la gente de los mercados, los agricultores, las asociaciones de mujeres. Es una buena

herramienta sentarse en el parque y conversar con la gente del Pueblo, aunque ahora tenemos problemas de acercamiento, pero con buenas medidas se puede.

5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?

Sin dudar de Calderón las morcillas, admiro la capacidad de producción de las señoras, no es una de mis actividades favoritas.

De San Plácido las empanadas de yuca con queso manabita y longaniza es un bocadito innovador y con nuestros propios productos, a eso hay que sacarle provecho.

6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?

Le daría el 90% ya que en especial los manabitas y ecuatorianos, no concebimos el turismo sin comida, ni los velorios ni ningún acto social, la comida está presente desde que nacemos hasta el último adiós. Es algo muy interesante eso en nuestra cultura manabita. No todo el Ecuador lo hace. Y recordemos que todo acto social moviliza gente y cualquier actividad genera ingresos a la comunidad.

7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?

La gastronomía ancestral sería la razón más importante del turismo rural, ya que es en campo donde todavía se encuentran los hornos y todo el conocimiento ancestral a través de las abuelas, las tías y los productores primarios, allí está la esencia.

8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?

Si la trabajan bien, es el mayor atractivo turístico que puede tener una comunidad, obviamente debe tener acceso en vehículos.

9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar

Si, he participado como jurado en la Parroquia de san Plácido en los festivales.

Creo que deben mejorar en hospitalidad, les falta a los anfitriones tener mayor predisposición para dar información y una pequeña introducción de las potencialidades del lugar. Tener previsto 1 baño o área para los chefs invitados, tal vez un pequeño circuito por el mercado, plazas y huecas gastronómicas.

10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?

La alimentación seguirá siendo una de las actividades más importante del hombre, lo confirmó esta pandemia. El ser humano puede permanecer encerrado, puede tener un montón de restricciones, pero jamás dejará de comer. En esta pandemia se rompieron las fronteras imaginarias y todos los países compartimos nuestras recetas y tradiciones a través de las diferentes plataformas digitales.

El impacto es directo ya que el turismo para poder ser, necesita de las diferentes disciplinas para poder ejecutarse como tal. Ejemplo, transporte, todas las líneas de productores primarios, guías locales, el mercado, los atractivos turísticos, los atractivos culturales etc...

11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?

Considero que las ferias se prostituyeron, es decir los gobiernos locales y ministerios siguieron una línea, pero no trabajaron en un concepto que permita la continuidad. Solo ejecutar el presupuesto, tomar fotos y llenar las fichas de los registros con los participantes. Tal vez podrían ser los festivales, donde se recreen nuevamente los juegos populares, la olla encantada, la caña encebadas, la carrera de ensacados, es decir

actividades para todos los miembros de la familia, porque la riqueza está en el campo. Y los manabitas, podemos estar en la Ciudad más moderna pero el arraigo cholo y montuvia nadie nos lo quita, hablo en el buen sentido de la palabra, ser cholo es definirse heredero de nuestras culturas prehispánicas, de aquellos que nos heredaron una rica gastronomía ancestral y tradicional.

12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?

La verdad he salido contenta, hay mucha alegría y la gente apoya, llegan a consumir. Pero falta hospitalidad o un líder que dirija el evento o que anime y entusiasme. Corrigiendo eso creo tienen unas Parroquias muy lindas junto con sus habitantes.

13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

Definitivamente sí, es por la gastronomía, pero ví que tienen riachuelos, cascadas, industria artesanal de productos agrícolas y un hermoso mercado, que ninguna Ciudad del País la tiene. Lo tienen todo, solo falta organización y hospitalidad.

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.

Es importante mantenerlas, pero también innovar con identidad y con responsabilidad. Me parece que están dañando un producto ícono de nuestra cocina, la sal prieta, la están procesando con harina de trigo y eso es muy malo no solo para la salud, sino también para el turismo.

- 15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?**

Manabí somos todo y es todo el territorio, cuando pienso en estas comunidades recuerdo el ornato, el clima, la pureza del aire el paisaje y de último la comida. El aroma de café Williams allá arriba en las montañas con un buen corviche y bolitas de maní, queso, pan de almidón. Porque uno recuerda donde se siente bien, donde lo hacen sentir bien, y se percibe la gente trabajadora, humilde y buenas personas, no hay delincuencia me parece. Uno se siente a gusto y seguro en esas Parroquias.

- 16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?**

Sí, porque al estar a pocos minutos de la parte urbana, pueden hacer experiencias gastronómicas en la zona rural.

Entrevista #7

Mg. Eliana Poveda

Chef en gastronomía nacional, Escuela gastronómica de Manabí

Docente en la UTM.

- 1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.**

Soy docente de la UTM, de la facultad de ciencias administrativas y económicas. Mi experiencia en el área del turismo empezó hace 10 años iniciándome como guía de turismo desde las aulas cuando era estudiante en la ULEAM y luego procedí a ser facilitadora en capacitaciones turísticas y gastronómicas para el Ministerio de Turismo, la SETEC y otras instituciones que brindan este tipo de servicio a los prestadores turísticos, después incursioné en el área de la docencia empezando con la ESPAM en la carrera de Turismo en la que estuve aproximadamente 2 años y

luego 3 años en la Universidad San Gregorio de Portoviejo por la carrera de Ecoturismo; en el año 2017 tuve una oportunidad de trabajar como Directora de Turismo del GAD Municipal de Portoviejo y en ese sentido se desarrollaron varios proyectos que estaban relacionados con el área gastronómica, que son los festivales gastronómicos que se desarrollaban en las 7 parroquias rurales de Portoviejo en el sentido de hacer una reactivación económica post-terremoto.

2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?

Portoviejo al ser la capital de Manabí cuenta con 2 grandes potencialidades en las parroquias rurales, podríamos mencionar que Crucita que es una parroquia rural donde se desarrolla mucho el turismo de sol y playa y donde se expende el turismo gastronómico, permite un poco considerarse como el punto de referencia para Portoviejo; en cuanto a la actividad turística a nivel nacional y lo que corresponde a las demás parroquias de la “Ruta del Encanto” pueden desarrollar lo que es el turismo rural, vivencial y gastronómico, así como también, ellas pueden desarrollar microemprendimientos en función a la gastronomía y también al turismo comunitario.

3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, ¿cuál cree Ud. que es la potencialidad turística?

Considero que las 2 parroquias tienen una potencialidad muy similar y particular que es el turismo gastronómico, por un lado Calderón tiene un plato estrella emblemático considero yo para Portoviejo, que son las morcillas o los embutidos artesanales, en este caso tiene su mayor fortaleza en este tipo de preparación gastronómica; San Plácido en el caso de los festivales gastronómicos desarrollados se hacía el seco de gallina criolla, tiene otra variedad de atractivos que están correlacionados con las bondades naturales, en este sector además de que cruza el río también tiene paisajes típicos de la campiña manabita con sus montañas, sus sembríos y sobre todo lo que corresponde a las casas que son

elaboradas en caña, madera; y la particularidad de ambas parroquias es que una se encuentra prácticamente a la entrada de lo que corresponde al biocorredor turístico y la otra finaliza, es decir, que tranquilamente en un pequeño recorrido se puede visitar las 2 parroquias.

4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?

Ecuador es un país megadiverso debido a su situación geográfica lo que conlleva a que tenga una variedad de clima, tanto para la costa, la sierra o para el oriente, lo que genera fertilidad en sus suelos para cada producto que indistintamente se cosechan en estas regiones, así pues considero que la gastronomía ancestral ha permitido que nuestro país se posicione en lo que es Sudamérica principalmente como un país en donde los tubérculos, los mariscos y toda la variedad de otros animales de granjas permiten considerarse sobre todo la elaboración de estos productos de una manera con saberes ancestrales traídas desde los abuelos, donde hay ciertas especias o aromas que son muy particulares de cada uno de estos sitios; para San Plácido y Calderón considero que la gastronomía es muy importante debido a que es un tipo de turismo que muy bien puede ser potencializado por los gobiernos locales, parroquial y municipal para poder considerarse un mejor desplazamiento de turistas hacia estos 2 puntos de referencia en Portoviejo, del tal manera no solo se pueda reconocer platos emblemáticos como lo mencioné en la anterior pregunta sino otra variedad de platos que tal vez realizando un inventario de este tipo de gastronomía podríamos identificar otros saberes ancestrales guardados por las abuelas y que han sido pasado de generación en generación y que en la actualidad aún se pueden conservar y rescatar.

5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?

Definitivamente en Calderón el plato emblemático son las morcillas, los embutidos artesanales y lo que corresponde a San Plácido pues es el seco,

el caldo de gallina criolla, la tonga, son productos que muy bien pueden considerarse platos que representan a estas 2 parroquias.

6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?

El aporte es alto debido a que cada vez que un micro emprendedor inicia un tipo de negocio gastronómico no solo busca sostenibilidad económica individual sino que esa economía que es precisamente dividida para todos los miembros de su hogar, especialmente en este tipo de emprendimiento vemos a las mujeres empoderadas en la gastronomía y acompañadas de sus hijos que por lo general son jóvenes, estas mujeres se convierten en partícipes de la sostenibilidad económica de sus hogares y es uno de los principales aportes que brinda la gastronomía en el desarrollo turístico de estos 2 lugares; otro punto muy importante es que los gobiernos municipales y parroquiales en este caso Portoviejo y las parroquias rurales permiten también reconocer o identificar a estos sectores para de esa manera fortalecer más sus capacidades.

7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?

El turismo rural es poco desarrollado en Portoviejo, más ha sido Crucita como la joya del Cantón, sin embargo es un tipo de turismo que el actual gobierno municipal ha ido identificando y desarrollando la gastronomía y esta puede complementar el turismo rural, de tal manera que al expender productos típicos que en este caso son platos y bebidas ancestrales también se puede buscar el desarrollo de hospedajes comunitarios y de circuitos turísticos ya sea pie, en bicicleta; por toda la ruta del encanto o también el avistamiento de ciertas aves que hay en las colinas de Portoviejo.

8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?

Como ya lo mencioné es muy alta, pues no solo se beneficia una familia sino toda una comunidad, y al desarrollar estos microemprendimientos llevados a cabo en general por mujeres, permite que la economía de sus hogares tenga mayor sustentabilidad y ya no sea solo el hombre el que lleva el sustento y así mismo se busca que los hijos se involucren en las microempresas y sean ellos los sucesores mas adelante para que no se pierdan los saberes ancestrales de la gastronomía.

9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar?

Claro que sí, como ya lo mencioné antes he sido parte de las personas que han liderado estos festivales gastronómicos pues como directora de turismo que fui en el año 2017-2018 estuve al frente en el desarrollo de cada una de ellas, considero que había un impacto positivo, ya que se veía como se dinamizaba la economía en ese día, sin embargo uno de los puntos negativos en ese sentido era que el ingreso era solo por ese día y el festival llegaba 1 vez al año en la parroquia y muy pocas personas buscaban desarrollar ese emprendimiento.

Lo que se debería hacer es que el gobierno municipal fortalezca las capacidades de los emprendedores, no todos tienen esta visión pero lo que sí la tienen ya se pueden apropiar de eso para poder brindarles capacitaciones, fortalecer más las actitudes como emprendedores y de ser posible trabajar con entidades crediticias para que a través de microcréditos puedan establecer un negocio pero no solo ubicar una mesa y una silla y vender un “x o y” plato típico sino que también aprendan a innovar, como es el caso de Calderón que mucha gente ya está empezando a exportar el producto envasado al vacío entonces eso es muy importante porque no solo llega a lo nacional sino que está cruzando fronteras internacionales.

10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?

El impacto ha sido positivo en su mayoría porque como lo mencionaba las personas se involucran y cada vez que pasaba un festival habían nuevos emprendedores, gente que venía no solo de Portoviejo sino de otros cantones e incluso cuando tocaba feriados de Agosto se podía observar gente de la sierra que participaba de los festivales, entonces la afluencia de turistas era bastante buena sin embargo faltaba un poco desarrollar otros puntos de interés turístico porque quienes ya habían ido a los festivales se quedaban con el “bueno y ahora?”, “¿dónde nos vamos?” porque era bastante rico y bueno visitar, comer lo que nos expendían, disfrutar de los shows que ofrecía el municipio pero también era muy importante que existieran otros puntos de interés para que conecten esa actividad gastronómica con un circuito turístico por ese día.

11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?

Esto debe ser un trabajo coordinado entre los gobiernos municipal-parroquial para que no solo sea una actividad de una vez al año, pero bueno actualmente con el tema de la pandemia las actividades que generan masificación de personas están eliminadas por ahora, sin embargo una manera de reactivar este tipo de actividades si no existiera ya el COVID es que las parroquias no solo desarrollen los festivales porque es el punto de encuentro para identificar a las personas que expenden las comidas, sino como decía, para que esto se vuelva más sostenible es fortalecer las capacidades de las personas que han venido año a año participando, para que puedan acceder a microcréditos y así emprender para mejorar la economía en las comunidades.

12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?

En un rango de excelente, muy bueno, bueno o malo considero que es muy bueno la calidad de las ferias y los productos ofertados, puedo decir por experiencia propia y en lo que corresponde a mi profesión como Administradora de turismo; desde lo que era el tránsito en las vías hasta la recolección de la basura al finalizar el evento debido a que desde un año anterior se lo planificaba con las autoridades de las parroquias y también se coordinaba con las personas que participaban como expositores y a la vez se les brindaba capacitaciones por 2 semanas anteriores al evento y así ellos ya tenían conocimiento sobre el desarrollo del festival; la participación de otras personas, artistas, artesanos era muy importante por lo tanto cada vez que se generaba un festival habían más participantes por lo que demandaba de más espacio en muchas ocasiones.

13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

Principalmente sí, como Manabita o como Portovejense puedo decir que si vamos a Calderón lo primero que se nos viene a la mente es disfrutar de una buena morcilla, con longaniza, plátano en su lugar favorito que cada uno ya lo tiene y que de a poco se ha ido incrementando el número de personas que expende este tipo de productos dentro de la parroquia; y en San Plácido considero que falta un poco más posicionar un plato o de pronto desarrollar otros productos que no necesariamente sea gastronómico, como lo mencioné hay un paisaje bastante agradable, el clima principalmente lo que corresponde a las montañas hace que tenga ese grado de interés por ir a visitar un lugar donde presta las condiciones de lo que corresponde a la campiña manabita, por tal motivo considero que esas son las principales razones por las cuales las personas visitan pero

que podrían ser potencializadas con otros subproductos que la misma localidad pueda desarrollar.

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.

Es muy importante que la gente mantenga la tradición en la preparación de sus platos; Perú no sería lo que es hoy en día en el mundo sino no hubiese guardado las tradiciones de cómo se prepara tal plato, lo mismo México si ellos no conservaran desde los utensilios, la vestimenta, la forma de preparación de sus platos; por lo tanto nuestro país, nuestra provincia, Portoviejo y sus parroquias rurales deben guardar esos saberes ancestrales y estamos nosotros obligados desde la academia a rescatarlos y fomentarlos a través de proyectos de tesis, artículos científicos, etc, para que las próximas generaciones puedan conocer; tenemos un patrimonio vivo que son las personas que aun elaboran muchos productos y que lamentablemente en otros casos ya se han perdido pero que todavía desde la Universidad podemos archivar todo y recopilar esa información que es muy importante y que hasta cierto punto hace falta mucho trabajo para conservarla.

15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?

En mi caso no solo es la gastronomía, hay otros recursos que hacen que al pensar en estas parroquias considere que se encuentra un patrimonio cultural vivo como son las mismas personas no solo las que elaboran los productos gastronómicos sino aquellos que en este caso puede ser las que siembran la misma cultura montuvia nuestra, con sus costumbres, tradiciones orales hacen que uno evoque estos sitios y tenga claramente guardado en su memoria muchos ritos especiales que se desarrollan en la cultura montuvia durante todo el año.

16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?

Por supuesto que si es muy importante que se promueva la gastronomía en esta zona rural de Portoviejo, por las razones que he mencionado como por ejemplo que dinamiza la economía familiar, el empoderamiento de la mujer, la participación de los jóvenes en este tipo de actividades es de gran impacto social, económico y cultural; y su vez podría permitir un mayor desplazamiento de turistas pero sin afectar la capacidad de carga de estos espacios y sobre todo a la cultura que hay en estos lugares a través de la participación de actores como el municipio, las parroquias, la empresa privada que también puede ayudar y de otros actores como la academia que pueden fortalecer estos lugares con el acompañamiento de expertos para que ellos puedan desarrollar junto con las comunidades este tipo de turismo como lo es el rural, comunitario, gastronómico, entre otros.

Entrevista #8

Ma. Fernanda Buzzeta, Chef Profesional

Directora de la Escuela Gastronómica de Manabí

Vicedecana de la carrera de gastronomía en la UTM.

1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.

Soy chef profesional, directora de la Escuela Gastronómica de Manabí y vicedecana de la carrera de gastronomía en la UTM; tengo más de 15 años de profesión, he dedicado mi carrera a la cocina manabita, a la promoción, difusión y al conocimiento de esta, desde la academia, desde diferentes propuestas que se han dado y puedo decir que soy una de las referentes en cuanto a cocina manabita y en cuanto a conocimiento de cocina patrimonial en temas de proyectos.

2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?

Hace más o menos 6 años junto al Alcalde Agustín Casanova cuando comenzó su gestión, iniciamos proyectos de reactivación económica y de promoción turística para los sectores rurales del cantón, empezamos con Calderón al ser una de las parroquias con mayor número de habitantes y con uno de los productos que más se promociona en esta parroquia, que es la morcilla, así surgió el primero festival de la morcilla y a raíz de esta feria que tuvo mucha acogida pre-terremoto surgió la idea de reactivar económicamente no solo a Calderón sino a cada una de las parroquias del cantón y a través de la Dirección de Turismo identificaron qué plato se ofrecía más o que tradicionalmente se reconozca en cada sector.

3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, ¿cuál cree Ud. que es la potencialidad turística?

La principal potencialidad de ambas es su gastronomía y luego San Plácido tiene más para ofrecer a través de sus recursos naturales.

4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?

La gastronomía ancestral tiene una gran influencia y es una mezcla se podría decir de la parte precolombina con las técnicas y sabores que nos fueron adaptados a través de los tiempos por diferentes culturas que tenemos.

La potencia gastronómica de las parroquias de Calderón y San Plácido es bastante alta, ya que las personas buscan la parte rural además de tener espacios amplios, actividades de recreación, es por la oportunidad de consumir una comida criolla o típica que difícilmente se encuentra en la ciudad.

5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?

En Calderón se identifica a la morcilla y en San Plácido la tonga.

6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?

La gastronomía aporta mucho al desarrollo turístico de un lugar ya que como he mencionado anteriormente, las personas tienen la necesidad de un turismo experiencial, donde la mente se conecte con el paladar y esto da oportunidad de crecimiento a una comunidad tanto social como económicamente.

7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?

Nuestras mujeres del campo son las dueñas de los saberes ancestrales y las técnicas en cuanto a cocina se refiere, y para desarrollar un turismo rural es necesario tomar en cuenta varios aspectos que complementen este tipo de turismo, la gastronomía ancestral aporta considerablemente al desarrollo de una comunidad ya que es un atractivo de personas que buscan satisfacer sus necesidades de manera que ese plato los transporte a sus antepasados.

8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?

En muchos casos las mujeres de la ruralidad son quienes no tienen otra opción que buscar en sus conocimientos que han aportado sus abuelas, sus madres en cuanto a gastronomía en lograr sustentar a su familia y así solventar la economía en su hogar.

9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar?

Yo estuve en la organización y he participado en cada una de ellas, se podría mejorar en diferentes aspectos, uno de los puntos débiles que se evidenció en estos festivales es que no se había alcanzado un desarrollo sostenible considerable, es decir, solo se lograba un aumento en la

economía en las fechas de los festivales, mas no durante el año que se vuelva una actividad sostenible en el tiempo.

10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?

Generan un impacto positivo para el crecimiento de las parroquias rurales, en lo social ayuda al reconocimiento del destino como referencia para pasar un momento agradable, lleno de naturaleza y buena comida, y a su vez dinamiza la economía de la comunidad.

11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?

Si creo necesario que se realicen de manera mensual, para que los ingresos puedan concebirse más tiempo durante el año; que las autoridades parroquiales trabajen conjunto con la comunidad para un tema de reactivación económica/turística.

12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?

La organización de los festivales gastronómicos ha sido muy buena, se cuida la calidad de los mismo, como escuela gastronómica nos vinculamos directamente en todo el proceso de preparación de los participantes; se podría mejorar en la presentación de los platos, hemos visto que hay una debilidad en ese tema, pero con capacitaciones se puede corregir.

13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

Definitivamente sí, pero los recursos naturales como los balnearios de agua dulce, haciendas, también son motivaciones para la afluencia de personas.

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.

Como conocedora del tema sí es muy importante que estas tradiciones no se pierdan ya que les da un valor diferenciador a las comidas, separa lo convencional de lo tradicional.

15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?

Como ya lo mencioné se tiene un valor cultural, con un plato que se prepara con técnicas o saberes ancestrales se puede contar una historia, porque han venido de generación en generación.

16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?

Claro que sí, porque permite conservar nuestras raíces ancestrales.

Entrevista #9

Magister Henry Valencia

Chef/Propietario del Restaurante “Mami Nina” en Calceta.

Docente en la carrera de Turismo en la ESPAM

1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.

Soy Ing. en Administración de Empresas Hoteleras de la ULEAM, realicé una maestría en Planificación y Gestión de Proyectos Agroturísticos y Ecológicos; tengo 20 años de experiencia en el área gastronómica, desde muy joven me apasionaba la cocina, aprender sobre la gastronomía típica, he sido parte de varios proyectos que involucra a la cocina manabita y actualmente trabajo en un proyecto para reconocimiento de la comida típica de Galápagos junto con otros compañeros, ya que en ese lugar se oferta solo comida extranjera.

2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?

Portoviejo tiene mucho que ofrecer, he tenido la oportunidad de recorrer muchos lugares donde aún se conserva los saberes ancestrales, las tradiciones; la gastronomía creo yo que es su principal potencialidad no por nada fue denominada Ciudad Creativa en el ámbito gastronómico por la UNESCO y también tiene recursos culturales y naturales.

3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, ¿cuál cree Ud. que es la potencialidad turística?

Ambas parroquias son atractivas por su gastronomía, la hospitalidad de su gente, el paisaje montañoso de San Plácido llama el interés de personas que quieren salir del ruido de la ciudad, sus balnearios de agua dulce.

4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?

La gastronomía ancestral guarda costumbres y tradiciones, desde las técnicas de cocción, hasta el emplatado son bien conservados; es muy importante para las parroquias rurales mantener esta potencialidad turística ya que es un gran complemento que atrae beneficios no solo para las personas que expenden gastronomía típica, sino para toda la comunidad.

5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?

A Calderón sin duda lo representa la morcilla y a San Plácido todo lo referente a la gallina criolla, especialmente la tonga.

6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?

Aporta muchísimo, como le dije anteriormente, es un complemento, cuando las personas realizan un viaje y llegan al destino buscan también satisfacer sus necesidades, entre ellas está alimentarse y es ahí donde los locales deben aprovechar y ofertar productos típicos de la comunidad a los

visitantes, de esta manera se da a conocer la buena gastronomía que es bien recibida ya que el cocinar en horno de leña, en vasijas de barro da un sabor magnífico a las comidas que hará que el visitante quiera regresar y disfrutar.

7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?

Es muy importante ya que se involucra directamente entre los principales atractivos de una zona donde las personas lleguen para adquirir un tipo de experiencia diferente, que tenga la oportunidad de vivenciar los saberes ancestrales para que sean transportados a la cocina de las abuelitas; que puedan realizar recorridos turísticos hacia los diferentes recursos naturales, culturales y gastronómicos.

8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?

Influye de manera directa, ya que es una de las principales fuentes de ingresos en dichas comunidades rurales.

9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar?

Si tengo conocimiento y he tenido la oportunidad de participar de algunas de ellas, me gusta conocer y degustar de la buena comida manabita, en cuanto a lo que se podría mejorar es que se realice una preventa, ya que noté en ciertas ocasiones que quienes ofrecían este tipo de productos no era suficiente para el número de personas que llegaban a consumir, y eso es una gran desventaja, en cambio tener una venta previa al evento es de gran ayuda y nos prepara para tener un beneficio seguro y así las personas no se vayan decepcionadas o hablando mal del festival.

10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?

Impactan de manera positiva tanto social como económicamente ya que da la oportunidad a las parroquias rurales de desarrollarse en el turismo, poder sacarles provecho a los recursos de manera sostenible aportan activamente al sector turístico de un destino y por ende genera dinamización económica en la comunidad.

11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?

Se podría hacer de manera mensual pero siempre y cuando haya una buena gestión y planificación, no podemos arriesgarnos a tener pérdidas, pero lo pronto creo que es conveniente dejar los festivales gastronómicos para una vez al año por tema de posicionamiento, o se podrían realizar en fechas claves, pero identificar que éstas no choquen con algún tipo de evento similar en otras parroquias cercanas.

12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?

La calidad ha sido muy buena, se podría mejorar en la presentación de los productos, seguir capacitando a los participantes en servicio al cliente, en cómo emplatar; es bueno presentar un plato de manera tradicional, pero en mi opinión se debe un poco modernizar, claro que sin perder la identidad.

13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

Claro que sí, aunque los balnearios de agua dulce también son otra de las razones, es un complemento ya que, si voy con mi familia a un día de campo, a disfrutar de una cascada, un río, también queremos degustar de una comida típica, salir de nuestra zona de confort, conectarnos con nuestras raíces ancestrales y con la naturaleza.

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.

El utilizar un horno de leña, vasijas de barro, utensilios hechos a base del mate, les dan un valor cultural y diferenciador a las comidas, conservar la tradición gastronómica es muy importante ya que hoy en día se está perdiendo mucho esa comunicación de los saberes ancestrales, es por esto que tenemos la misión de trabajar en rescatar eso que nos identifica no solo como manabitas sino también como un país pluricultural que tiene mucho para ofrecer al mundo.

15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?

A parte de verlo como un producto gastronómico importante, lo veo como un producto que tiene historia, cultura, porque me transporta a mis antepasados, me conecta y me recuerda a la cocina de mi abuelita que me hace amar aún más la gastronomía ancestral, por el sabor, por la historia que hay detrás de cada plato, sus técnicas de preparación le dan un valor único.

16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?

Por supuesto que sí, involucrar a los jóvenes a aprender a conservar lo nuestro, que la promoción no solo se quede en un video bonito y llamativo, sino que planifiquemos proyectos donde el tema principal sea nuestras raíces ancestrales.

Entrevista #10

Ing. Cecilia Cárdenas

Directora de Turismo del Municipio de Portoviejo

1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.

Soy también graduada de la ULEAM en el año 2009, me vinculé al desarrollo de la actividad turística de manera profesional en trabajos privados desde que era estudiante, trabajé en el ministerio de turismo 2 años, llegué al municipio de Portoviejo en el 2015, empecé como técnica, luego como coordinadora y ahora como directora de turismo.

En el ámbito gastronómico, cuando yo era técnica iniciamos desde los festivales gastronómicos con Calderón en el 2014, luego en el 2016 como estrategia de reactivación económica post-terremoto se le dio identidad a cada parroquia; incluso yo me reuní con cada uno de los presidentes parroquiales para determinar qué plato se iba a posicionar en cada parroquia y la fecha de estipulación de los festivales gastronómicos, por el tema de coordinación y logístico.

2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?

Sin lugar a duda es la gastronomía, que no es la que encontramos normalmente en la ciudad sino la que lleva este aspecto de identidad, que es de nuestros ancestros, que utiliza la cocina tradicional, el horno de leña, inclusive recetas que vienen de generación en generación; entonces este tema de gastronomía ancestral es uno de los principales atractivos obviamente complementados con la riqueza natural que tiene la zona rural.

3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, ¿cuál cree Ud. que es la potencialidad turística?

La riqueza natural tanto como el tema gastronómico porque se complementa, cuando uno termina de comer, quiere disfrutar de un

recorrido en una hacienda, un balneario de agua dulce, etc., pero la motivación de traslado o de visita es específicamente la gastronomía.

4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?

Demasiado importante por no decir vital, desde que empezamos con el tema de las ferias gastronómicas iniciamos motivando a las personas para que no pierdan estas recetas ancestrales, sigan utilizando ese tipo de utensilios pero lo que si estamos tratando de mejorar es el tema de presentación e inclusive el tema de manipulación de alimentos pero de ahí parte de esta tradición manabita y la potencialidad que tenemos no solo en Portoviejo sino en todo Manabí es el rescate de la gastronomía ancestral. Ahora nosotros por el tema de la denominación de Ciudad Creativa debemos fortalecer y cuidar estos que no se pierdan estos rasgos ancestrales en la cocina.

5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?

En realidad, Calderón lo tiene claro, es la morcilla, las personas se trasladan a esta parroquia para comer este tipo de alimento; en el caso de San Plácido fue bastante duro el tema de poder definir un plato para ésta porque en muchos lugares venden caldo o seco de gallina, pero yéndonos un poco más a la historia de lo que contaba el presidente realmente su potencialidad es la tonga.

6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?

Aporta muchísimo, porque prácticamente esta es la motivación de desplazamiento a la zona rural y por ende aporta significativamente y no es algo que se genera solo en 1 parroquia sino en todas las parroquias, tenemos esta ventaja y oportunidad para poder mostrarnos a nivel nacional e internacional por nuestra gastronomía e inclusive el tema del posicionamiento que se ha dado ha sido gracias a los festivales

gastronómicos realizados. Cuando iniciamos en el 2015 la presencia de personas no era tan masiva pero luego observamos que año a año desde el 2016 hasta el último del 2019 hubo siempre un incremento en el flujo de personas y a la vez dinamización de economía.

7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?

Es muy importante porque como ya lo mencioné ayuda a dinamizar la economía de una comunidad, es el complemento perfecto para que una persona pueda disfrutar de la naturaleza, la cultura.

8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?

Desde el 2018 iniciamos con el levantamiento de datos estadísticos, cuantos emprendimientos o cuantos ingresos de comida teníamos, cuanto preparaban de comida y cuanto vendían; en el 2019 aproximadamente 70 mil dólares se generaba en los festivales, lo que significaba que cada persona pudiera generar solo en ese día de trabajo de 400,00 a 500,00 dólares en venta, lo cual podría ser un sueldo básico que obtendría una persona trabajando un mes; los festivales que más ingresos generaban eran el de Calderón que en el último año fue de 22 mil dólares, y el de San Plácido que llegó a 12 mil dólares, entonces son los 2 principales festivales y luego le seguía Riochico con el ceviche de Pinchagua.

9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar?

Se podría mejorar empezando desde el proceso de inscripción, éste lo realizábamos a través de un proceso participativo y totalmente abierto desde los GADs parroquiales, ellos accedían a una convocatoria abierta y las personas que tenían negocios podían inscribirse, ahora para que estas personas se inscribieran era obligatorio que asistieran a una capacitación de manipulación de alimentos y de servicio al cliente, lo cual con eso

garantizábamos que todas las personas fueran con zapatos cerrados, cabellos recogidos, etc., de ahí como municipio nos encargábamos del tema del montaje para que todo esté uniforme, las carpas del mismo color, la mantelería, los espacios; en ese sentido año a año íbamos mejorando y en los siguientes años incluimos el tema artesanal porque también había un requerimiento desde la parte artesanal y de emprendimientos que tengan su espacio también, se complementó con presentaciones artísticas, en un inicio estaban enfocadas solo para adultos pero luego vimos la necesidad de incluir actividades para niños porque estos eventos son familiares.

Lo que tendríamos que mejorar que es una de las cosas que teníamos pretendido realizar este año era que participaran solo aquellos que tenían establecimientos, porque identificamos que había personas que se inscribían pero no tenían un negocio establecido, entonces por comentarios de las personas que querían regresar y no encontraban el lugar porque no existía generaba inconvenientes y así comenzar a generar un circuito gastronómico en la zona rural pero con locales físicos y así las personas puedan identificar el negocio y dar la continuidad de visita a estos establecimientos.

10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?

Como dije anteriormente en un solo día las personas generaban entre 400 a 500 dólares y en la parte social permitíamos vincular a personas que quizá no habían tenido la oportunidad de exponer sus productos, por ejemplo ya se identificaron y potencializaron muchísimos emprendimientos de la zona rural, vinos, rompopes, aceites; entonces esto permitía no solo dinamizar el tema de la gastronomía rural sino también otras actividades porque resulta que las personas que llegaban al festival iban a los balnearios y ahí consumían otros productos que no encontraban en la feria, entonces se generaba un tema de movimiento y dinamización económica a nivel de la zona rural.

11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?

Realmente nosotros las estábamos realizando pasando 1 mes o mes y medio porque como tenemos 7 parroquias rurales se planteaba la idea en ese sentido, porque si las pretendíamos realizar bimensualmente no nos alcanzaba y siempre se quedaría 1 parroquia fuera dentro del año y por eso pienso que de manera mensual tranquilamente se puede organizar y llegar al público objetivo por el tema de promoción.

12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?

En ese sentido fuimos bastante exigentes, en un inicio en el 2016 fue nuestro plan piloto y de ahí comenzamos a evidenciar cuáles eran las falencias y las estrategias que debíamos implementar para mejorar la ejecución de las ferias, por ende el acompañamiento de la escuela gastronómica fue fundamental porque ellos hacían todo el seguimiento, por ejemplo daban los gorrillos, delantal y guantes, era obligatorio que los utilizaran, sino lo hacían ellos pasaban un check list y el siguiente año si querían participar y no acataban las reglas de manipulación y demás para el próximo año estaban fuera; también los chefs pasaban por cada stand probando los productos y verificando que estuvieran en óptimas condiciones, gracias a esto no tuvimos ninguna denuncia ni ningún malestar de parte de los usuarios.

13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

La principal motivación es la gastronomía.

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.

Nuestra gastronomía tiene identidad y es lo que estamos nosotros tratando de fortalecer, si perdemos la identidad, perdemos el potencial de la gastronomía manabita; ahora con el tema de la pandemia ya todo este turismo masivo ha quedado a un lado, más bien se está fortaleciendo el tema del turismo rural, la cocina ancestral que se vive, saborea, que se experimenta, por lo cual es imprescindible y totalmente necesario conservar estas técnicas culinarias ancestrales dentro de nuestra gastronomía tanto cantonal como manabita.

15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?

Cuando pienso que voy a comer a la zona rural, lo primero que veo no es la comida sino me imagino un horno de leña con una olla de barro, ese olorcito a leña rico lo percibo cuando voy a esos lugares.

16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?

Totalmente de acuerdo que cuenten conmigo para poder apoyar en todo lo que se necesite.

2. Análisis de tendencias de las entrevistas

DOCUMENTO	FUENTE	INFORMACIÓN ANALIZADA
Entrevista #1	<u>Msc. María de los Angeles Gómez</u> Coordinadora de Turismo, Gobierno Provincial	Gastronomía Belleza natural Cultura sentido patrimonial Morcilla, gallina criolla Campeonato de la tonga Incremento de economía Ferias mensuales Balnearios de agua dulce
Entrevista #2	<u>Mg. Luis Andrade</u> Docente, Investigador de la ESPAM. Presidente de la Asociación Gastronómica de Manabí Coordinador de comunidad ALMA Slow Food Manabí Coordinador comité de Geoturismo Manabí y sur de Esmeraldas.	Cultura rural Ciudad creativa gastronomía típica Festivales gastronómicos Identidad Competitividad Inyección económica Promoción local Motivaciones tradicionales
Entrevista #3	<u>Mg. Isidro Rodríguez</u> Director de Turismo, Municipio de Manta	Competencia gastronómica cantonal Recursos naturales Tradiciones culinarias Desarrollo turístico Morcilla, Tonga Identidad cultural Mejorar presentación de servicios Equilibrio económico Ferias bimensuales Turismo sostenible

DOCUMENTO	FUENTE	INFORMACION ANALIZADA
Entrevista #4	<u>Mg. Guillermo Félix</u> Coordinador de Grupo de Investigación GISTUR	Destinos rurales Historia Balnearios de agua dulce Gastronomía ancestral Morcilla y Tonga Valor cultural Oportunidades de empleo Metodología para recolección de datos Desarrollo social y económico Organizar preventas y festivales mensuales Procesos ancestrales Pueblos mágicos
Entrevista #5	<u>Mg. Danny Avila</u> Responsable de la oficina en Manabí MINTUR Especialista en Mercadeos e inversiones.	Riqueza tradicional gastronómica Plus al destino Territorios rurales Herencia ancestral Influencia socioeconómica Percepción de calidad Identificar atractivos complementarios Estrategias de preparación
Entrevista #6	<u>Chef Fanny Vergara</u> Coordinadora y secretaria de ASOGASMA (Asociación gastronómica de Manabí) Presidenta de GASAN (Escuela rural popular de cocina ancestral y tradicional de Manabí).	Identidad cultural Potencial en rutas gastronómicas Turismo rural Potencial agrícola y turismo comunitario Producto turístico Innovación con identidad Cultura manabita Desplazamiento de personas Ingresos económicos Conocimiento ancestral Recetas y tradiciones Experiencias gastronómicas en zona rural

DOCUMENTO	FUENTE	INFORMACION ANALIZADA
Entrevista #7	<u>Mg. Eliana Poveda</u> Chef en gastronomía nacional, Escuela gastronómica de Manabí Docente en la UTM.	Reactivación económica Ruta del encanto Turismo rural Microemprendimientos gastronómicos Saberes ancestrales Morcilla, embutidos artesanales Tonga, seco y caldo de gallina criolla Sostenibilidad económica Desarrollo turístico alto Puntos de interés que conecten con la actividad gastronómica Patrimonio vivo
Entrevista #8	<u>Ma. Fernanda Buzzeta, Chef Profesional</u> Directora de la Escuela Gastronómica de Manabí Vicedecana de la carrera de gastronomía en la UTM.	Proyectos de reactivación económica Platos tradicionales Recursos naturales Potencia gastronómica en parroquias rurales Aporte al desarrollo turístico Crecimiento social y económico Valor cultural Raíces ancestrales Impacto positivo Festivales gastronómicos de calidad
Entrevista #9	<u>Magister Henry Valencia</u> Chef/Propietario del Restaurante “Mami Nina” en Calceta. Docente en la carrera de Turismo en la ESPAM	Saberes ancestrales Gastronomía típica Ciudad creativa Recursos culturales y naturales Técnicas de cocción Gastronomía como complemento importante Festivales con preventa Oportunidad de desarrollo turístico Posicionamiento Conservación de identidad Productos con historia Impacto social y económico

DOCUMENTO	FUENTE	INFORMACION ANALIZADA
Entrevista #10	Ing. Cecilia Cárdenas Directora de Turismo del Municipio de Portoviejo	Platos típicos representantes de cada parroquia rural Cocina tradicional Riqueza natural Cuidar y fortalecer nuestros rasgos ancestrales Motivación de desplazamiento en la zona rural Dinamización económica Gastronomía con identidad Desarrollo turístico Impacto positivo en el ámbito social Valor cultural

3. Herramienta

1. Háblenos un poco sobre Ud., de su experiencia en el sector turístico y gastronómico.
2. ¿cuál es la potencialidad turística de las parroquias rurales de Portoviejo?
3. Y en el caso de Calderón y San Plácido, ¿cuál cree Ud. que es la potencialidad turística?
4. ¿Qué opinión puede darnos acerca de la gastronomía ancestral? ¿Y Qué tan importante cree Ud. que es esta potencialidad gastronómica en las parroquias Calderón y San Plácido?
5. ¿Según su perspectiva qué plato considera que es el más representativo de Calderón y San Plácido?
6. ¿Cuánto considera Ud. que la gastronomía de las parroquias en mención aporta al desarrollo turístico?
7. ¿Qué tan importante es para el desarrollo del turismo rural la existencia de la gastronomía ancestral?
8. ¿De qué manera considera Ud. que este tipo de actividad gastronómica ancestral influyen o aportan a la economía de las comunidades en mención?
9. ¿tiene conocimiento de las ferias gastronómicas llevadas a cabo en las parroquias?, (alguna vez ha participado de ellas y cuál ha sido su experiencia), en qué considera Ud. que se podría mejorar?
10. ¿cómo cree Ud. que este tipo de actividades impactan en la parte social y económica de las parroquias?
11. En base a su experiencia, cree que este tema de las ferias gastronómicas debería ser una actividad mensual, trimestral, semestral, anual; ¿que aconseja Ud. desde su experticia?
12. ¿cuál es su apreciación en cuanto a la calidad de las ferias o los productos gastronómicos ofertados en estas parroquias?
13. Bajo su opinión ¿cree Ud. que la gastronomía es una de las razones por la cual las personas visitan estas 2 parroquias, o que otras motivaciones turísticas considera Ud. que atrae visitantes a estas comunidades?

14. Háblenos de la importancia de mantener la tradición gastronómica en la preparación de los platos de las parroquias.
15. Cuando a Ud. se le evoca la imagen de estas parroquias y de sus recursos gastronómicos, lo ve desde un punto de vista solo de alimento como un simple consumo o para Ud. tiene una importancia de nivel cultural, ¿más que un producto gastronómico? ¿Y por qué?
16. ¿Está de acuerdo en que se promueva aún más la gastronomía de la zona rural de Portoviejo? ¿Y por qué?

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Azevedo, P. G. (2010) "Gastronomia como marca identitária da cultura sanfranciscana". Revista de Desenvolvimento Econômico (Edição Especial): 91-98

Barrera, E. (1999). Las Rutas Gastronómicas. Santiago de Chile.

Barrera, E. (2003) "las rutas alimentarias argentinas. Un aporte para la construcción de las rutas alimentarias americanas". Ponencia presentada en el Seminario sobre Turismo Rural y su Contribucion a la Creación de Empleo y la Conservación del Patrimonio. Asunción, Paraguay 12 al 13 de mayo.

Beer, S. (2008) "Authenticity and food experience - commercial and academic perspectives". Journal of Foodservice 19(3): 153-163

Beluzzo, R. A. (2004) "Valorização da cozinha regional". In: Araujo, W. M. C.; Rezende, A. P.; Tenser, C. M. R.; Pilla, N. V. & Flausino, M. C. Coletânea de palestras de gastronomia e segurança alimentar. UnB, I Congresso Brasileiro de Gastronomia e Segurança Alimentar, Brasília

Bernete, F. (2013). Análisis de contenido. Lucas, A., Novoa, A. Conocer lo social, estrategias de construcción y análisis de datos, 193-203.

Blanco, M. y Riveros, H. (2004): «Las rutas alimentarias una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la Ruta del Queso Turrialba (Costa Rica)», Toluca: Congreso Agroindustria Rural y Territorio – ARTE–, Toluca (México).

Bologna (2014). Bologna regulation on public collaboration for urban commons. Fondazione del Monte di Bologna e Ravenna. LabGov - LABoratory for the GOVer nance of commons.

Borja, G. (2018, Sept. 26) Evaluación de la gastronomía del Cantón Balzar para el diseño de ferias gastronómicas. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayas.

Butler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications

for Management of Resources". Canadian Geographer, 24 (1), 5-12.

Chen, Y. (2008) "Embodying nation in food consumption: changing boundaries of "taiwanese cuisine". Tese (PhD in Faculty of the Humanities) - Leiden University, Leiden

COHEN, L.; MANION, L. Métodos de investigación educativa. Madrid: Muralla, 1990.

Cracolici, M. F. y Nijkamp, P. (2008) "The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions". Tourism Management, 30: 336-344.

Elías, L. V. (2008). Paisaje del viñedo: patrimonio y recurso. PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural, 6(2es), 137-158.

Espinosa, M. V. (2018, Abril, 7). La gastronomía impulsa el turismo en la provincia de Manabí. Diario El Comercio.

Garay, L. (2007) El Ciclo de Evolución del Destino Turístico. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña. Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, España. 1309913711

Garufi, J. (1998). Valorización del patrimonio culinario regional en el Turismo Rural. III Seminario Internacional de Turismo Rural en el Cono Sur. Buenos Aires, Noviembre. Edición LADEVI

Gobierno Municipal de Portoviejo (2019). Festivales Gastronómicos. Portoviejo.

Gobierno Provincial de Manabí (2019). Gastronomía de la provincia de Manabí.

Gobierno Provincial de Manabí (2019). Historia de Portoviejo. Portoviejo.

Guerrero, G. P. E., & Ramos, M. J. R. (2014). Introducción al turismo. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

INEC, (2010). Censo de población y vivienda 2010 República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [10, Octubre, 2013] Disponible en: <http://www.inec.gob.ec>

Jesús-Contreras, D. D., & Thomé-Ortiz, H. (2018). Patrimonio enogastronómico en el centro de México. Estetización y autenticación como mecanismos de apropiación turística. *Anthropology of food*, (13).

Jiménez Bulla, L. H., & Jiménez Barbosa, W. G. (2013). Turismo: tendencias globales y planificación estratégica. Colombia: Ecoe Ediciones, 2013. p 121.

La Hora (2010). Rumbo a la ruta del Encanto. Portoviejo. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/noticia/996484/rumbo-a-la-ruta-del-encanto>.

Lainez, M. (08 de 06 de 2015). La gastronomía ancestral y su influencia en el turismo cultural de la comunidad de Libertador Bolívar (tesis de pregrado). Universidad Estatal Península de Santa Elena , La Libertad.

López Guzmán, T., Uribe Lotero, C.P., Muñoz Fernández, G. y Ríos Rivera, I. (2016). Perfil sociodemográfico, valoración de atributos y nivel de satisfacción. Estudio de Festivales gastronómicos, Guayaquil –Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 21(76), 674-692.

López, L. S. M., Castillo, S. E. M., & Rodríguez, M. B. (2016). Tendencias gastronómicas. Recuperado el. Recuperado a partir de [http://web.uaemex.mx/Culinaria/ocho_ne/PDF% 20finales](http://web.uaemex.mx/Culinaria/ocho_ne/PDF%20finales), 208.

Mason, M. C. & Paggiaro, A. (2009) “Celebrating local products: the role of food events”. *Journal of Foodservice Business Research* 13(4): 364-383

Mendoza, I., Dumet, Y., Chévez, T., Valencia, H., Alfonso, R., García, N., & Blanco., G. (2017). Diagnóstico turístico de las parroquias rurales del Cantón Portoviejo. Portoviejo.

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2013). La gastronomía ecuatoriana al alcance de todos. <https://www.turismo.gob.ec/la-gastronomia-ecuatoriana-al-alcance-de-todos/>

Ministerio de Turismo. (2019). El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuatoriano-crecio-un-11-en-2018/>

- Mistura, G.** (01 de octubre de 2011). blog spot. Recuperado el 04 de junio de 2018, de <http://www.misturalima.blogspot.com/2011/10/marco-teorico-del-tema-deinvestigacion.html#comment-form>
- Molano, O. L.** (6 de abril de 2017). revistas.uexternados.edu.co. obtenido de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/download/1187/1126>
- Muller, S. G. & Fialho, F. A. P.** (2011) "A preservação dos saberes, sabores e fazeres da gastronomia tradicional no Brasil". Travessias 5(1): 176-189
- Oleas, E., & Gonzáles, J.** (2018). Repositorio Universidad de Guayaquil.
- OMT** (2012) "Global Report on Food Tourism". Madrid
- OMT** (2016) "Segundo Foro Mundial de Turismo Gastronómico". Lima
- OMT**, 2005, 2006: Barómetro del turismo mundial. Madrid
- OMT.** (2013). Recomendaciones OMT.
- OMT.** (2015). El turismo un fenómeno económico y social.
- OMT.** (2019). Definiciones de turismo de la OMT. OMT, Madrid. doi:DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.
- Pearce, Douglas** (1991). Desarrollo Turístico. Su planificación y ubicación geográficas. México, Trillas.
- Perez, J.** (2008). CULTURA DEFINICION. Obtenido de <https://definicion.de/cultura/>
- Porto, J. P.** (15 de 01 de 2008). DEFINICION.DE. Recuperado el 08 de 01 de 2017, de <http://definicion.de/cultura/>
- Poveda, E., Buzetta, M., & Cartay, R.** (2020). Reactivación económica tras sismo 16A. Festival gastronómico en parroquias rurales Portoviejo (Ecuador) 2016-2019.
- Richards, G.** 2002 "Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?". En A. M. Hjalager y G. Richards (Ed.), Tourism and Gastronomy (pp. 3-20). Londres: Routledge
- RIELG, Aloïs.** (1997). El culto moderno a los monumentos. Ed. Visor. Madrid, España.

Sánchez, V., & Curiel, J. (2015). Turismo gastronómico y enológico. Madrid: Dykinson.

Santos, C. R. A. dos (2005) “A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa”. *História: Questões & Debates* 42(1): 11-31

Schlüter, R. G. (2003). Turismo y patrimonio gastronómico: una perspectiva (No. 338.48: 641.5). CIET Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

Schlüter, R. G., & Ellul, D. T. (2008). Gastronomía y turismo en Argentina polo gastronómico Tomas Jofré. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2es), 249-268.

Tellstrom, R.; Gustafsson, I. B. & Mossberg, L. (2005) “Local food cultures in the swedish rural economy”. *Rural Sociology* 45 (4): 346-359

Torres, J. M. M., & De la Fuente, G. M. C. (2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios Sociales: Revista de investigación científica*, 17(1), 181-204.

Uchida Silva, K. N. (2018). Condiciones turísticas del caserío Huacamochal, distrito Usquil, provincia Otuzco-Región La Libertad, para formar parte del potencial circuito turístico Alto Chicama como alternativa para el desarrollo turístico local.

UNESCO (2019) Ciudades creativas de la UNESCO. París.

UNESCO, (2006) Patrimonio Cultural inmaterial.

Vive el Nordeste de Murcia (2018). Gastronomía. Obtenido de <http://viveelnordeste.com/patrimonio/gastronomia/>.