



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
“MANUEL FÉLIX LÓPEZ”**

**CARRERA DE TURISMO**

**INFORME DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO**

**MECANISMO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:  
EL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO EN EL  
DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN  
PORTOVIEJO**

**AUTORAS:  
ALCÍVAR CALDERÓN MARIUXI TATIANA  
ZAMBRANO LOOR MARÍA JOSÉ**

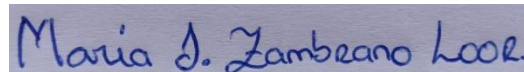
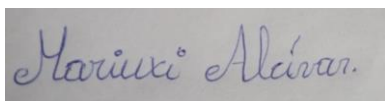
**TUTOR:  
MG. JOSÉ RAFAEL VERA VERA**

**CALCETA, FEBRERO DEL 2023**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Alcívar Calderón Mariuxi Tatiana y Zambrano Loor María José, con cédula de ciudadanía 1315218832 y 0952550424, declaramos bajo juramento que el Trabajo de Investigación Curricular titulado: **EL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO EN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN PORTOVIEJO**, es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, concedemos a favor de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, conservando a nuestro favor todos los derechos patrimoniales de autor sobre la obra, en conformidad con el Artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.



.....  
**MARIUXI T. ALCÍVAR CALDERÓN**

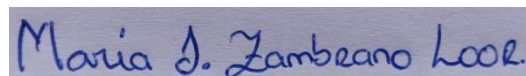
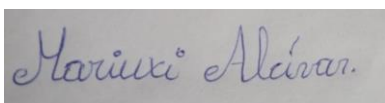
**CC: 131521883-2**

.....  
**MARÍA J. ZAMBRANO LOOR**

**CC:095255042-4**

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Alcívar Calderón Mariuxi Tatiana y Zambrano Loor María José, con cédula de ciudadanía 1315218832 y 0952550424, autorizamos a la Escuela Superior Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, la publicación en la biblioteca de la institución del trabajo de Integración Curricular titulado: El patrimonio cultural gastronómico en el desarrollo de los emprendimientos turísticos en Portoviejo, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.



.....  
**MARIUXI T. ALCÍVAR CALDERÓN**

**CC: 131521883-2**

.....  
**MARÍA J. ZAMBRANO LOOR**

**CC:095255042-4**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

José Rafael Vera Vera Mgs, certifica haber tutelado el trabajo de Integración Curricular titulado: **EL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO EN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN PORTOVIEJO**, que ha sido desarrollado por Alcívar Calderón Mariuxi Tatiana y Zambrano Looor María José, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....  
**ING. JOSE RAFAEL VERA VERA, MGS**

**CC: 1313176131**

**TUTOR**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de Integración Curricular titulado: **EL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO EN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN PORTOVIEJO**, que ha sido desarrollado por Alcívar Calderón Mariuxi Tatiana y Zambrano Loor María José, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE CARRERAS DE GRADO** de la Escuela Superior Politécnica de Manabí Manuel Félix López.

.....  
**PHD JHONNY P. BAYAS ESCUDERO**

**CC: 1802180628**

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

.....  
**MG. MARIBEL MEJÍA RAMOS**

**CC: 1305399675**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

.....  
**PhD. MARIA FERNANDA GARZÓN**

**CC: 0909275752**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por otorgarnos sabiduría, salud y perseverancia para poder culminar nuestra tesis.

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que me dio la oportunidad de forjar mis conocimientos profesionales día a día;

A mi madre que estuvo presente en cada uno de mis avances y en los momentos más difíciles de este proceso; además un sincero agradecimiento

A mis compañeros de clase porque más que amigos fuimos una familia; y

A quien ahora es mi pareja porque día a día vio el esfuerzo, la dedicación y las ganas de superación y sostuvo la confianza en mí apoyándome en todo lo que podía.

### **ALCÍVAR CALDERÓN MARIUXI TATIANA**

Agradezco a Dios por haberme otorgado sabiduría, salud y perseverancia para poder culminar mi tesis.

A mi maravillosa familia, quienes me han apoyado y han creído en mí en todo momento, con su ejemplo de superación, humildad y sacrificio enseñándome a valorar las pequeñas cosas de la vida.

A la universidad por darme la oportunidad de convertirme en una profesional en lo que tanto me apasiona y a cada maestro por formar parte de este proceso académico.

A mí compañera de tesis por ser una gran amiga, por caminar junto a mi lado en todos estos años de esfuerzo y dedicación.

### **ZAMBRANO LOOR MARÍA JOSÉ**

## **DEDICATORIAS**

A mi madre por haber pasado noches enteras a mi lado apoyándome y dándome fuerzas para seguir en la continuidad de esta etapa de mi vida.

A mi padre que, aunque ya no se encuentre en estos momentos con nosotros fue quien me formó con valores y responsabilidad.

### **ALCÍVAR CALDERÓN MARIUXI TATIANA**

Este trabajo fruto de mi esfuerzo y constancia va dedicado con todo mi corazón a mis padres Nelson y Joconda, pues ellos son la motivación de mi vida.

A mis hermanos Bryan y Karla por ser ellos la razón de sentirme tan orgullosa de culminar esta meta.

Y a mí sobrino Nahel por inspirarme a ser mejor persona cada día.

### **ZAMBRANO LOOR MARÍA JOSÉ**

## TABLA DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
AGRADECIMIENTOS	vi
DEDICATORIAS	vii
TABLA DE CONTENIDO	viii
CONTENIDO DE TABLAS	x
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	1
1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2 JUSTIFICACIÓN	7
1.2.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	7
1.2.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	8
1.2.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	9
1.3 OBJETIVOS	9
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	9
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
1.4 IDEA A DEFENDER	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	11
2.1 IMPACTO DEL COVID-19 EN EL TURISMO	11
2.2 LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DURANTE LA PANDEMIA COVID-19.	15
2.3 LA REALIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN ECUADOR.	18
2.4 EL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO DE MANABÍ	21
2.5 IMPORTANCIA DE LA DECLARATORIA DE CIUDAD CREATIVA DE LA UNESCO A PORTOVIEJO	23



2.6 EL PATRIMONIO Y EL TURISMO, RETO Y REALIDAD EN PORTOVIEJO	24
CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO	28
3.1 UBICACIÓN	28
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	29
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	38
FASE I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICO CON VALOR PATRIMONIAL PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CANTÓN PORTOVIEJO.	38
4.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	38
4.1.1. GOBERNANZA	40
4.1.2. COMPONENTE POLÍTICO	40
4.1.3. COMPONENTE ECONÓMICO	41
4.1.4. COMPONENTE SOCIAL	42
4.1.5. COMPONENTE AMBIENTAL	44
4.1.6. COMPONENTE TURÍSTICO	45
4.2. IDENTIFICACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO DE PORTOVIEJO.	47
4.3 ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS CON VALOR PATRIMONIAL.	48
FASE II. ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO	54
4.2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA CON VALOR PATRIMONIAL.	54
4.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO.	58
FASE III. DISEÑO DE ESTRATEGIAS	64
4.3.1 ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA ESTRATÉGICA DEL TERRITORIO.	64
4.3.1.1 PRINCIPALES FACTORES DEL ANÁLISIS FODA	66
4.3.1.2 PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL	67
4.3.1.3 SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL	67
4.3.1.4 IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS	67
4.3.2 DEFINICIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE GESTIÓN.	68
4.3.3 ESTRATEGIAS DE ACCIÓN.	68

	x
4.3.4 SEGUIMIENTO Y CONTROL	71
4.3.4.1 SEGUIMIENTO	71
4.3.4.2 CONTROL	74
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78

## CONTENIDO DE TABLAS

<b>TABLA 1.</b> AUMENTO DE LAS RESTRICCIONES TURÍSTICAS.	12
<b>TABLA 2.</b> IDEAS DE EMPRENDIMIENTOS INNOVADORAS POST COVID-19.	17
<b>TABLA 3.</b> PROPUESTAS METODOLÓGICAS.	28
<b>TABLA 4.</b> DISEÑO METODOLÓGICO	30
<b>TABLA 5.</b> CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO.	36
<b>TABLA 6.</b> PARROQUIAS DE PORTOVIEJO	37
<b>TABLA 7.</b> PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE PORTOVIEJO	38
<b>TABLA 8.</b> POBLACIÓN DE PORTOVIEJO	38
<b>TABLA 9.</b> POBLACIÓN POR SEXO	38
<b>TABLA 10.</b> ÁREAS PROTEGIDAS	40
<b>TABLA 11.</b> LISTA DE RESTAURANTES	44
<b>TABLA 12.</b> PLATOS TÍPICOS PREDOMINANTES	47
<b>TABLA 13.</b> FUNCIONAMIENTO.	49
<b>TABLA 14.</b> ESTABLECIMIENTOS DE EXPENDIO DE COMIDA GASTRONÓMICA	51
<b>TABLA 15.</b> EDAD.	54
<b>TABLA 16.</b> MEDIOS DE INFORMACIÓN.	58
<b>TABLA 17.</b> CON QUIÉN REALIZA SUS VIAJES.	59
<b>TABLA 18.</b> MATRIZ FODA	61
<b>TABLA 19.</b> CUADRANTE DE LA MATRIZ FODA	62
<b>TABLA 20.</b> FACTORES PRINCIPALES DE ANÁLISIS FODA	62
<b>TABLA 21.</b> ESTRATEGIA DE GESTIÓN.	64
<b>TABLA 22.</b> PROPUESTA PARA EL PLAN OPERATIVO	66
<b>TABLA 23.</b> PLAN DE SEGUIMIENTO	69

## CONTENIDO DE FIGURAS

<b>FIGURA 1.</b> UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN PORTOVIEJO	27
<b>FIGURA 2.</b> PROPÓSITOS DEL CANTÓN PORTOVIEJO.	39
<b>FIGURA 3.</b> PATRIMONIO GASTRONÓMICO ATRACTIVO PARA EL CONSUMIDOR	45
<b>FIGURA 4.</b> LA GASTRONOMÍA TÍPICA UN PLUS DIFERENCIADOR.	46
<b>FIGURA 5.</b> POSICIONAMIENTO GASTRONÓMICO	48
<b>FIGURA 6.</b> PROMOCIÓN.	49
<b>FIGURA 7.</b> PROCEDENCIA.	54
<b>FIGURA 8.</b> MOTIVACIONES DE VISITA.	55
<b>FIGURA 9.</b> TIPO DE GASTRONOMÍA.	56
<b>FIGURA 10.</b> GASTOS.	57
<b>FIGURA 11.</b> LA COMIDA TÍPICA UN ELEMENTO RELEVANTE.	58

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad diseñar estrategias de gestión del patrimonio cultural gastronómico para que los emprendimientos cuenten con una alternativa viable para su correcto progreso; se trabajó desde un nivel exploratorio no experimental, con un enfoque mixto. Inicialmente, se ejecutó un diagnóstico situacional actual de los emprendimientos gastronómicos, como segunda etapa se realizó un estudio del mercado turismo gastronómico, finalmente se diseñaron las estrategias de gestión. A través de la revisión bibliográfica y documental se determinó que el destino Portoviejo cuenta con características patrimoniales en la elaboración de los platos típicos, mediante la aplicación de encuesta se analiza que los turistas tienen inclinación por los platos tradicionales que se encuentran en Portoviejo, finalmente se diseñaron las estrategias de gestión las cuales se enfocan en las áreas de gobernanza, conocimiento, seguridad, innovación, sostenibilidad y el uso de las TIC, la identificación de las mismas permitió un mejor abordaje del turismo cultural gastronómico, de tal manera que estos establecimientos sean directamente beneficiados, también se estableció el plan operativo que permita el rastreo de las acciones para así validar su eficacia, además de un seguimiento que permite designar responsables a cada una de las actividades, así mismo un registro de control para llevar a cabo si se cumple o no las actividades. En conclusión, se puede manifestar que el destino Portoviejo cuenta con una riqueza cultural gastronómica potencial y mantiene el conocimiento ancestral, pero requiere de una debida gestión para su conservación.

**Palabras clave:** Turismo gastronómico - Patrimonio cultural - Emprendimientos turísticos - Gastronomía ancestral.

## ABSTRACT

The purpose of this research was to design management strategies for the gastronomic cultural heritage so that the enterprises have a viable alternative for their correct progress; work was done from a non-experimental exploratory level, with a mixed approach. Initially, a current situational diagnosis of gastronomic ventures was carried out, as a second stage a study of the gastronomic tourism market was carried out, finally management strategies were designed. Through the bibliographical and documentary review, it was determined that the destination in Portoviejo has patrimonial characteristics in the preparation of typical dishes, through the application of a survey, it is analyzed that tourists have an inclination for traditional dishes found in Portoviejo, finally management strategies were designed, which focus on the areas of governance, knowledge, security, innovation, sustainability and the use of ICT, their identification allowed a better approach to gastronomic cultural tourism, in such a way that these establishments are directly benefited, the operational plan was also established that allows the tracking of the actions in order to validate their effectiveness, in addition to a follow-up that allows designating responsible for each of the activities, likewise a control record to carry out whether or not the activities are fulfilled. In conclusion, it can be stated that the destination in Portoviejo has a potential gastronomic cultural wealth and maintains ancestral knowledge, but requires proper management for its conservation.

**Keywords:** Gastronomic tourism, Cultural heritage, Tourist ventures, Ancestral gastronomy.

# **CAPÍTULO I. ANTECEDENTES**

## **1.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El patrimonio cultural gastronómico genera oportunidades de ingreso para las comunidades a través de la puesta en valor y la comercialización de los elementos tangibles e intangibles que lo conforman, esto, por ende, conlleva una mejora socioeconómica para sus habitantes, que incrementa la importancia de su adecuada gestión en busca de conservar las tradiciones culturales, que se manifiestan en la experiencia vivencial en el contacto real con los turistas (Mora, 2019).

La gastronomía es un patrimonio inmaterial transmitido de generación en generación, se origina por colectivos y grupos de personas en respuesta al medio en el que se desarrollan y se relacionan con la naturaleza y su propia historia, construyendo así un sentido de identidad que promueve el respeto a su diversidad cultural y humana. En consecuencia, el patrimonio cultural gastronómico en los últimos años ha mantenido gran aceptación por parte de la demanda turística en Ecuador, debido a que prefieren conocer las costumbres de cada localidad de una manera más vivencial, es decir, que por medio del hábito culinario de los pueblos se conlleva elementos sensoriales capaces de transmitir aspectos intangibles del patrimonio cultural inmaterial que, más allá de ser un hábito necesario para todos los comensales llevan una historia de costumbres y tradiciones ancestrales, concretamente es posible percibir la diferencia entre la comida preparada en horno de leña y la que se elabora de modo convencional.

De tal modo el turismo gastronómico implica grandes oportunidades de desarrollo local y de lucha contra elementos adversos del territorio. El planteamiento anterior, concuerda con la definición expresada por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) quien afirma que, “el turismo gastronómico es una forma de promover el crecimiento económico y prevenir la disminución de la población. El turismo

gastronómico tiene el potencial de incrementar económicamente a los grupos más vulnerables, como mujeres, jóvenes o comunidades indígenas y rurales” (p. 126).

La OMT (s.f) define al turismo como: “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”(p.10, párr.1). Y dentro del sistema turístico está la planta conformada por los servicios y productos que comprende; alojamiento, transporte, alimentación, recreación y servicios de apoyo. En 2019 se registran a nivel mundial 1 500 millones de visitas internacionales, lo cual representa un crecimiento del 4% en la actividad turística con respecto al año pasado. En el Ecuador, hasta el 2019, el sector de servicios turísticos y gastronómicos abarcó más del 50% del número de empresas dentro del total de los sectores económicos (Marín, Haro, y Ávalos, 2021).

En este sentido, esta modalidad de turismo ha crecido considerablemente y se está tornando en uno de los factores más importantes para atraer y definir la competitividad de los destinos turísticos, permite proporcionar productos para los turistas que buscan ofertas culturales y degustar de la comida típica de otros territorios. A pesar de que la comida típica es una gran oportunidad para el turismo, se observa que las entidades gubernamentales tienen muy poca iniciativa y participación para poder desarrollar el turismo gastronómico.

Para Álvarez y Rivas (2020). “al proceso cultural gastronómico se incorporan otros aspectos como creatividad, innovación y emprendimiento, los cuales constituyen un punto de vista central para el desarrollo organizativo de las empresas gastronómicas en el contexto de las estrategias o iniciativas de desarrollo territorial” (p.106). Por consiguiente, un emprendimiento gastronómico requiere del desarrollo de habilidades para transmitir una buena comunicación, liderazgo y sobre todo una actitud positiva, es decir, que estos emprendedores deben tener la facultad de gestionar situaciones adversas y así crear vínculo con la comunidad, el gobierno, empresas y otros emprendimientos.

Ecuador cuenta con gran potencialidad turística para ofrecer una variedad de productos innovadores direccionados a la gastronomía, no obstante, una de las problemáticas más fuertes en la actualidad es la ausencia de proyectos direccionados a fortalecer su cultura y tradiciones por parte de las autoridades competentes, esa débil puesta en valor ocasiona un panorama negativo en el que cada vez son menos las personas que luchan por mantener viva la identidad gastronómica; esto debido a que la población deciden migrar a otros lugares por falta de empleo, de allí la problemática de la aculturación.

El litoral ecuatoriano presenta una gastronomía de muy buena aceptación, siendo esta región tomada como piloto para potenciar el desarrollo gastronómico y hacer de este un producto competitivo, meta que se promocionó a través del proyecto desarrollado por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2014) con el eslogan comercial “ECUADOR A LA CARTA” y la Gran Feria Internacional Gastronómica Turística del Ecuador; la feria se conforma de la participación de cinco de las 24 provincias del país (Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro). Evidentemente, el turismo gastronómico en la región costa tiene una gran notoriedad ya que representa el 35% de los viajeros con fines turísticos y el 50% de estos se trasladan por motivaciones gastronómicas, de acuerdo con PLANDETUR 2020 como se citó en Mendoza, Gómez y Álvarez (2020).

Con la apropiada gestión del turismo gastronómico es posible generar mejoras en el tejido económico de una comunidad, sobre todo en término de generación de emprendimientos. En Ecuador, prevalece una necesidad imperativa por fortalecer dicho tejido, debido a las dificultades en empleabilidad como lo señala Araque y Argüello (2020) quienes describen la percepción de la economía en Ecuador como un elemento complejo, con afectaciones en la producción de empleo sobre todo en sectores vinculados al turismo como la hotelería y restauración. Además, a esto se le suma que, la mayor parte de los negocios carecen de un plan viable que permita o garantice el éxito en el mercado turístico o empresarial, ya que esto en su mayoría se desarrollan empíricamente sin una planificación estratégica.



La provincia de Manabí es una de las zonas más ricas en diversidad gastronómica de la región costa de Ecuador, reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Para Sornoza y Párraga (2019) “la provincia de Manabí se puede considerar como privilegiada en cuanto a gastronomía, debido a que mayor parte de la zona es agrícola y ganadera, identificándose por sus platos elaborados con base a los conocimientos ancestrales” (p. 17).

Pero a pesar de que esta provincia goza de una gran riqueza gastronómica, un importante aspecto a considerar es que la cantidad de productos que diversifican la oferta turística es muy limitada. Desde dicho punto, la gastronomía es un recurso que podría ser utilizado para crear rutas, circuitos y emprendimientos, para ser más específicos, en algunos casos se ofrecen servicios que no cumplen con las exigencias del turista, sin productos innovadores o poco atractivos, lo que no permite consolidar una imagen fuerte y atractiva del producto. Cabe recalcar que, este problema se suscita como resultado de la mala organización y el poco interés de las autoridades tanto provinciales como locales por desarrollar este tipo de actividades, sumado a la poca participación del sector privado, y las insuficientes alternativas que han provocado que Manabí esté estancado y no pueda desarrollarse turísticamente.

La cultura gastronómica en Manabí, alberga un amplio legado de tradición y saber ancestral, basada en productos mayormente producidos u obtenidos en su territorio. Así lo señala el Gobierno de Manabí (2019), “la gastronomía manabita es una tradición cultural milenaria, produce gran variedad de materia prima para la preparación de exquisitos platos que combinados con productos del mar y de la producción de su tierra generan diversidad de sabores típicos y ancestrales” (p. 1).

A pesar de las características positivas anteriormente expuestas en el contexto gastronómico, existen riesgos latentes que amenazan la permanencia de este legado en el tiempo. Algunas de estas amenazas surgen desde las comodidades que propicia la modernidad, como la introducción de nuevos dispositivos para la realización de actividades culinarias que implican la adopción de nuevas técnicas y

ocasionan el abandono de las que albergan un legado generacional. Otro de los riesgos más representativos toma lugar en el sector primario, donde los productos agrícolas no son debidamente valorados, desmotivando al productor y reduciendo la actividad agrícola que sirve de insumo principal a la gastronomía tradicional; la repercusión de este factor adverso, conlleva a la escasez de insumos para la preparación de platos tradicionales lo cual ocasiona la introducción de productos sustitutos, un claro ejemplo en la comida típica manabita, es la sustitución de la yuca (mandioca) por la papa.

Sin embargo, la gastronomía no solo posee implicaciones culturales, así lo señala Castillo y González (2017) como se cita a continuación “la gastronomía es un hecho social no sólo como un acto alimentario, existen aspectos que lo relacionan, lo diferenciador en lo social de acuerdo al consumo o el toque artístico que se emplee demostrando sentimientos por la cocina local” (p. 104).

Por otro lado, analizar la gastronomía como un negocio, implica representar un modelo en el que deben predominar importantes factores internos propios de una empresa familiar, incluida la herencia o transmisión de generación en generación, la continuidad, los ánimos del emprendedor, las destrezas de innovar y de diferenciarse de la competencia; sin embargo frente a estos factores se da una problemática importante la aculturación que se produce por la migración de la población, esto debido a la falta de fuentes de trabajo. Todas estas problemáticas suceden porque los recursos financieros son limitados y la mayoría de los emprendimientos no generan lo suficiente para mantenerse en el avance de la tecnología. Es evidente que estos sucesos afectan directamente a la provincia, lo que se traduce en menos oportunidades para enfrentar la competencia, haciendo que los turistas prefieran otros destinos que utilizan sistemas innovadores para llamar su atención.

El cantón Portoviejo, posee una gran variedad gastronómica en su territorio, la cual representa el patrimonio y la identidad cultural manabita. Su innovación la distingue de otros cantones porque dotan de valor a las creencias alimenticias, la sazón, su

gente, la hospitalidad, la historia, el origen y la evolución por la que ha pasado la cocina ancestral.

En Portoviejo, por su categoría de capital de la provincia de Manabí, se logra destacar que, gracias a su afluencia turística el territorio, sin embargo, se observa una limitada coordinación intersectorial (público, privada, comunitaria) que permita la generación de propuestas o incentivos que fortalezcan las iniciativas sobre todo en el desarrollo de productos gastronómicos. Así mismo, existe una inadecuada promoción de los emprendimientos gastronómicos por parte de los habitantes locales.

Es importante resaltar el evento catastrófico ocurrido el 16 de abril de 2016, cuando uno de los peores terremotos en la historia del país, afectó gravemente la infraestructura del cantón Portoviejo y para el contexto de esta investigación, generó limitaciones en los establecimientos de expendio de comida, las que aún no han sido superadas en su totalidad. En la actualidad, otro acontecimiento nocivo para el turismo, apareció en medio de los esfuerzos por recuperarse de los daños causados por el terremoto. La pandemia del COVID-19, ha afectado tanto la salud de los habitantes como su economía, generando pérdidas millonarias a las empresas turísticas a nivel mundial, con similares repercusiones en el área bajo estudio. Para Kantis y Angelelli (2020) “el emprendimiento se ha visto afectado por la pandemia de la Covid-19, varios negocios han tenido que cerrar sus puertas y han visto deteriorado su flujo de caja” (p. 12). Hoy en día Portoviejo es una de las ciudades de Manabí que ha sido más afectada por esta enfermedad, ya que por el confinamiento obligatorio muchos de los pequeños emprendimientos tuvieron que cerrar, trayendo consigo falta de liquidez.

Por una parte, en cuanto a la infraestructura e intención emprendedora el país posee estas ventajas, sin embargo, para Araque, Rivera, y Argüello (2020) “Portoviejo tiene limitaciones en relación con el ambiente regulatorio, la normativa en torno a abrir y cerrar negocios, las capacidades de negocios en línea y la innovación” (p. 11).

Espinosa (2018) señala que antes del terremoto de 2016, las ferias gastronómicas se realizaban solo en ciertos cantones, pero luego del sismo personas de diferentes regiones de Manabí participaron en eventos como ferias, festivales en lugares turísticos ofertando la comida típica, dependiendo del producto que se ofrezcan en cada cantón o comunidad y así se reactivó la economía de la provincia y crecieron los negocios locales, además cabe señalar que la idea nació en una zona rural. Sin embargo, la falta de apoyo del sector privado ha provocado una falta de interés por parte de los empresarios para participar. El sector público está tratando de promover la cocina local hasta cierto punto, pero es necesario mejorar la planificación y organización de estos.

Otra de las problemáticas más presentes en la actualidad, son las limitaciones en relación a las facilidades e infraestructura, por ejemplo, la falta de señalización turística, ya que el visitante no conoce el lugar en el que se encuentran los emprendimientos gastronómicos y en particular en las comunidades rurales de Portoviejo. Esto se refleja en el limitado desenvolvimiento turístico en la zona rural del cantón y la escasa propuesta de productos turísticos que impulsen el desarrollo tanto del turismo como de los emprendimientos gastronómicos.

En vista de que Portoviejo presenta una escasa oferta en emprendimientos culturales gastronómicos surge la siguiente interrogante:

¿De qué manera el patrimonio cultural gastronómico contribuirá al desarrollo de los emprendimientos turísticos en Portoviejo?

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

### **1.2.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

El diseño de las estrategias de gestión del patrimonio cultural gastronómico se presentó con la finalidad de contribuir al desarrollo de los emprendimientos turísticos de Portoviejo. El sustento teórico servirá como base para comprender cada uno de los términos empleados en la investigación, además de entender el amplio concepto de la gastronomía típica con valor patrimonial que representa cada una de las

comunidades, para lo cual se tomaron referentes bibliográficos diferentes que sustentan la investigación en el cual Polanco et al. (2019) resalta la importancia del desarrollo de los emprendimientos los cuales forman parte del sistema turístico, por otro lado, Auquilla et al. (2019) y Cevallos (2018) mencionan que los emprendedores deben adaptar la tecnología como una alternativa para superar los crecientes problemas económicos debido al COVID-19. Por otro lado, se toma como referente teórico a Choez (2021) el cual menciona que la gastronomía tiene una relación estrecha con la economía, ya que la alimentación es fundamental en el ser humano, además de jugar un papel importante en el aspecto social-cultural de un determinado lugar. Por lo que, se puede resaltar la importancia de promover el patrimonio cultural a través de la alimentación además de conocer las técnicas ancestrales que destacan en cada una de sus preparaciones.

### **1.2.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

Desde el punto de vista práctico, la investigación se justifica ya que se establecieron lineamientos factibles que contribuirán al desarrollo de los emprendimientos gastronómicos en Portoviejo, se busca la conformación de estrategias de gestión turística de acuerdo a los recursos del cantón y sus comunidades locales utilizando los elementos establecidos en esta investigación para desarrollar el turismo de forma adecuada y este pueda ser aplicado al desarrollo de los emprendimientos culturales gastronómicos lo que será de gran beneficio para aquellos establecimientos que se encuentran en proceso de desarrollo y futuros emprendedores que buscan ofertar la comida típica del cantón.

Así mismo, este documento representa una base para el desarrollo de los emprendimientos turísticos gastronómicos, por lo tanto, será un apoyo documental para los dueños de estos emprendimientos que desean desarrollar desde un enfoque más óptimo que les permita cumplir sus objetivos, esto con el fin de generar beneficios económicos y mejorar la calidad de vida de las familias, a la vez, el apoyo de la práctica de las técnicas ancestrales para la preparación de sus alimentos con

los cuales ayudará al proceso de flujo de turistas permitiendo un desarrollo turístico y socioeconómico de los involucrados.

### **1.2.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

La presente investigación se justifica desde el punto de vista metodológico con aportes de estudios en los que resaltan lineamientos que contribuyen a la gestión del patrimonio cultural gastronómico. Bajo este contexto investigativo se consideró como principal referente metodológico la propuesta de Robles (2020), la cual se enmarca en el diseño de estrategias para la gestión de la gastronomía tradicional como parte del patrimonio cultural inmaterial; un proceso que parte desde el diagnóstico, seguido por la identificación del perfil del turista, la caracterización de los platos típicos y el diseño de estrategias. Además, otros trabajos afines al tema de esta investigación han sido considerados (García, Carreño y Doumet, 2016; Sacón y Vera, 2018; Párraga, Cobeña, Gámez y Vélez, 2019; Mendoza, Gómez y Álvarez, 2020; Choez, 2021) con el fin de fundamentar la propuesta metodológica de Robles 2020, en sus fases, donde enmarca las actividades, métodos, técnicas y herramientas, para diseñar las estrategias de gestión del patrimonio cultural gastronómico que aporten al desarrollo de los emprendimientos turísticos en el cantón Portoviejo.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar estrategias de gestión del patrimonio cultural gastronómico para el desarrollo de los emprendimientos turísticos en Portoviejo.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar la situación actual de los emprendimientos gastronómicos con valor patrimonial para el desarrollo de la actividad turística en el cantón Portoviejo.
- Realizar un estudio de la oferta y la demanda potencial del turismo gastronómico con valor patrimonial en Portoviejo.
- Proponer soluciones estratégicas para la gestión del patrimonio cultural gastronómico de los emprendimientos turísticos del Cantón Portoviejo.

### **1.4 IDEA A DEFENDER**

El diseño de estrategias para la gestión del patrimonio cultural gastronómico contribuirá al desarrollo de los emprendimientos turísticos en Portoviejo.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 IMPACTO DEL COVID-19 EN EL TURISMO**

El sector turístico a nivel nacional e internacional se ha visto afectado por diferentes desastres naturales o diversas enfermedades epidemiológicas que han aparecido en el transcurso de la historia de las cuales se ha obtenido como resultado pérdidas humanas así como también pérdidas económicas lo que han retrasado la pronta recuperación del país sin embargo, se tomaron medidas con el fin de ir adaptándolas según las necesidades; “enfermedades como el síndrome *MERS* que apareció en el 2012 -2015; el virus AH1N1 o gripe porcina que estuvo en el 2009; el *SARS* en el 2002-2003 no tuvieron tanta incidencia en el sector turístico como el COVID-19” (Menchero, 2020, p. 10)

El COVID-19 ha ocasionado el mayor de los temores a nivel nacional e internacional debido a su grado de mortalidad como se dio a inicios de esta enfermedad, además de incluir otros factores como la pérdida económica que se dio en los países de desarrollo ya que en su gran mayoría la producción y exportación de productos fue paralizada además de que los prestadores de servicios turísticos se vieran en la penosa obligación de cerrar sus puertas al público según Vega, Castro, y Romero (2020) “debido a esta pandemia los países que emprenden masivamente se vieron en la obligación de captar las restricciones que adaptó el gobierno como: cancelar el tráfico aéreo en un 96% y de cerrar sus fronteras” (p. 10)

La comunidad científica puso a prueba sus conocimientos puesto que la pandemia los mantuvo en una situación complicada a inicios del 2020 pues en este punto se analizaron cercos epidemiológicos como también se habló de una serie de factores que traen como consecuencia esta enfermedad, para autores como Vega, Castro, y Romero (2020) “Los desastres naturales y los eventos inesperados, como la COVID-19, son ejemplos importantes de factores determinantes, los cuales tienen



profundos efectos en las personas y la sociedad, y como resultado tienen el potencial de afectar notablemente los flujos turísticos” (p. 10)

A continuación, en la tabla 1 se muestran las restricciones por regiones turísticas dentro del primer trimestre desde que inició la pandemia las mismas que fueron aumentando en gran porcentaje por territorios de todos los continentes del mundo.

**Tabla 1.** Aumento de las restricciones turísticas.

REGIONES	5-10 FEBRERO		9-16 MARZO		16-24 MARZO		24 MARZO-6 ABRIL		GLOBAL
	# PAISES	% INCR	# PAISES	% INCR	# PAISES	% INCR.	# PAISES	% INCR	
<b>ASIA Y PACIFICO</b>	31	60%	36	44%	42	23%	46	22%	100%
<b>AMÉRICAS</b>	9	17%	15	19%	37	20%	47	22%	92%
<b>EUROPA</b>	7	13%	12	15%	48	27%	50	24%	93%
<b>ORIENTE MEDIO</b>	3	6%	9	11%	12	7%	13	6%	100%
<b>ÁFRICA</b>	2	4%	9	11%	42	23%	53	25%	100%
<b>MUNDO</b>	52	100%	81	100%	181	100%	209	100%	96%

**Fuente:** Elaboración propia en base a Menchero (2020)

Se puede visualizar que a nivel internacional se aplicaron las restricciones debido a los efectos que ocasiona esta enfermedad además de observar que en el primer trimestre cuando inició la pandemia se realizó un cierre casi total de todas las actividades, tanto de visitas, como la venta en comercio y locales, etc.

Debido a las dimensiones territoriales de cada lugar se pudo evidenciar las pérdidas a mayor y menor escala, como en el caso de Bolivia que se encuentra dentro de los

cuatro países que se estima tuvieron mayor índice de pérdidas para lo cual se pronosticó una mayor pérdida en la caída de su producto interno bruto (PIB) en un 2,1%, como lo menciona la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2019) “el estimado de pérdidas de US\$ 25.804 millones, equivalen a un 0,8% del PIB para el año 2020, Las pérdidas absolutas se concentran en Argentina, Colombia, Brasil y Perú; estos cuatro países sufrirían el 80% de las pérdidas totales” (p. 108).

El impacto en cuanto a llegadas de turistas internacionales y pérdidas económicas para el 2020 puede ser cuantificado en una desventaja de entre 850 y 1.100 millones de turistas internacionales, una reducción de entre 910.000 millones y 1,2 billones de dólares, en ingresos por exportaciones del turismo, y entre 100 y 120 millones de puestos de trabajo en empleo directo del sector turístico García y Fernández (2020)

La pandemia de COVID-19 ha golpeado gravemente a Ecuador, no solo en términos de salud, también en la sociedad, economía y política; las estadísticas oficiales las cuales lejos de la realidad se han expuestos más de 85.000 personas afectadas aproximadamente y una cantidad de mortalidad muy alta. En este contexto, se estima que en la actualidad el declive de las industrias para el año 2022 caerá un 60% al 80%, situación preocupante porque la industria del turismo es una actividad clave para crear divisas ingresos y empleos en todo el mundo; además se considera que un 80% está constituido en pequeñas y medianas empresas que afectan negativamente no sólo tratándose de viajes también para otros departamentos relacionados al turismo directa o indirectamente, según declara, La Organización Mundial para el Turismo (OMT, 2020)

Las pérdidas son significativas para lo que va del año, la inexistente movilización de las líneas aéreas internacionales, la paralización de exportaciones, disolutas ventas de comercio y otras series de factores donde notablemente en el sector turístico de los diversos países se verían afectados, a consecuencia las grandes, medianas y

pequeñas empresas tendrán poca afluencia de visitantes lo que en pocas palabras no les permite una pronta recuperación.

Para el Banco Central del Ecuador (como se citó en Vega, Castro, y Romero, 2020), “las pérdidas económicas se estiman en \$5.200. Los más afectados son: comercio \$1.978; transporte \$666 y turismo 585 millones de dólares. Se estima que se pierde el 4,1% de puestos de trabajo, equivalente a 335.000 persona”. (p. 19).

A consecuencia de la crisis sanitaria se presentaron diversos factores entre ellos el desempleo, que también fue uno de los tantos otros agravantes que se presentaron frente a esta pandemia; muchas personas fueron despedidas de sus cargos debido a la falta de recursos económicos para dar solvencia a las necesidades de los mismos, por lo que surgieron incertidumbres y miedos por parte de personas vulnerables y jefes de hogar, lo que provoca un escenario mucho más desolador frente a una enfermedad que causó tal magnitud de afectaciones en todo el país.

De acuerdo con la OMT (2020) “el sistema turístico se ha visto afectado y millones de puestos de trabajo están en riesgo en una de las industrias económicamente que más mano de obra emplea” (p. 1) debido al tamaño de contagios que se originó a principios del primer trimestre y las restricciones donde solo se aceptaba un aforo mínimo de personas, y tomando en cuenta las pérdidas económicas que ya se evidenciaban; las empresas se vieron en la penosa obligación de despedir a los empleados de forma temporal. El ministro del Trabajo de Ecuador Luis Poveda como se citó en Silva (2020) “menciona que a consecuencia de la pandemia aproximadamente unos 173.000 trabajadores fueron desvinculados de sus cargos” (p. 1)

Para Ecuador el escenario fue difícil debido a que el sector turístico nunca había enfrentado a una pandemia de alto impacto donde no sólo se siguen perdiendo vidas humanas también se evidencia las pérdidas económicas, debido a estos resultados que son muy notorios Ecuador tendrá que desarrollar y planear estrategias que ayuden a recuperar y fortalecer la prestación de servicios turísticos de acuerdo con Toledo (2021) “entre el primer trimestre del 2015 y el cuarto trimestre

del 2019 el turismo receptor aportó al Ecuador en promedio el 19% del PIB es decir alrededor de 490 millones de dólares” (p. 12) lo que significa que el aporte por parte de un turismo receptor es significativo para el país por ende se deben aplicar estrategias que permita la pronta recuperación de este sector.

Ecuador un país tan pequeño, con variedad para ofrecer al turista llevaba un buen desarrollo de crecimiento debido a los diversos proyectos uno de ellos “Reactívale Ecuador” impulsado por el gobierno nacional y establecido por entidades gubernamentales además de la puesta en valor de sus productos pese a esto se tomaron medidas de reactivación empezando desde los territorios rurales donde se prevé una recuperación a mediano y largo plazo.

Sin embargo, pese a que la provincia de Manabí no cuenta con un número elevado de visitas internacionales, para el MINTUR como citó en Félix y García (2020), Manabí es una provincia reconocida a nivel nacional e internacional por su originalidad y exquisitez gastronómica, recibiendo aproximadamente 600.000 turistas internacionales cada año, esta cifra representa alrededor de un 30% de los 2 millones de visitantes que recibe el país anualmente.

Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo como se citó en Observatorio Ciudadano de Manabí (OCM, 2020) “en el terremoto del 2016, 33% de empresas las disminuyeron su personal y, en el 2020 durante la pandemia, este porcentaje subió al 36,6% y el 19,3% de empresas redujeron el salario a sus empleados” (p. 11), la principal causa fue porque hubo que aminorar gastos, también por la caída drástica de las ventas y todo esto se debió a una suspensión temporal de actividades por la emergencia y al confinamiento obligatorio.

## **2.2 LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DURANTE LA PANDEMIA COVID-19.**

El emprendimiento forma parte del sistema turístico, el cual es la base fundamental para la planificación turística y gestión de un destino; dentro de éste existen subsistemas que funcionan aisladamente y en conjunto para que toda la actividad y

el destino puedan ser competitivos. Según Polanco et al. (2019) “para su desarrollo, es importante contar con atractivos, infraestructura, servicios relevantes, el apoyo y participación de los residentes locales. Gracias a este sistema se genera una cadena de servicios que aporta con generación de empleo y, consecuentemente, mejores ingresos” (p. 12).

Para Vargas (como se citó en Menchero, 2020) los efectos de la pandemia han repercutido en un estancamiento severo de la actividad económica de diversos países, entre otros aspectos, a la interrupción o disminución de las cadenas de suministros de productos, la producción de las principales economías ha disminuido y los precios de las materias primas se han deteriorado.

Todas las situaciones anteriores son el resultado de las primeras medidas de cuarentena y restricciones de movimiento del gobierno, con el propósito de aplanar la curva de infección de este virus. “En cuanto a los ingresos en 2020, se menciona una reducción del 41% en alojamiento y servicios de comida, del 12% en comercio al por mayor y menor, y del 7% en agricultura, silvicultura y pesca” (OCM, 2020, p. 22), debido a las restricciones, la actividad turística se paralizó, por lo que era obvio que en los primeros meses la actividad pasará de un crecimiento a un colapso.

De acuerdo con Menchero (2020), el mismo colapso que no sólo existe en las industrias del turismo a gran escala pues su horizontalidad hace que el declive de las industrias tenga un efecto dominó, que no sólo afecta al sistema turístico si no que a todos los elementos que directa o indirectamente dependen de él, incluyendo los territorios y economías locales y nacionales.

Dado que las empresas están impulsando la economía del país, es necesario incentivar una mayor innovación, especialmente en el sector de servicios donde se ubica la industria turística, porque concentra la mayor parte del empleo y el valor económico agregado. En este proceso de crecimiento económico, las empresas responden a las nuevas oportunidades que brinda el mercado y serán las que se desarrollen con éxito, esta capacidad de respuesta está estrechamente relacionada con la innovación de productos y servicios.

En contexto, las nuevas tendencias relacionadas con el emprendimiento se basan en la inserción de las tecnologías, debido a que existen tantas ofertas comerciales en los mercados de negocios y servicios, es difícil hacer juicios de valor para mantener qué tipo de emprendimiento es el más rentable. Por este motivo, se han identificado nuevas empresas que han surgido gracias a la necesidad durante la presencia del COVID-19. En este punto autores como Rodríguez et al. (2020) “indican seis ideas de emprendimientos innovadores que tomaron fuerzas con la presencia del coronavirus, estos negocios son realizados para generar ingresos y sostenibilidad económica a los emprendedores y empresarios que realizan una actividad económica” (p. 24).

**Tabla 2.** Ideas de emprendimientos innovadoras post Covid-19.

<b>Vender conocimientos</b>	El mundo digital es la gran tendencia de nuestra generación, pero eso no significa que no podamos inspirarnos en nuestros propios conocimientos para lo que consideramos que dominamos a la perfección.
<b>Hacer marketing de afiliación</b>	El internet se ha convertido en un aliado para los negocios, porque da paso a los beneficios que brinda el mercado digital que a su vez permite promocionar los productos de otros y ganar una comisión por cada venta que se genere desde cualquier lugar.
<b>Crear un negocio sustentable</b>	Esto se debe a que las leyes de consumo son cada vez estrictas con los comercios y, por ende, estos deben ofrecer a sus clientes alternativas eco-friendly (amigo de la ecología)
<b>Entrar en el mundo de las startups</b>	Para iniciarse en este mundo, es importante comprender todo lo que involucra desarrollar ideas en este entorno para esto es necesario entender el mercado, las necesidades del cliente y mejorando lo que ya existe.
<b>Social media manager</b>	Este hace mención a quienes se dedican a administrar cuentas de redes sociales y se encargan de darle valor a la marca o empresa para quien trabajan.
<b>Producto + experiencia</b>	Este se encarga de captar y mantener la atención de sus clientes por medio de una evolución de lo que ya existe.

**Fuente:** Rodríguez et al. (2020)

El turismo ha ido evolucionando de a poco por lo que debe ir a la par el turismo con la innovación, es decir, adaptarse a los cambios y las necesidades de los clientes ya que estas herramientas con las que se cuenta hoy en día son de gran utilidad, las llamadas tecnologías de información y la comunicación TIC tienen acogida en los países de mayor desarrollo, debido a que en los últimos años se ha considerado el gran porcentaje que tiene la población en uso de internet lo cual facilita la comercialización para todo tipo de emprendimiento en este caso los negocios de expendio de comida típica de Portoviejo, los cuales tienen gran acogida a nivel nacional e internacional pero carece de elementos que le permitan un mejor manejo de sus establecimientos para desarrollarlo de la mejor manera.

La recuperación económica, especialmente en el sector de servicios, es ciertamente una realidad a mediano y largo plazo, dependiendo de muchos factores y políticas emitidas por el gobierno, en ese sentido, el gobierno de entonces anticipó que las medidas gubernamentales implementadas hasta ahora se verían levemente reducidas debido al impacto financiero que sufrieron la mayoría de los empresarios y que se ha visto reflejado en el cierre de hoteles, restaurantes, centros de recreación, agencias y operadoras de viajes entre otros. El sector privado empresarial turístico representado a través de las Cámaras de Turismo, no se sienten realmente respaldados por el Ministerio de Turismo (Félix et al. 2021).

### **2.3 LA REALIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN ECUADOR.**

Una manera de mantener y recuperar lo perdido es a través de la innovación, la cual aporta significativamente al turismo debido a la necesidad de atraer clientes potenciales que se encuentran lejos, por ende, pese a que se cuenta con internet el cual en la actualidad ofrece mucho más que solo comunicación, ya se brinda una realidad virtual y una forma de hacer llegar tus productos de forma rápida. En este punto, los emprendedores adaptan las tecnologías como una manera de innovación que permita el desarrollo de sus empresas. Auquilla et al. (2019) señalan que “en

las últimas décadas, este concepto ha sido importante porque se ha convertido en una alternativa para superar los crecientes problemas económicos del país” (p. 24).

El espíritu empresarial siempre ha sido la base para reactivar la economía desde un punto en el que no hay muchas posibilidades. Sin embargo, las llamadas TIC actuales están ayudando a desarrollar y poseer instalaciones innovadoras y son ampliamente aclamadas en todo el mundo, pero autores como Quevedo et al. (2020) señalan que “Ecuador, con respecto a las empresas turísticas se estima que éstas realizan menos innovaciones que sus pares en otros países de la región”. (p. 16).

Dado que la estructura productiva del país es altamente dependiente de la industria primaria, necesita diversificar su matriz de producción y generar nuevos ingresos para mejorar su economía, por lo que ha puesto en marcha una serie de medidas para impulsar el desarrollo del turismo que contribuya directamente a los ingresos económicos, “el crecimiento económico de Ecuador se debe a la política del actual gobierno hacia los generadores de ingresos, no a un país enfocado en este sector primario a desarrollar principalmente la industrialización y en especial los servicios” (Castillo, Herrera, y Zambrano, 2016, p.13).

Sin embargo, ciertas decisiones gubernamentales afectan de alguna manera el desarrollo productivo como es el caso del nuevo sistema tributario micro empresarial que se implementó el 13 de febrero del 2019 para promover la formalización de las empresas, tomando en cuenta que el impuesto del 2% a las ventas es un factor que va en detrimento de los emprendedores, porque es un porcentaje de sus ingresos, independientemente de que si llegara a generar ganancias. Al considerar la legalización, esto significa una amenaza y un obstáculo continuo.

Para el OCM (2020) “Manabí representa el 5,8% del Valor Agregado Bruto nacional” (p. 9). Sin embargo, durante los últimos años, por factores externos como el terremoto y la actual crisis sanitaria por el COVID-19, la provincia ha visto comprometida su capacidad económica.



En este contexto actual acompañada por la presencia del Coronavirus, las actividades que más perdieron según mencionan autores como Félix y García (2020) son “el comercio, seguido de los servicios, manufactura, agroindustria, agricultura, exportaciones y farmacéutica también tienen resultados negativos, pero en distinto grado, porque algunas actividades aún se encuentran operativas; el área total llega al 4%” (p. 24).

Según el estudio que plantea el OCM (2020) “por efectos de la pandemia, los ingresos del sector productivo de la provincia se redujeron en un 15%, en comparación con la que dejó el terremoto del 2016 que los ingresos de las empresas disminuyeron en un 6%” (p. 1.)

Partiendo de lo expuesto se puede mencionar que en la actualidad los emprendimientos que mantuvieron sus puertas abiertas al público no contaron con gran afluencia debido a las restricciones acogidas por el gobierno, además de que tuvieron pérdidas económicas por la falta de insumos para continuar con la oferta, sin embargo, pese a las afectaciones que tuvieron estos establecimientos optaron por mantener a flote sus emprendimientos.

En este contexto se puede decir que, los emprendimientos que se generan partiendo de esta necesidad como es la de alimentarse, tendrán una gran acogida y en conjunto un trabajo a menudo con instituciones públicas o privadas para desarrollar estrategias de valor que permitan diversificar la propuesta y así obtener mejores resultados, en síntesis, se entiende que el crecimiento de una localidad sea esta rural o urbana está condicionada a varios factores que permitirán una mejora para las comunidades receptoras, como lo menciona Llor (2020) “el turismo comunitario se presenta como una alternativa sostenible permanente de cambio social y crecimiento económico especialmente para las comunidades rurales que busca mejorar las condiciones de vida y trabajo”. (p 248).

## 2.4 EL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO DE MANABÍ

“Desde el punto de vista social, la gastronomía tiene una relación estrecha con la economía, ya que la alimentación es tan fundamental en el ser humano, además juega un papel importante en el aspecto social-cultural de un determinado lugar” (Choez, 2021, p. 6), cabe recalcar que la gastronomía es un medio de identificación de una localidad o región, de esta manera cuando escuchamos mencionar ciertos platillos típicos, podemos asociar que pertenece a un lugar determinado, motivando al turista, amante de sabores y saberes ancestrales a que visite los lugares donde se da tal actividad gastronómica.

Por lo tanto, una buena gestión de la gastronomía es una oportunidad para el desarrollo económico de las localidades receptoras, además, cabe resaltar que las motivaciones del turista han cambiado en los últimos años ya que tienen una inclinación hacia un turismo más convencional, es decir fuera del tradicional como el turismo de masas y qué mejor oportunidad que hacer énfasis en la comida típica de cada lugar a su vez compartiendo un poco de sus tradiciones y costumbres milenarias , así lo afirma el Gobierno de Manabí (2021) “la gastronomía es una tradición milenaria, se produce una gran variedad de materias primas que, combinados con productos del mar y producción de la tierra, genera una variedad de sabores típicos y ancestrales que enriquecen la gastronomía de la zona” (p.1).

En contexto se puede mencionar las características con las que cuentan los platos tradicionales de la Provincia de Manabí, la materia prima que más destacan son los mariscos, el maíz, el maní, el almidón, el plátano, la yuca; de allí derivan exquisitos platos tradicionales como el viche de pescado o camarón, los panes de yuca o almidón, las tortillas de maíz, las deliciosas tongas criollas, el tigrillo, etc; además de mencionar los derivados de la leche como la nata, el suero blanco, la mantequilla entre otros.

Para Proaño, Cherres, y López (2021) “la industria turística afectada por la pandemia COVID-19 necesita de forma urgente tomar medidas de apoyo

inmediatas para evitar la quiebra y el cierre de sus empresas; donde los ejes a considerar son: reactivación, normas de bioseguridad y financiamiento” (p. 12). Para tal efecto se necesita la colaboración de entes públicos y privados que les ayude de tal manera que puedan alcanzar sus objetivos; una propuesta idónea como la que presentó el MINTUR “Reactívate Turismo”, basada en el plan “Reactívate Ecuador” impulsado por el Gobierno nacional para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).

Para Zurita y Monge (2018) la gastronomía en Portoviejo se ha transformado en uno de los componentes más importantes en el turismo en estos últimos años, en vista de que uno de los criterios a tomar en cuenta para aumentar las potencialidades es el uso de redes sociales y plataformas tecnológicas para la difusión de la gastronomía y negocios respectivos al ámbito restaurantero, por este motivo la tecnología ha fortalecido el acceso a diversas oportunidades para potencializar el sector gastronómico por medio de la publicidad conjunta donde el cliente no solo consume el producto, sino que elige por ofrecer a otros consumidores el servicio obteniendo como objetivo dar a conocer la gastronomía local.

Partiendo de lo expuesto se puede concluir que para que las pequeñas empresas puedan desarrollarse de una manera óptima se necesita del apoyo de entes públicos o privados que les permita una mejor gestión de sus negocios; seguido de una buena estrategia de comercialización donde pueda captar la atención del turista. Portoviejo para poder entrar en la Categoría de Ciudad Creativa una de las exigencias era el hecho de ser patrimonio cultural inmaterial, pues el legado gastronómico ha sido heredado de generación en generación. Por esto último, en 2018, el INPC certificó como patrimonio cultural inmaterial al viche, a la morcilla y a la chicha, comidas típicas de Manabí (El Universo, 2019).

Por tal motivo, el desarrollo de emprendimientos en el área gastronómica implica la cultura de una zona o destino establecido; en Portoviejo esta constituye parte de sus tradiciones y costumbres que permanecen enmarcadas en el conocimiento del arte culinario que han ido traspasando de generación en generación, mismos que

les han dado a los pueblos la fuerza para el desarrollo emprendimientos gastronómicos locales que acentúan las raíces de sus antepasados, pero al mismo tiempo los lazos culturales de la capital manabita.

## **2.5 IMPORTANCIA DE LA DECLARATORIA DE CIUDAD CREATIVA DE LA UNESCO A PORTOVIEJO**

Cada territorio puede desarrollarse ya que cuentan con estructuras productivas, como: mercados laborales, capacidades empresariales y tecnológicas además de infraestructura social y política, sin olvidar las tradiciones y culturas específicas de cada lugar, el proceso de desarrollo es claro de acuerdo con CEPAL (2001) “las localidades y territorios poseen una serie de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) que constituyen su potencial de desarrollo y economías de escala sin explotar” (p. 108).

A partir del 30 de octubre del 2019, Portoviejo fue declarada como ciudad creativa por parte de la UNESCO como mencionan autores como Félix, et al. (2021) “debido a que la cocina tradicional de Manabí está declarada como patrimonio cultural inmaterial del Ecuador, con el objetivo de promover un nuevo modelo de gestión turística, utilizando su patrimonio cultural y tomando como ejemplo la diversidad gastronómica” (p.4).

Para Cevallos (2018) “la innovación es el primer paso importante que debe dar Portoviejo para iniciar el desarrollo económico” (p.15), ya que tiene muchas potencialidades y oportunidades de cambio, entre las cuales están previstos muchos procesos a realizar para cambiar la capital de Manabí, que deben ser determinado o considerado comercio, salud, vivienda, educación y otros aspectos relacionados, entretenimiento, turismo y lo más importante la agroindustria, aprovechan al máximo los recursos naturales que brinda este espacio territorial.

La innovación tiene un impacto positivo en el crecimiento y desarrollo económico ya que aumenta la productividad, mejora las exportaciones y el comercio exterior, promueve la creación de empleo y resuelve problemas sociales y ambientales. En

consecuencia, puede mantener el crecimiento de los ingresos y la estabilidad del empleo, ayudar a diversificar la producción, estimular la creación de valor agregado en la región y contribuir al desarrollo económico esperado.

Al ser Portoviejo reconocida como ciudad creativa debido a su variada gastronomía brinda un amplio campo de posibilidades donde se pueden desarrollar diferentes emprendimientos no sólo a nivel local, por ende, es necesario realizar alianzas con empresas privadas o públicas gubernamentales que permita la entrada financiera que ayude a la implementación de los recursos necesarios para ofrecer un servicio o producto de calidad adaptados a esta nueva modalidad digital la cual es el medio por donde se están promocionando. Todos los platos típicos ocasionan que el cantón cuente con una diversa oferta gastronómica, por eso es muy evidente que cada vez más se formen negocios en el área de restauración y se fortalezca el turismo a través de ferias para degustar los platos típicos de las distintas parroquias de Portoviejo; sin lugar a dudas el escenario proyectado da pie para la llegada de visitantes de todo el país, mismos que se motivan de realizar sus viajes promovidos por conocer el arte culinario que muestra la capital manabita.

Portoviejo, tras la declaratoria por parte de la UNESCO, debe trabajar en la elaboración de infraestructuras que contengan espacios gastronómicos como restaurantes y centros de innovación investigación direccionadas tanto a la gastronomía como a la agricultura, todo esto deberá poseer una gran carga de valor patrimonial, además de mantener una adecuada gestión ayudaría a que Portoviejo siga ganándose reconocimientos a nivel mundial generando más atracción a los turistas e incentivando a conocer un poco más de la cultura manabita.

## **2.6 EL PATRIMONIO Y EL TURISMO, RETO Y REALIDAD EN PORTOVIEJO**

El cantón Portoviejo cuenta con diversidad de recursos para poder llevar a cabo la realización de la actividad turística de una forma adecuada, pero debido a la inexistencia de procedimientos que interrelacionan las instituciones públicas y

privadas, no se puede llevar a cabo el fortalecimiento y gestión eficiente del sector turístico. Para Cabrera, Pacheco y Villacreses (2020) “el patrimonio cultural es un recurso importante del territorio y las estrategias de desarrollo pueden gestionarse en base al conocimiento técnico, los recursos naturales, las estructuras económicas, sociales y políticas, las tradiciones, costumbres, creencias y el saber hacer” (p. 20).

Sin embargo, para el sector turístico el panorama es otro, por lo tanto, la gestión del patrimonio se ha convertido en un área indispensable para la implementación de emprendimientos locales de estrategias de desarrollo sostenible. Para el Banco Central del Ecuador (como se citó en Vásquez, 2021) “el principal indicador que explica el pronóstico de crecimiento es que las importaciones totales aumentaron en 4.331 millones de dólares estadounidenses y las exportaciones aumentaron en 2.609 millones de dólares” (p. 1).

La mala gestión de las instituciones públicas afecta directamente a la industria turística porque no hay conexión entre las dos partes, y esta se ve afectada por la falta de servicios básicos, visitas, conciencia ambiental y la implementación de instalaciones en cada lugar donde se realizan las actividades. Portoviejo enfrenta problemas que afectan su desarrollo turístico, principalmente por la mala gestión de las instituciones públicas y copia de la relación existente con el sector que brinda servicios turísticos privado, lo que genera desconfianza e incomodidad entre las partes, es decir la incorrecta aplicación e implementación de las estrategias de desarrollo socioeconómico afecta la gestión adecuada de alianzas estratégicas que permitan el crecimiento económico de las localidades receptoras,

De acuerdo con Rodríguez (2017) “a través de entrevistas con gestores clave de turismo sobre el desarrollo de alianzas público-privadas, estas fueron catalogadas como un proceso lento, con obstáculos y requisitos que en ocasiones obstaculizaron su difusión, dando lugar a una planificación insuficiente” (p. 146).

La gestión turística a nivel público y privado no contribuye al uso de los recursos turísticos, porque solo hay evidencia de desarrollo turístico en el mercado. Es necesario incorporar procesos de gestión para el desarrollo del turismo sobre la

base de políticas de fortalecimiento y la interacción plena entre los sectores público y privado donde se plantea alianzas estratégicas entre empresa y comunidad para fortalecer un objetivo en común que en este caso viene a ser el desarrollo gastronómico cultural.

El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) (como se citó en Félix, et al. 2021) “hizo énfasis dentro de su planificación a la vialidad, apoyo productivo, electricidad y seguridad, como prioridades post terremoto, con el lanzamiento de la Agenda Portoviejo ciudad digital, en la cual se buscaba reducir la exclusión y la brecha digital” (p. 15), además de acuerdo con los mismos autores, en esta agenda se prioriza las dimensiones inteligente donde el gobierno debe ajustarse al eje temático y productivo.

La tecnología también desempeña un papel importante, puesto que es probable que el distanciamiento social y los protocolos de salud e higiene sigan vigentes durante el futuro previsible, la prestación de servicios sin contacto y las inversiones en tecnología digital podrían tender un puente hacia la recuperación, y si la reducción de los viajes perdura como consecuencia de cambios en las preferencias de los viajeros o de las cicatrices económicas, es posible que algunos países dependientes del turismo se vean obligados a iniciar un complicado camino hacia la diversificación de sus economías. La inversión en otros sectores distintos del turismo es un objetivo a largo plazo, pero podría favorecerse reforzando los vínculos entre el turismo y la agricultura, las manufacturas y el entretenimiento

Para Diana Bravo directora de Turismo del municipio de Portoviejo señala que el código QR se puede encontrar en los modernos espacios recreativos como el parque la rotonda y las vegas, el complejo arqueológico, cerro de hojas – jaboncillo, la playa crucita, entre otros; en la gastronomía buscan posicionarlo gastronómicamente por lo que ha optado por aplicar un sello de calidad turística los cuales los establecimientos que reciban este distintivo debe pasar por un proceso de evaluación bajo parámetros de gestión administrativa ambiental calidad de

infraestructura y equipamiento, responsabilidad social e innovación en sus productos y servicios (Municipio de Portoviejo, 2022).

En contexto, los nuevos retos a los que tiene que enfrentarse los emprendedores es introducirse en la innovación, buscar nuevos modelos y mecanismos para ganar la confianza del consumidor, implementar servicios como el delivery, el pick up o la dark kitchen, afianzar una transformación digital ofreciendo experiencias más seguras (con protocolos sanitarios, por supuesto) y procurando todas las facilidades alrededor de la experiencia, a fin de ganar y de fortalecer la confianza del cliente.

.



## CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

El presente trabajo tiene como objetivo principal diseñar estrategias de gestión del patrimonio cultural gastronómico para el desarrollo de los emprendimientos turísticos en Portoviejo. La investigación es aplicada, de nivel exploratoria-descriptiva no experimental, con un enfoque mixto, esta ha sido desarrollada a partir de una investigación documental-bibliográfica y de campo, todo esto ayudó a conocer la realidad del área de estudio y la incidencia que tendrá en la misma la propuesta planteada.

### 3.1 UBICACIÓN

Portoviejo es uno de los 22 cantones que conforman la provincia de Manabí, además de ser la capital, es la segunda urbe más poblada de la misma. Atravesada por el río Portoviejo, tiene una altitud de 30 m.s.n.m. Sus coordenadas geográficas son 1°03'16"S 80°27'16"O. Cuenta con 9 parroquias urbanas y 7 parroquias rurales, su población registrada hasta el 2014 es de 294.877 habitantes. (EcuRed, 2017)

**Figura 1.** Ubicación geográfica del Cantón Portoviejo



**Fuente:** por las autoras

Limita (ver figura 1) al norte con los cantones Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar; al sur con el cantón Santa Ana; al oeste con el cantón Montecristi y Jaramijó y al este con los cantones de Santa Ana y Pichincha. Cubre un área de 954,90 kilómetros cuadrados. Tiene una temperatura promedio de 24 °C, pudiendo alcanzar hasta los 36 °C. (EcuRed, 2017)

### 3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para definir el diseño metodológico de la presente investigación se procedió a analizar seis propuestas metodológicas (ver tabla 3).

**Tabla 3.** Propuestas metodológicas.

Autores/ Año	Fases o Etapas
Identificación de la potencialidad turística para el desarrollo local y emprendimientos del cantón Bolívar provincia de Manabí.  Sacón & Vera (2018)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diagnóstico turístico situacional</li> <li>2. Estudio del mercado turístico</li> <li>3. Diseñar un plan de negocio para emprendimientos turísticos</li> </ol>
Plan de negocio para la implementación de una cafetería ecológica en el parque arqueológico Cerro Hojas- Jaboncillo  Párraga, Cobeña, Gámez, & Vélez (2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Caracterización</li> <li>2. Estudio del mercado</li> <li>3. Desarrollo de estrategias</li> </ol>
Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de abril  García, Carreño, & Doumet (2016)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diagnóstico turístico situacional</li> <li>2. Análisis de la gestión turística</li> <li>3. Planificación estratégica de la de la gestión turística</li> </ol>
La Gastronomía Ancestral y el Desarrollo Turístico Sostenible en el Área Urbana del Cantón Jipijapa, Provincia Manabí  Choez (2021)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diagnosticar la situación actual y las tradiciones históricas de la gastronomía ancestral como parte del patrimonio cultural.</li> <li>2. Caracterizar los elementos de la gastronomía ancestral que fortalezcan el desarrollo turístico sostenible.</li> <li>3. Proponer el posicionamiento de la gastronomía ancestral como factor del desarrollo turístico sostenible.</li> </ol>

Las potencialidades de los restaurantes del litoral ecuatoriano para desarrollar el turismo gastronómico. Caso Manta	1. Evaluación de las preferencias de los turistas 2. Análisis descriptivo y de componentes principales relacionado a los restaurantes del litoral
Mendoza, Gómez, & Álvarez (2020)	
La gastronomía tradicional como patrimonio cultural inmaterial y factor de desarrollo turístico de la comunidad de Agato–Otavalo	1. Diagnóstico de la situación actual 2. Identificación del perfil del turista 3. Caracterización de los platos típicos 4. Diseño de estrategias
Robles (2020)	

**Fuente:** Elaboración propia

### **Identificación de la potencialidad turística para el desarrollo local y emprendimientos del catón Bolívar provincia de Manabí Sacón y Vera 2018**

Hace referencia al diagnóstico turístico situacional, la segunda fase en un estudio del mercado turístico y en la tercera y última fase se diseña un plan de negocios para emprendimientos turísticos aplicando la matriz FODA y de potencialidades para determinar los posibles emprendimientos y la identificación de estrategias dirigidas al desarrollo turístico local del territorio tales como: incentivar a la creación de emprendimientos, elaboración de nuevos productos, promoción turística y financiamiento.

### **Plan de negocio para la implementación de una cafetería ecológica en el parque arqueológico Cerro Hojas- Jaboncillo Párraga et al. 2019.**

plantean 3 fases, la primera se trató de una caracterización para conocer los emprendimientos turísticos existentes, en la fase dos se ejecutó un estudio de mercado para conocer el perfil del turista, y por último en la fase tres se procedió al desarrollo de estrategias.

### **Estrategias para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post terremoto del 16 de abril García, Carreño y Doumet 2016.**

Proponen una metodología de 3 fases, el diagnóstico turístico situacional, el análisis de la gestión turística y la planificación estratégica de la gestión turística que ayudaron a la identificación de estrategias.

**La gastronomía Ancestral y el desarrollo Turístico Sostenible en el Área Urbana del Cantón Jipijapa, Provincia de Manabí Choez 2021.**

Propone 3 fases, diagnosticar la situación actual y las tradiciones históricas de la gastronomía ancestral, con la segunda fase caracterizar los elementos de la gastronomía ancestral que fortalezca el desarrollo turístico sostenible y con la tercera fase propone el posicionamiento de la gastronomía ancestral como factor del desarrollo turístico sostenible.

**Las potencialidades de los restaurantes del litoral ecuatoriano para desarrollar el turismo gastronómico. Caso Manta Mendoza, Gómez y Álvarez 2020.**

Consta de tan solo dos fases, la evaluación de las preferencias de los turistas y un análisis descriptivo y de componentes principales relacionado a los restaurantes del litoral.

**La gastronomía tradicional como patrimonio cultural inmaterial y factor de desarrollo turístico de la comunidad de Agato-Otavalo Robles 2020.**

Ejecuta 4 fases, la primera fase es el diagnóstico situacional, segunda fase la identificación del perfil del turista, tercera fase caracterización de los platos típicos y por último realiza un diseño de estrategias. La investigación que se empleó fue documental, de campo y descriptiva, para su desarrollo se utilizó métodos teóricos como el deductivo, analítico e instrumentos de entrevistas, encuestas y fichas.

Una vez analizado cada una de las propuestas se determinó que la metodología de Robles (2020) es la más idónea para trabajar con el patrimonio cultural gastronómico en el desarrollo de los emprendimientos turísticos en Portoviejo, a

continuación, se definen las siguientes actividades, utilizando las técnicas y herramientas. (tabla 4)

Tabla 4. Diseño metodológico

Fases	Actividades	Métodos/Técnicas/Herramientas
1. Diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos gastronómicos con valor patrimonial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterizar el área de estudio</li> <li>• Identificar el patrimonio cultural gastronómico de Portoviejo</li> <li>• Analizar el estado actual de los emprendimientos gastronómicos con valor patrimonial</li> </ul>	<p><b>Métodos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analítico sintético-descriptivo</li> </ul> <p><b>Técnicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión documental y bibliográfica</li> <li>• Observación de campo</li> <li>• Encuestas</li> </ul> <p><b>Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ficha de caracterización</li> <li>• Cuestionario de encuestas</li> </ul>
2. Estudio del mercado turístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la oferta de turismo gastronómico con valor patrimonial</li> <li>• Analizar la demanda de los emprendimientos gastronómicos de Portoviejo</li> </ul>	<p><b>Métodos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analítico sintético-descriptivo</li> </ul> <p><b>Técnicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas</li> <li>• Observación de campo</li> </ul> <p><b>Herramientas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Catastro</li> <li>• Cuestionario de encuestas</li> <li>• Matriz de valoración cualitativa.</li> </ul>
3. Diseño de estrategias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar matriz FODA del territorio.</li> </ul>	<p><b>Métodos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analítico-sintético-descriptivo</li> </ul> <p><b>Técnicas</b></p>

- 
- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir las estrategias de gestión.</li> <li>• Proponer las estrategias de acción.</li> <li>• Seguimiento y control</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• FODA</li> <li>• Observación de campo</li> </ul> |
|---|--|
- Herramientas**
- |  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Matriz 5w2h</li> </ul> |
|--|---|
- 

**Fuente:** Elaboración propia, en base a Robles (2020)

La metodología presentada consta de 3 etapas las cuales aportaron al diseño de estrategias del patrimonio cultural que fomenta el desarrollo de los emprendimientos turísticos gastronómicos del cantón Portoviejo, contribuyendo a la optimización de la calidad del servicio.

## **PRIMERA FASE: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS CON VALOR PATRIMONIAL.**

La primera fase consta de tres actividades, que para tal efecto se utilizaron métodos analítico sintético-descriptivo, acompañados de herramientas como la ficha de caracterización y el cuestionario de encuestas; además de las técnicas como la revisión documental y bibliográfica, la observación de campo y las encuestas.

### **Actividad 1.- Caracterizar el área de estudio.**

Como primera actividad se inició con una caracterización del área de estudio (tabla 5) del cantón Portoviejo, basada en una ficha de caracterización (Anexo 1), para la cual fue necesario la revisión de documentos oficiales como el PDOT de Portoviejo y páginas webs confiables.

### **Actividad 2.- Identificar el patrimonio cultural gastronómico de Portoviejo.**

Esta actividad tuvo como objetivo identificar el patrimonio cultural gastronómico de Portoviejo la cual se realizó por medio de la revisión bibliográfica donde se determinan las principales características que deben tener los platos típicos, además, se utilizó, el cuestionario encuestas (anexo 2) que fueron aplicadas a los dueños de los emprendimientos gastronómico y la demanda turística (anexo 6).

### **Actividad 3.- Analizar el estado actual de los emprendimientos gastronómicos con valor patrimonial.**

En esta actividad se analizó el estado actual de los emprendimientos gastronómicos con valor patrimonial el cual se pudo realizar una vez aplicada las encuestas y mediante la observación de campo, para dicho análisis se elaboró una tabla (anexo 7) donde se enlistan los platos típicos originarios que Portoviejo tenga importantes reconocimientos, para hacer énfasis en los establecimientos que expenden alimentos con antecedentes ancestrales.

### **SEGUNDA FASE: ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO.**

La segunda fase que cumple con el segundo objetivo que es estudiar el mercado turístico, cuenta de dos actividades que se apoyan con herramientas como el catastro, el cuestionario de encuestas y la matriz de valoración cualitativa, adoptando los métodos analítico sintético-descriptivo para su respectiva esquematización, para tal efecto se detallan cada una de las actividades a continuación:

#### **Actividad 1. – Analizar la oferta del turismo gastronómico con valor patrimonial**

En esta fase se analizó la oferta gastronómica con valor patrimonial partiendo de la aplicación de la encuesta (anexo 2) a los dueños de los emprendimientos gastronómicos, con el fin de identificar los establecimientos que cuentan con características que representan el patrimonio cultural, dicho análisis se realizó a través de una matriz de valoración cualitativa.

#### **Actividad 2. – Analizar la demanda de los emprendimientos gastronómicos de Portoviejo.**

En esta fase se realizó el análisis de la demanda turística la cual se obtuvo mediante la aplicación de la encuesta (anexo 6) a los comensales, con el fin de determinar sus gustos y necesidades además de determinar la inclinación e importancia que tiene el expendio de la comida local en estos últimos años.



Las encuestas (anexo 2-6) fueron aplicadas en el cantón Portoviejo entre los meses noviembre y diciembre del 2021, sin embargo, en base a que no existen datos estadísticos actualizados de turistas o llegada de visitantes se optó por utilizar la fórmula de población desconocida la cual se muestra a continuación.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2}$$

En donde:

Z<sup>2</sup>= Nivel de confianza 1,96

P= Probabilidad de éxito o proporción esperada 0,5

Q= Probabilidad de fracaso 0,5

E= Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) 0,7

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,7^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,49} = 196,00$$

n=196//

### **TERCERA FASE: DISEÑO DE ESTRATEGIAS.**

Esta tercera fase consta de cuatro actividades mediante el cual se utilizaron los métodos analítico sintético – descriptivo, partiendo del análisis estratégico FODA, la observación de campo que se mantuvo durante el desarrollo de las investigación y herramientas específicas como la 5W2H (tabla 22)

#### **Actividad 1.- Analizar la matriz FODA estratégica del territorio.**

Para el análisis de la matriz FODA se realizó una observación de campo que permitió estudiar el territorio y determinar las falencias, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene las mismas, además, de hacer uso de la revisión bibliográfica para sintetizar la información en la matriz FODA (tabla 18),

**Actividad 2.- Definir las estrategias de gestión.**

Esta actividad se cumplió partiendo del análisis estratégico realizando respectivamente el estudio de cada uno de los cuadrantes de la matriz para definir las estrategias planteadas como desarrollo de la investigación (anexo 3-4).

**Actividad 3.- Proponer las estrategias de acción.**

El plan operativo para las estrategias se realizó en función de la información ya obtenida en la investigación y el análisis estratégico, se utilizó la herramienta 5W2H (tabla 22), el cual permite establecer las actividades específicas y por ende definir las estrategias de gestión.

**Actividad 4.- Seguimiento y control.**

Finalmente, se realizó la última actividad de seguimiento y control (tabla 23-24), la cual establecen lineamientos para llevar un adecuado control para que las actividades propuestas se estén llevando a cabalidad y llegar al objetivo planteado.

## **CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

En el presente capítulo se muestra el desarrollo y ejecución de todas las fases y las actividades planteadas siguiendo la metodología propuesta para efecto de la investigación, la cual implica el diseño de estrategias de gestión del patrimonio cultural gastronómico con el objetivo de desarrollar los emprendimientos turísticos de Portoviejo. Por tanto, a continuación, se exponen los resultados de forma organizada según el diseño metodológico propuesto.

### **FASE I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICO CON VALOR PATRIMONIAL PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CANTÓN PORTOVIEJO.**

Para la ejecución de esta primera fase se acudió a la información documental del Plan de Ordenamiento Territorial PDOT, emitida por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Portoviejo, GAD Portoviejo, (2014) en donde se puntualizó los datos específicos como la caracterización del área de estudio para la aplicación de la matriz de caracterización y cada uno de los componentes que lo conforman, tales como el político, económico, ambiental, turístico, entre otros (Ver tabla 4)

#### **4.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO**

El cantón Portoviejo se caracteriza por tener un terreno relativamente accidentado. Posee pequeñas elevaciones que están a 200 y 2560 metros sobre el nivel del mar. Donde se encuentran los centros regionales de casi todas las instituciones estatales, siendo el empleo público su principal fuente de recursos económicos. Portoviejo es la cabecera de la mencionada Manabí-centro. Sumando los demás pobladores de cantones fusionados en esta entidad metropolitana se puede contar 686.154 habitantes. Siendo así la tercera área metropolitana más poblada del país. (EcuRed, 2017).

El cantón Portoviejo también considerado como “La ciudad de los Reales Tamarindos” es una de las ciudades más antiguas de la costa ecuatoriana, llena de historia, cultura y tradición, pero también destacada en el comercio y el turismo, por lo que cuenta con recursos naturales, culturales y turísticos que se integran al turismo rural, cultural y de sol y playa.

**Tabla 5.** Caracterización del área de estudio.

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>Fecha de Fundación:</b> 12 de marzo de 1535	
<b>Localización astronómica -Latitud</b>	<b>Latitud Norte:</b> 9871040 / 9889450
	<b>Latitud Sur:</b> 10 04' d
	<b>Longitud Este:</b> 555620 / 583440
	<b>Longitud Oeste:</b> 80026'
<b>Ubicación</b>	<b>País:</b> Ecuador
	<b>Región:</b> Costa
	<b>Provincia:</b> Manabí
	<b>Cantón:</b> Portoviejo
<b>Limites</b>	<b>Norte:</b> Rocafuerte, Sucre, Junín y Bolívar.
	<b>Sur:</b> Con el Cantón Santa Ana
	<b>Este:</b> Pichincha y Santa Ana
	<b>Oeste:</b> Montecristi y el Océano Pacífico
<b>Superficie:</b> 418,1 km <sup>2</sup>	
<b>Demografía:</b> 238,430 habitantes aproximadamente	
<b>Temperatura:</b> máxima de 29 °C y mínima de 23 °C.	
<b>Pluviosidad:</b> encima de 150 milímetros y por debajo de 30 milímetros	
<b>Altitud:</b> 53 m.s.n.m.	
<b>Orografía:</b> es muy densa e irregular	
<b>Hidrografía:</b> Superficie de 2.040 km <sup>2</sup> aproximadamente con una longitud de cauce de 149 km.	
<b>División Política:</b> Consta de 14 parroquias; 7 urbanas y 7 parroquias rurales.	
<b>Zona Administrativa:</b> Zona 4	

**Fuente:** GAD de Portoviejo (2014)

Cabe recalcar que la ciudad de Portoviejo, por ser la capital, cuenta con todas las facilidades e infraestructura turística, destacando que puede ser de forma estratégica el centro de apoyo y de las operaciones del turismo por la facilidad de accesos y corta distancia a cada una de las parroquias.

#### 4.1.1. GOBERNANZA

La ciudad de Portoviejo se constituye en el centro político y administrativo de la provincia, ya que en ella se encuentran las oficinas de importantes direcciones provinciales de varios Ministerios, así como el Gobierno y la Prefectura provincial (GAD de Portoviejo, 2014). También cabe recalcar que cuando se realizan eventos de índole gastronómica, turística o de algún otro tipo, el GAD de Portoviejo trabaja en conjunto con el Ministerio de Turismo, Gobierno y Prefectura de Manabí.

#### 4.1.2. COMPONENTE POLÍTICO

Portoviejo al ser capital de la Provincia de Manabí, es indispensable que mantenga una visión enfocada hacia el desarrollo de su territorio y que sus representantes legales estén dispuestos a ser impulsores del cambio; esta consta de 14 parroquias; siete urbanas y siete parroquias rurales las cuales se detallan a continuación en la (tabla 6)

**Tabla 6.** Parroquias de Portoviejo

PARROQUIAS URBANAS	PARROQUIAS RURALES
Andrés de Vera	Alhajuela
12 de Marzo	Abdón Calderón
Colón	Chirijos
Portoviejo	San Plácido
Picoazá	Río Chico
San Pablo	Crucita
Simón Bolívar	Pueblo Nuevo

**Fuente:** Elaboración propia

En la actualidad el máximo representante de la ciudad de Portoviejo es Agustín Casanova reelegido para el periodo 2019-2023, este cuenta con su propia administración municipal mediante varias direcciones de asesorías de apoyo y operativo. Los encargados de aquellas direcciones municipales son designados por el propio alcalde.

Entre las gestiones que ha realizado el Gad está el proyecto de Calidad Turística junto con la empresa de delivery “Parallevar” que consistió en la asistencia técnica para la incorporación de establecimientos de A&B a la APP “Parallevar”, mismo al que se sumaron 95 establecimientos de Portoviejo que fueron beneficiadas con dicho servicio.

Otros de los proyectos ejecutados por parte del Gad es el de Posicionamiento y Promoción turística fue la organización y desarrollo del evento “Exposición Gastronómica Portoviejo Bicentenario 2020” como parte de la agenda de actividades por las fiestas de independencia, en el que se contó con la participación de 15 expositores gastronómicos de la ciudad, así como emprendedores de productos varios.

#### 4.1.3. COMPONENTE ECONÓMICO

De acuerdo con la información de que dispone el GAD de Portoviejo, 2014, las principales actividades económicas desarrolladas en el cantón Portoviejo (tabla 7).

**Tabla 7.** Principales actividades económicas de Portoviejo

Orden de importancia	Actividad	PEA (%)
1	Servicios comunales, sociales, personales	33,2
2	Agricultura, silvicultura y pesca	25,6
3	Comercio al por mayor y menor, restaurantes y hoteles.	17,7
4	Industria manufacturera	6,7
5	Construcción	6,3
6	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	4,2

**Fuente:** GAD de Portoviejo (2014)

El 63% restante de la población económicamente activa (PEA) se dedica a otras actividades como la minería y la explotación de canteras; instituciones financieras seguros etc.; electricidad y gas además de otras actividades no especificadas. (GAD de Portoviejo, 2014)

El Gad implementó un proyecto llamado Plan Reactívale (uso de plataforma digitales) en el cuál a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Fundación AVSI y la Embajada Británica se gestiona la intervención de 15 emprendimientos para reactivar los negocios mediante la aplicación de herramientas digitales. Adicionalmente mediante la administración de la Dirección de Desarrollo Económico se inyectó un capital semilla de USD 300.00 para que estos negocios puedan mejorar sus condiciones de operación e inversión en la marca.

#### 4.1.4. COMPONENTE SOCIAL

De acuerdo a las proyecciones referenciales realizadas por el Instituto de Estadísticas y Censos con base a la información obtenida del GAD de Portoviejo (2014) la población del cantón Portoviejo hasta el año 2014 es de 304.227 habitantes (ver tabla 8 y 9)

**Tabla 8.** Población de Portoviejo

CUADRO D.S.-01	TABLA HISTÓRICA DE LA POBLACIÓN		
1990	2001	2010	2014
202.112	238.430	280.029	304.227

**Fuente.** GAD de Portoviejo (2014)

**Tabla 9.** Población por sexo

Sexo	Población	%
Hombres	158,007	51%
Mujeres	163,793	49%

**Fuente.** Secretaria Técnica Planifica Ecuador y modificada por las autoras

Las mujeres en el Cantón Portoviejo representan el 51% que son un sector en situación de vulnerabilidad, ellas sumadas a otros grupos afrontan problemas que requieren acciones a corto, mediano y largo plazo.

Para ello el Gad ejecutó el proyecto Calidad Turística que consistió en la asistencia técnica a los establecimientos turísticos del cantón Portoviejo para la correcta implementación de las medidas de bioseguridad por la pandemia Covid 19 que corresponden a establecimientos de: alimentos y bebidas, alojamiento, agencias y operadoras de turismo.

**Figura 2.** Propósitos del Cantón Portoviejo.



**Fuente.** GAD de Portoviejo (2014)



#### 4.1.5. COMPONENTE AMBIENTAL

Las zonas de vida que se encuentran dentro del cantón son: Bosque Seco Tropical con una precipitación anual que va desde los 1000 a 2000 mm; Bosque Muy Seco Tropical con una precipitación anual que va de 500 a 1000 mm y el Monte Espinoso Tropical que tiene una precipitación anual de 250 a 500 mm, existen aproximadamente 35 especies de plantas en las colinas que circundan Portoviejo, 37 en Cerro de Hojas y 7 especies de herbáceas, trepadoras y epífita. (GAD de Portoviejo, 2014)

En el Plan de Manejo del bosque protector de las colinas circundantes a Portoviejo; se menciona que existen 27 especies de animales; 11 especies de invertebrados; 8 especies pertenecientes a herpetofauna; 58 especies de avifauna.

Mediante resolución No. 02 del 27 de mayo de 1994 y asentada en el Registro Forestal del INEFAN, se declaró Área de Bosque y Vegetación Protectores a las Colinas que circundan la Ciudad de Portoviejo en una superficie de 4045 has. El área se ubica en las parroquias 12 de marzo, Portoviejo, Colón, Picoazá y San Pablo, comprende 6 bloques o área, que se identifican por sus nombres de la siguiente manera:

**Tabla 10.** Áreas protegidas

Área 1: San Pablo, Cimarrón y Barrio Fátima	1.235 has
Área 2: Los Ángeles	116 has
Área 3: Maconta Abajo	382 has
Área 4: El Florón	610 has
Área 5: Loma San José	328 has
Área 6: Cerro Jaboncillo, Cerro Verde y Cerro de Hojas	1.373 has
<b>TOTAL</b>	<b>4.045 has</b>

**Fuente.** Sistema de indicadores sociales del Ecuador (2001)

Dentro del bosque protector el suelo se utiliza con diferentes fines: agrícola 1000 has (25%), bosque natural cubre 2400 has (60%), los pastos naturales 500 has (12%) y viviendas 145 has (3%).

En el cantón se presentan 2 estaciones definidas: la temporada de lluvias (invierno), entre los meses de enero a abril, y la temporada seca (verano) que se produce entre los meses de mayo a diciembre. La temperatura media anual oscila entre los 26°C, la humedad relativa tiene valores promedios de 76.2 anuales, los meses húmedos van de febrero a abril; el mes de marzo es ecológicamente el más húmedo.

El principal sistema hidrográfico es el río Portoviejo. La cuenca tiene un área de aproximadamente 2.040 km<sup>2</sup>, con una longitud de canal de 149 km. Se encuentra en la zona climática influenciado por la corriente de Humboldt, es decir, las franjas secas de la provincia, caracterizadas por la escasez de lluvias y la disponibilidad de agua. La escasez de precipitaciones en esta cuenca contribuye en gran medida, durante la época seca, a la degradación del agua en todos los afluentes que componen el río Portoviejo, hecho que se da porque gran parte del caudal en este punto está compuesto por servidas.

Las aguas del río Portoviejo son limitadas por su calidad microbiana, es decir, tienen un alto grado de contaminación. El río Portoviejo divide la ciudad en dos núcleos poblados, durante la época de lluvias, el terreno en la parte baja adyacente a las riberas del río se inunda con mucha frecuencia, lo que también afecta a algunas partes de la ciudad de Portoviejo y sus áreas agrícolas.

#### **4.1.6. COMPONENTE TURÍSTICO**

Los múltiples atractivos naturales y culturales que ofrece Portoviejo son muy diversa, uno de los atractivos turísticos más representativos del cantón es la parroquia Crucita, se encuentra a 30 km de Portoviejo, ofrece las condiciones para la práctica de deportes como el parapente, alas deltas y windsurf, gracias a su ubicación geográfica y a las condiciones del viento, además cuenta con una variada gastronomía, que gira alrededor de los productos del mar, maní y del plátano verde.

Portoviejo cuenta con 23 recursos turísticos culturales y naturales principales son: los monumentos, iglesias y parques que se encuentran en una parte urbana; mientras que los recursos naturales en su mayoría están localizados en las parroquias rurales, estos incluyen playas, ríos, cascadas y balnearios hasta áreas protegidas y arqueológicas. También es necesario destacar que las zonas rurales en conjunto con el GAD desarrollan festivales gastronómicos y culturales contando con productos principales los platos típicos de cada sector.

Entre los atractivos naturales más representativos del cantón están los balnearios de agua dulce como, la compuerta del mocho, Naranjal, el refugio, la playa crucita, la boca, entre otros; en los culturales más destacados tenemos los siguientes: festival del marisco en la Boca- Crucita, el de pinchagua en Río Chico, el de la morcilla en Calderón, el de la tonga en San Plácido, las fiestas de San Pedro y San Pablo, los parques La Rotonda, Las Vegas y el parque arqueológico y museo Cerro Hojas de Jaboncillo.

Este último parque mencionado cuenta con valores patrimoniales vivos en las poblaciones de Picoazá, La Sequita, Pepa de Huso y Pozos de la Sabana, con conocimientos sobre el tejido de paja toquilla, la arquitectura en caña guadúa, la cocina tradicional en “hornos de leña”, tradición oral, medicina ancestral.

Gran parte de los establecimientos que ofertan comida en la ciudad de Portoviejo tienen como base la cocina tradicional manabita, utilizando ingredientes que las personas conozcan y relacionen con la cultura. Por ende, el patrimonio gastronómico ha sido el principal promotor de innovación debido a los siguientes atributos: por su popularidad y empoderamiento de la identidad local, también son un referente de cada pueblo (costumbres y tradiciones), cada receta ancestral tiene una historia que merece ser impartida de generación en generación, por otra parte, muchas de esas recetas guardan secretos y técnicas de gran valor.

## **4.2. IDENTIFICACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO DE PORTOVIEJO.**

Portoviejo al poseer una gastronomía rica y variada del país ha sido merecedor de dos grandes reconocimientos a nivel nacional e internacional, tales como la capital Gastronómica del Ecuador en el año 2018, fue declarada la gastronomía portovejense como patrimonio inmaterial del Ecuador, certificado que fue otorgado por el Ministerio de Cultura y el Instituto Nacional del Patrimonio Cultural (INPC), así mismo, en el año 2019 fue reconocida como parte de la Red de ciudades creativas en gastronomía, por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Los habitantes Manabitas desean mantener las tradiciones ancestrales, las cuales estaban perdiendo valor debido a muchos factores, sin embargo, hoy en día debido a la preparación de exquisitos platos tradicionales y gracias a los reconocimientos gastronómicos que ha tenido Portoviejo, estas prácticas ancestrales se mantienen viva, es importante reconocer que para los portovejenses es de gran importancia debido a que reactivan la economía y mantienen sus costumbres además de brindar conocimientos y fuente de trabajo a las nuevas generaciones.

Las preparaciones alimenticias en los platos tradicionales en la cocina portovejense son a base de pescado, maní y maíz entre las principales están las tortillas de maíz también conocidas como pan de maíz y los elementos que identificaron como palabras que terminan en "iche" siendo el viche, ceviche y corviche (Cabrera, Pacheco y Villacreses, 2020).

Para Castillo (2021) “entre los platos más reconocidos de Portoviejo encontramos el viche de pescado, el ceviche de Pinchagua, pan de yuca o almidón, tortilla de maíz, bollo de pescado, tonga, horneado de chanco, bolón de verde, tigrillo, empanada de verde” (p. 8).

A continuación, se presenta un resumen de los platos típicos de Portoviejo como es el viche de pescado, el cual es considerado la fanesca de los manabitas y

mayormente se lo elabora en tiempo de semana santa; otro de los platos que predominan son los elaborados a base de maní y plátano como el corviche, el bollo, lo cual es una delicia típica de los manabitas, además de la tonga que tiene otros elementos que lo complementan como el pollo criollo y el plátano maduro.

Además, se puede mencionar los derivados del plátano en los que se tiene el bolo ya sea este de queso, chicharrón o mixto, las empanadas de verde, el delicioso tigrillo; asimismo no hay que olvidar los derivados del maíz donde encontramos las tortillas, las hayacas, las humitas y la salprietá que junto a otros elementos hacen que sea una delicia para el paladar y finalmente se encuentra el estofado y caldo de pollo, y la guatita que se realiza en base al mondongo o también llamado librillo (anexo 7).

En contexto, una vez analizada esta información se procedió a la aplicación de las entrevistas a los establecimientos que expenden este tipo de alimentos, cabe aclarar que de los 304 establecimientos registrados oficialmente en el catastro turístico de Portoviejo se tomó en consideración los que ofrecían 5 o más de estos platos típicos (anexo 05) que se explican detalladamente en la siguiente actividad.

### **4.3 ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS CON VALOR PATRIMONIAL.**

De los 304 establecimientos se identificaron 30 que por lo menos ofrecen 5 platos típicos con valor patrimonial; dentro de las entrevistas realizadas se tomó en consideración la opinión de la Sra. Vanesa Rodríguez actual directora del gobierno provincial de Manabí con la finalidad de evaluar el desarrollo de los emprendimientos gastronómicos de Portoviejo por lo que se obtuvo la siguiente información:

El desarrollo de los emprendimientos gastronómicos culturales aporta al crecimiento económico porque genera ingresos y sobre todo en mujeres que tienen menos acceso al mercado formal; también hace énfasis en que gracias al turismo

gastronómico las mujeres son las que mayormente generan fuente de trabajo además de contribuir con el desarrollo de la comida patrimonial.

De igual manera aseguró que tienen como iniciativa el proyecto donde se involucran las Gilces, que se basa en un bio-corredor en el que se incluye la gastronomía patrimonial, además de trabajar en la parroquia Chirijos con capacitaciones a los emprendedores. Cabe mencionar que también son parte del comité Portoviejo creativo, sin embargo, el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos gastronómicos patrimoniales se ve afectado por la mala formación de los empleados en cuanto a la atención al cliente por tal razón en sus proyectos estratégicos se impulsará al talento humano con capacitaciones que permitan no perder las técnicas ancestrales.

Los establecimientos que fueron visitados se encuentran a continuación:(ver tabla 11).

**Tabla 11.** Lista de restaurantes

Fuente de soda y restaurante caramel	Bar restaurante zona fría
Restaurante comidas manabita	Restaurante alas delta #5
Soda bar y restaurante la buena sazón	Restaurante bolon y tigrillo
Restaurante las vegas	Restaurante el primito
Restaurante la molienda	Restaurante esquina de Jonathan
Restaurante bonanza	Restaurante don cory
Restaurante y eventos santa gema	Restaurante arena hot's
Restaurante tamarindos café bar	Restaurante crucita la bella
Menestras del negro	Restaurante California
Tenedores y sabores	Restaurante pacifico
Restaurante la cabañita del sabor	Restaurante Bella vista
Restaurante Alexander 2	Restaurante mi vecino
Restaurante gaviotas	Restaurante palmita
Restaurante puerto rico	Restaurante ramblas
Restaurante alas delta #1	Restaurante guadua

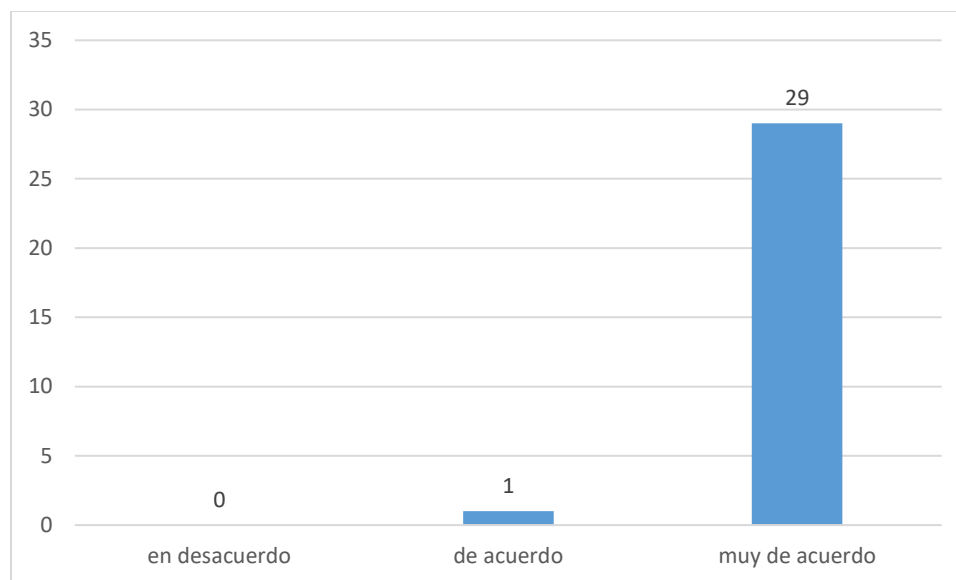
**Fuente:** Catastro turístico Portoviejo y modificado por las autoras

A partir de las encuestas aplicadas a los dueños de los establecimientos gastronómicos de Portoviejo se pudo constatar la incidencia que tiene las variables

patrimonio cultural gastronómico en el desarrollo de los emprendimientos turísticos; además de obtener información básica como la importancia del expendio de comida típica en sus establecimientos.

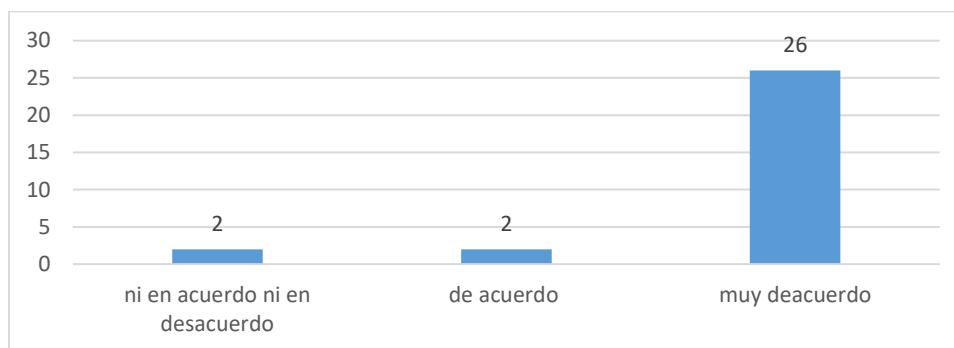
A continuación, se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a los dueños de los emprendimientos gastronómicos de Portoviejo.

**Figura 3.** Patrimonio gastronómico atractivo para el consumidor



**Fuente:** Resultados procesados en excel

La siguiente información estadística muestra que el 96,7% de los emprendedores encuestados están muy de acuerdo que los platos típicos son atractivos para el consumidor, esta información permite conocer la importancia de expender este tipo de alimentos en sus establecimientos debido a la atracción que tiene en los comensales, además de conocer parte de la cultura de este lugar, sin embargo, el 3,3% considera que no es un atractivo tan relevante para su establecimiento. (Figura 3).

**Figura 4.** La gastronomía típica es un plus diferenciador.

**Fuente:** Resultados de la encuesta

De la siguiente información estadística se puede observar que un total de 86% se encuentran muy de acuerdo que la comida típica le ha dado un plus a su establecimiento ya que en los últimos años los turistas demandan mucho de lo tradicional y más ancestral lo que hace que los locales que expenden platos típicos sean más demandados por los comensales. (Figura 4).

**Tabla 12.** Platos típicos predominantes

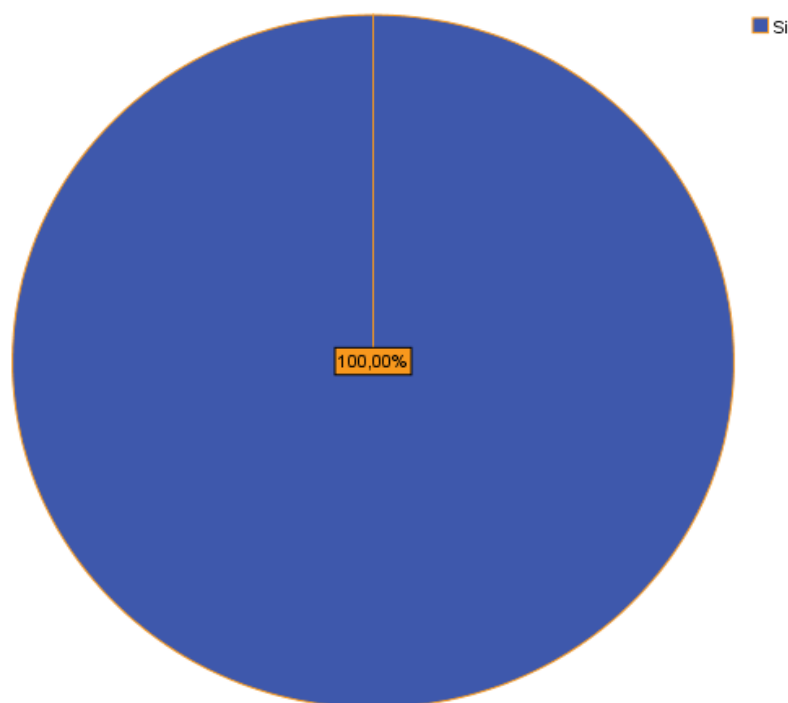
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Platos que predominan en su establecimiento	Caldo de gallina criolla	12	7,0%	38,7%
	Tonga	1	0,6%	3,2%
	Bolones	29	17,0%	93,5%
	Ceviche	25	14,6%	80,6%
	estofado de pollo	7	4,1%	22,6%
	Cuajada	1	0,6%	3,2%
	Viches	13	7,6%	41,9%
	Hayacas	1	0,6%	3,2%
	empanadas de verde	5	2,9%	16,1%
	Salprieda	3	1,8%	9,7%
	Encebollado	17	9,9%	54,8%
	Guatita	2	1,2%	6,5%
	Tigrillo	25	14,6%	80,6%
	Corviche	2	1,2%	6,5%
	Perico	12	7,0%	38,7%
	Otros	16	9,4%	51,6%
<b>Total</b>		<b>171</b>	<b>100,0%</b>	<b>551,6%</b>

**Fuente:** Resultados procesados con SPSS



En cuanto a los platos que más se consumen en los establecimientos gastronómicos por parte de los turistas, indican que la mayoría de estos clientes prefieren degustar de los bolones con un 17%, como segundo plato típico más consumido tenemos el ceviche y tigrillo con un 14,6% cada uno y el encebollado con un 9,9% esto nos da a entender que los emprendedores recuperan su cultura, a través de la gastronomía y la conservación de recetas ancestrales; puntos considerados para ser parte de las Ciudades Creativas, en la categoría gastronomía, lo que hace a Portoviejo como la primera ciudad de Ecuador en obtener este reconocimiento. (tabla 12)

**Figura 5.** Posicionamiento gastronómico



**Fuente:** Resultados de la encuesta realizada.

La figura 5 muestra que de los 30 establecimientos entrevistados el 100% consideran que ofertar comida típica en su establecimiento les ha otorgado un puesto importante dentro del mercado, con esto se demuestra que el turismo gastronómico y sobre todo la comida típica del cantón a través de los años sigue

predominando y marcando un valor importante para los consumidores y los dueños de los emprendimientos.

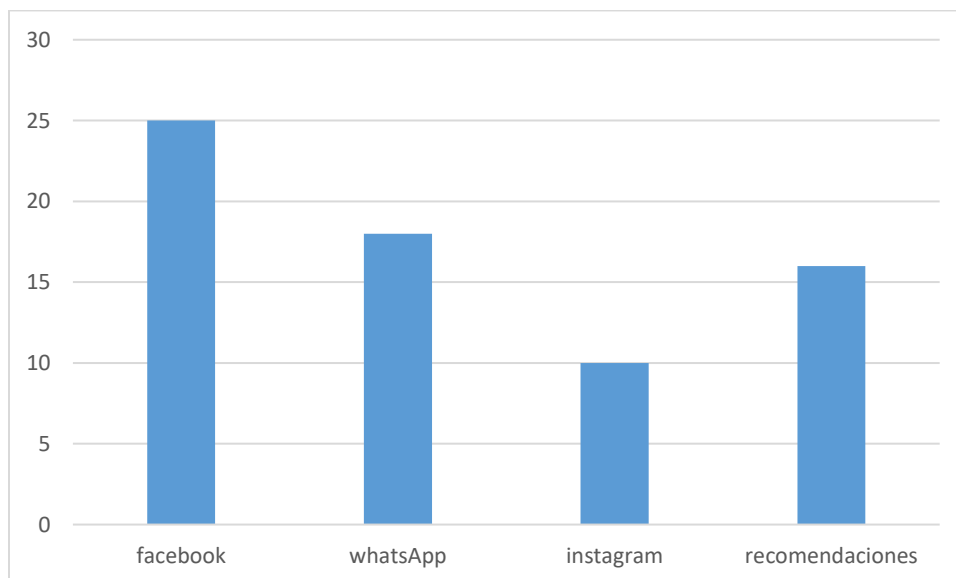
**Tabla 13.** Funcionamiento.

N	Válido	30
	Perdidos	0
Media		12,53
Mediana		10,00
Moda		10
Desviación estándar		10,398
Rango		39
Mínimo		1
Máximo		40

**Fuente:** Resultados procesados con SPSS

Según los resultados obtenidos se evidenció que el tiempo de funcionamiento de los emprendimientos gastronómicos nos muestra una mediana de 10,00 haciendo referencia a que una parte de los establecimientos encuestados cuentan con una permanencia de 10 años en el mercado, con esto podemos considerar que para los dueños de estos establecimientos es de importancia mantenerse en el mismo y ofrecer su comida típica a los turistas los hace crecer cada día un poco más. (tabla 13).

**Figura 6.** Promoción.



**Fuente:** Resultados de la encuesta

La promoción en los actuales momentos es un hecho importante para estos locales, ya que, deben mantener la interacción con sus clientes y posibles nuevos comensales, por tal efecto, la red que mayormente se está utilizando para promocionar sus negocios es Facebook, seguido de WhatsApp, las recomendaciones e Instagram. (Figura 6).

Actualmente los emprendimientos que cerraron sus puertas parcialmente se encuentran ofertando las nuevas adquisiciones que se implementó debido a la necesidad de hacer llegar sus productos como el delivery, mismo que ha beneficiado a 95 de estos establecimientos; otros se encuentran en reapertura tomando en cuenta los protocolos de bioseguridad establecidos por el gobierno y por ende respetando el foro de capacidad para cada uno de estos locales, sin embargo, la reactivación se dará de a poco considerando las pérdidas económicas que fueron muy evidentes para todos los emprendedores.

## **FASE II. ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO**

Para esta fase, se desarrolló un estudio de mercado para analizar la oferta turística gastronómica con valor patrimonial existente en la zona de estudio, por otra parte, también es necesario realizar el análisis de la demanda, todo esto con la finalidad de comprender los gustos y preferencias de los turistas.

### **4.2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA CON VALOR PATRIMONIAL.**

En una investigación en la que participó de manera activa la comunidad, se evidenció los conocimientos, técnicas y usos sociales propios de las comunidades de la parroquia Abdón Calderón, en la elaboración de las morcillas y otros derivados del cerdo. Las comunidades de Crucita en la elaboración del viche y en conocimientos relacionados con el mar y las huertas. Los pobladores de la parroquia de Colón se destacan en la preparación de la chicha de maíz; por ende, son

considerados como referentes de donde se realizan platos tradicionales, sin embargo, debido a los lineamientos de la presente investigación la parroquia Abdón Calderón y la parroquia Colón no se encuentran plasmados en la tabla 14, debido a que para ser considerada debía ofertar como mínimo 5 platos tradicionales y no cumplen con dicho requisito.

En contexto, de los 302 establecimientos que se encuentran registrados en el catastro de Portoviejo fueron considerados 30, que para tal efecto, se les aplicó una encuesta a los propietarios de dichos emprendimientos, nexa a esta información se pudo constatar que dentro de la oferta turística gastronómica los platos que más sobresalen son aquellos que se realizan en base al verde, mariscos y el maní entre los cuales se encuentra las tongas los bolones y las empanadas, la salprietá, las humitas y en ciertos establecimientos se encuentra el bollo y el suero blanco o cuajada.

A partir de esta información se mencionan los establecimientos que fueron visitados y están dentro del registro del catastro de Portoviejo.

**Tabla 14.** Establecimientos de expendio de comida gastronómica

<b>NOMBRE</b>	<b>PARROQUIA</b>	<b>MENÚ DE COMIDA TÍPICA CON VALOR PATRIMONIAL QUE SE EXPENDE</b>
Fuente De Soda Y Restaurante Carmel	Portoviejo, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial	LUNES A VIERNES: caldo de gallina criolla, bolones, ceviche, estofado de pollo, viche de pescado, hayacas, sal prieta, encebollado, guatita,
Restaurante Comidas Manabitas	Portoviejo, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial	LUNES A VIERNES: caldo de gallina, Bolón, tigrillo, estofado de pollo, sal prieta, encebollado
Soda Bar Y Restaurante La Buena Sazon	Portoviejo, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial	LUNES A VIERNES: caldo de gallina criolla, ceviches, encebollados, chicharon, tigrillo.
Restaurante Las Vegas	Riochico	LUNES A VIERNES: bolones, ceviche, encebollados, arroz marinero, chicharon de pescado.
Restaurante La Molienda	Portoviejo, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial	LUNES A VIERNES: caldo de gallina criolla, bolones, empanadas de verde, tigrillo, perico, corviches.

Restaurante Bonanza	Río Chico	LUNES A VIERNES: tongas, bolones, ceviche, suero blanco o cuajada empanadas de verde, cervezas artesanales.
Restaurante Y Evento Santa Gema	Portoviejo, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial	LUNES A VIERNES: caldo de gallina criolla, bolones, estofado de pollo, sal prieta, tigrillos, caldo de albóndigas, caldo de hueso.
Restaurante Tamarindo Café Bar	Portoviejo, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial	LUNES A VIERNES: bolones, estofado de pollo, empanadas de verde, pericos, chicharrón, tigrillo.
Menestras Del Negro	Portoviejo, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial	LUNES A VIERNES: caldo de gallina criolla, bolones, ceviche, encebollado, tigrillo.
Tenedores Y Sabores	12 de Marzo	LUNES A VIERNES: caldo de gallina criolla, bolones, ceviche, encebollado, tigrillos.
Restaurante La Cabañita Del Sabor	Portoviejo, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial	LUNES A VIERNES: caldo de gallina criollas, bolones, estofado de pollo, pericos, tigrillos.
Restaurante Alexander 2	Crucita	LUNES A VIERNES: caldo de gallina criolla, bolones, ceviche, tigrillo, sopa marinera.
Restaurantes Gaviotas	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, encebollado, tigrillo, perico.
Restaurante Puerto Rico	Crucita	LUNES A VIERNES: caldo de gallina criolla, bolones, ceviches, viche de pescado, tigrillo
Restaurante Alas Delta #1	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviche, viche de pescado, encebollado, tigrillo, perico, mariscos.
Bar Restaurante Zona Fría	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, viche de pescado, encebollado, mariscos.
Restaurante Alas Delta #5	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, viche de pescado, encebollado, tigrillo, perico, variedades de mariscos.
Restaurante Bolon Y Tigrillo	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, encebollados, pericos, tigrillos.
Restaurante El Primito	Crucita	LUNES A VIERNES: ceviches, tigrillo, camarón, pescado.

Restaurante Esquina De Jonathan	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviche, estofado de pollo, viche de pescado, guatita, marineros.
Restaurante Don Cory	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, viche de pescado, arroz marinero.
Restaurante Arena Hot'S	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, estofado de pollo, viche de pescado, tigrillo.
Restaurante Crucita La Bella	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, estofado de pollo, maría pipona, tigrillo, sopa de pescado, cazuelas, camarón, camotillo.
Restaurante California	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, viche de pescado, encebollado, tigrillo.
Restaurante Pacifico	Crucita	LUNES A VIERNES: caldo de gallina criolla, bolones, ceviches, viche de pescado, encebollado, tigrillo, perico.
Restaurante Bella Vista	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, viche de pescado, encebollado, perico, tigrillo.
Restaurante Mi Vecino	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, encebollado, perico, tigrillo.
Restaurante Palmita	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, encebollado, chicharrón de pescado.
Restaurante Ramblas	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviche, empanadas de verde, tigrillo, corviches.
Restaurante Guadua	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, viche de pescado, encebollado, tigrillo.
Restaurante Las Vegas	Crucita	LUNES A VIERNES: bolones, ceviches, encebollados, arroz marinero, chicharrón de pescado.

**Elaborado por:** GAD de Portoviejo (2014) y modificado por las autoras

La presente tabla muestra los resultados de los establecimientos que fueron encuestados para lo cual como se mencionó al momento de hacer uso del cuestionario de encuestas y su respectiva aplicación, donde se puede observar que

en los establecimientos donde más se encuentra la tradición gastronómica es en la zona costera, es decir, Crucita. Sin embargo, se pudo constatar que establecimientos que tienen gran acogida por los turistas no se encuentran dentro del catastro de Portoviejo, por otro lado, los negocios registrados no todos están en funcionamiento o simplemente no se encuentran en la dirección que está registrada en el mismo documento.

#### **4.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE LOS EMPRENDIMIENTOS GASTRONÓMICOS DE PORTOVIEJO.**

Para el análisis de la demanda turística de Portoviejo se aplicaron 196 encuestas a los comensales de los locales gastronómicos lo cual nos dio a conocer las motivaciones de los turistas y la importancia del patrimonio cultural gastronómico para el desarrollo activo de las parroquias rurales pertenecientes a Portoviejo.

A continuación, se presenta un resumen de lo que fue la encuesta aplicada a la demanda de Portoviejo.

**Tabla 15. Edad.**

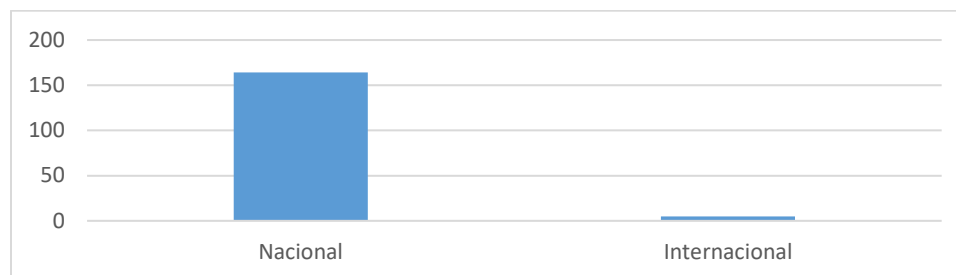
N	Válido	169
	Perdidos	0
Media		33,51
Mediana		30,00
Moda		26
Desviación estándar		10,816
Rango		48

Fuente: Resultados procesados

En el siguiente dato estadístico se puede evidenciar claramente que la mediana se encuentra en un 33,51% de edad los cuales han visitado este lugar, por lo que se puede evidenciar que tras la pandemia si hubo el desplazamiento de personas hacia esta zona los cuales en su mayoría fueron personas jóvenes debido a las

restricciones y recomendaciones establecidas por autoridades competentes. (tabla 15).

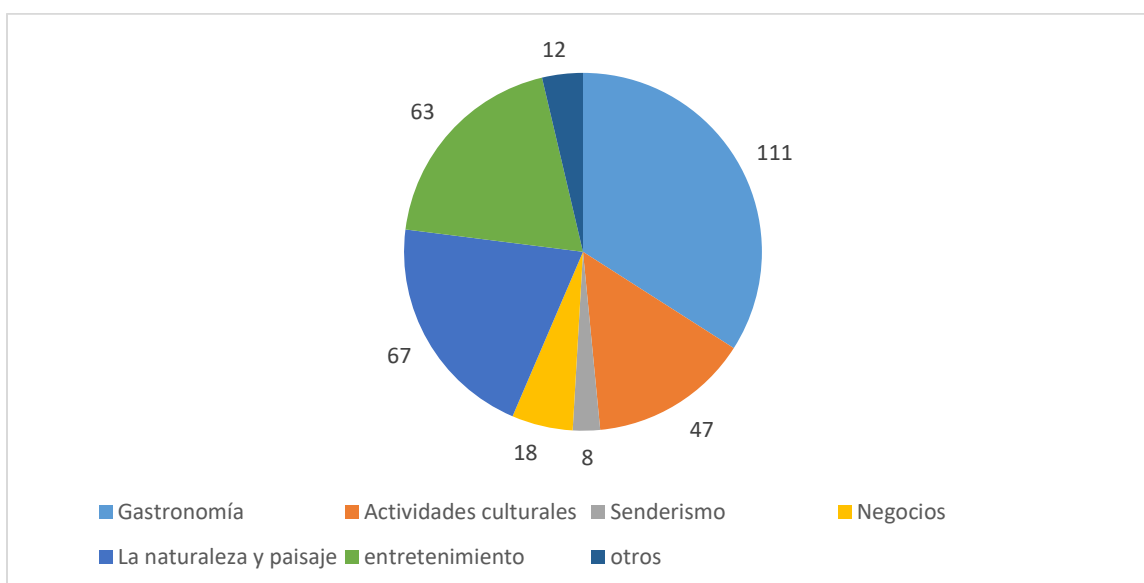
**Figura 7.** Procedencia.



**Fuente:** Resultados procesados

Dentro de los 196 encuestados en un porcentaje de 3,0% son residentes de Venezuela y Estados Unidos y la mayor parte son ecuatorianos con un porcentaje de 97,0%; esta información nos ayuda a tener claro el panorama es decir se puede evidenciar la inexistente visita internacional que hay en los emprendimientos gastronómicos de Portoviejo y por ende la problemática es muy cara poco movimiento en la economía por lo que necesariamente necesita de una acción inmediata para reactivarla. (Figura 7).

**Figura 8.** Motivaciones de visita.

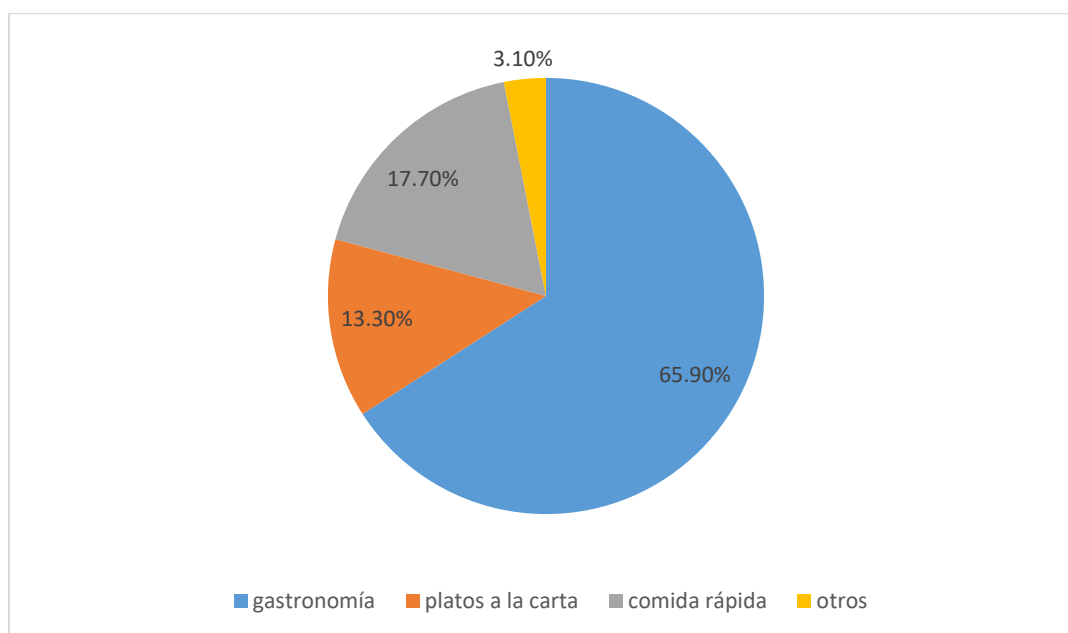


**Fuente:** Resultados procesados



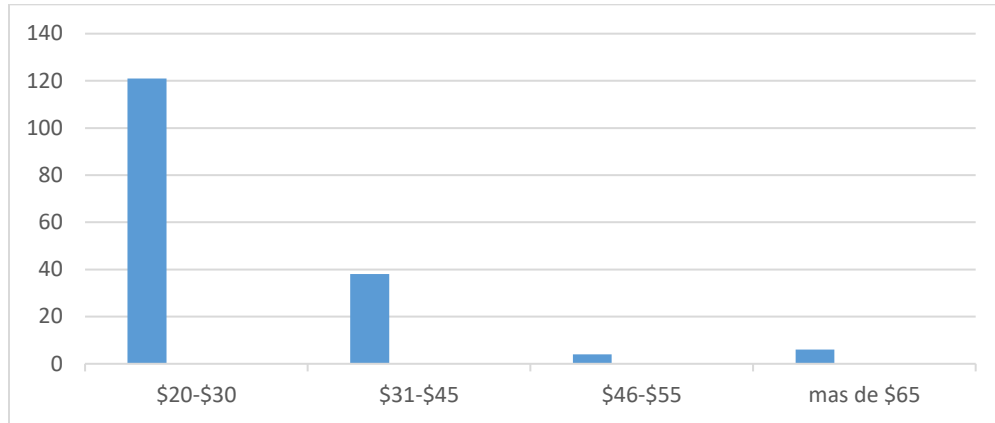
En la siguiente representación gráfica se puede evidenciar que un 65,7% de los encuestados tienen inclinación a la comida gastronómica de Portoviejo lo cual nos da un referente amplio para conocer unas de las motivaciones por la que estas personas llegan hasta aquí; dentro del mismo gráfico también se puede observar que otras de las motivaciones se encuentra la naturaleza, paisaje, entretenimiento y actividades culturales. (Figura 8).

**Figura 9.** Tipo de gastronomía.



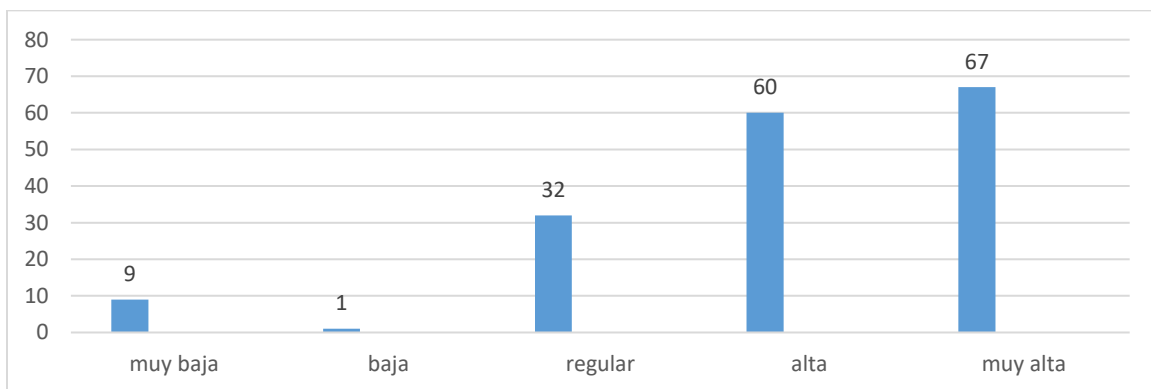
**Fuente:** Resultados procesados

La mayor parte de los encuestados según se puede observar en el gráfico les gustaría encontrar comida típica, explican los encuestados de manera directa que, al ser una de las tradiciones ancestrales que aún se mantiene desean que sea desarrollada a su máxima potencialidad ya que es parte de la cultura representativa de cada parroquia. (Figura 9).

**Figura 10. Gastos.**

**Fuente:** Resultados procesados

El objetivo de esta pregunta es comprobar el valor patrimonial que se le brinda a este tipo de alimentos al ser este un plato representativo de cada lugar debe darse un valor equitativo de tal manera que no surjan mayor inconveniente con los competidores en tal caso con esta investigación se pudo constatar que existen diversos locales que no se encuentran dentro de un registro oficial pero que mantienen una demanda alta sin embargo para la mayor parte de los encuestados mencionaron que no solo se debe a precios uno de los inconvenientes es el lugar donde se encuentra el establecimiento; sin embargo el presupuesto a gastar en estos negocios de comida típica es de \$20-\$30 hasta un máximo de \$45 para personas que normalmente realizan sus viajes en familia. (Figura 10).

**Figura 11. La comida típica es un elemento relevante.**

**Fuente:** Resultados procesados

En la tabla estadística que se muestra se evidencia que un 39% de los encuestados están de acuerdo que la comida típica es un factor importante para el desarrollo de los emprendimientos gastronómicos de Portoviejo pues debido a que la alimentación es una necesidad biológica de todo ser humano que mejor manera de encontrar una oportunidad en el desarrollo de los establecimientos que expendan alimentos típicos y que además representan una cultura ancestral, que en los últimos años tiende a ser muy demandada en los últimos años. (Figura 11).

**Tabla 16.** Medios de información.

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Medios de Información	Redes sociales	143	42,3%	84,6%
	Radio	25	7,4%	14,8%
	Buscadores genéricos (google, etc.)	52	15,4%	30,8%
	Recomendaciones de familiares y amigos	73	21,6%	43,2%
	Trípticos, afiches y/o revistas	15	4,4%	8,9%
	TV	26	7,7%	15,4%
	Otros	4	1,2%	2,4%
Total		338	100,0%	200,0%

**Fuente:** Resultados procesados

En la siguiente información se puede ver que las personas tienen distinta manera de informarse sobre estos establecimientos de expendio de comida típica entre los más relevantes se encuentra las recomendaciones de familiares y amigos y las

redes sociales lo cual demuestra que en su mayoría hablamos de una población joven ya que son las que manejan mejor la tecnología. (tabla 16).

**Tabla 17.** Con quién realiza sus viajes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	21	12,4	12,4	12,4
	Familia	87	51,5	51,5	63,9
	Amigos	34	20,1	20,1	84,0
	Pareja	25	14,8	14,8	98,8
	grupos concertados en el sitio	2	1,2	1,2	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

**Fuente:** Resultados procesados

De los 196 encuestados el 51,5% de la población realiza sus viajes en familia esto nos permite identificar la demanda a la que se va a dirigir la oferta gastronómica, seguidamente se encuentran los que realizan los viajes en compañía de amigos con un 20,1%, y un 14,8% que lo hace en pareja, lo que nos permite conocer que la oferta gastronómica es amplia y debe ser variada para su mejor desarrollo y aceptación. (tabla 17).

Partiendo de esta información se puede concluir que la mayoría de los visitantes hacen sus visitas en familia lo que brinda un amplio concepto de las ofertas gastronómicas que se puede dar, además de contar con un número mayor de turistas que degustan de la comida tradicional; otro de los grupos que mayormente realizan sus viajes van acompañados de amigos donde hay mayor conocimiento e interés por conocer las costumbres de estos lugares en este caso como lo es en el cantón Portoviejo.

En conclusión, el perfil del visitante que más concurre los emprendimientos en Portoviejo son personas jóvenes adultas de edad entre 26 y 30 años en su mayoría ecuatorianos, aunque también llegan turistas de otros países dando a entender que el cantón posee alcance internacional y que entre sus principales motivaciones está la gastronomía, sin embargo otros de los factores que los hace venir a disfrutar es el estar en contacto con la naturaleza, gozar del entretenimiento y las actividades

culturales que se brindan en la región, además, ellos realizan sus viajes acompañados por su familia o amigos, quienes una vez que visitan el destino se convierten en la primordial fuente de información para turistas potenciales junto con las redes sociales que es una de las herramientas más importante para la comunicación y difusión masiva.

Para ellos es importante la cultura ancestral y el valor patrimonial de cada uno de sus platillos tradicionales, por eso al visitar algún emprendimiento optan por la gastronomía típica que brindan estos negocios, por lo que al ser platos representativos de cada lugar estarían dispuestos a pagar entre \$20 y \$30 hasta un máximo de \$45.

### **FASE III. DISEÑO DE ESTRATEGIAS**

A continuación, se desarrolló la última fase, en la cual a través de los métodos analítico, sintético y descriptivo se realizó una matriz FODA que permitió conocer los principales factores positivos y negativos del territorio y de esta manera definir las estrategias de gestión para los emprendimientos gastronómicos. Por último, se estableció un plan operativo y un plan de seguimiento y control que los emprendedores deben seguir para lograr obtener viabilidad con su negocio.

#### **4.3.1 ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA ESTRATÉGICA DEL TERRITORIO.**

Para el respectivo análisis de la gestión turística del área de estudio en relación a la gobernanza, emprendimientos turísticos y la gastronomía típica principalmente, se lo realizó a través de la matriz FODA, por lo que en primer lugar se identificaron los elementos que corresponden a los factores internos (fortalezas y debilidades) y a los factores externos (oportunidades y amenazas) previamente establecidos en relación a los puntos mencionados, los cuales están formulados en base a los resultados anteriormente analizados en las encuestas realizadas a los turistas y a

los dueños de los establecimientos gastronómicos. A continuación, en la tabla 18 se expone la matriz FODA con sus respectivos elementos:

**Tabla 18.** Matriz FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recursos marino-costero y agrícolas que garantizan la provisión de productos para la gastronomía típica.</li> <li>● Recursos turísticos reconocidos y frecuentados por el potencial gastronómico</li> <li>● Fuerte grado de asociatividad de los emprendedores</li> <li>● Localización estratégica por las facilidades de conectividad con otros sitios conocidos Manta, ruta Spondylus.</li> <li>● Diversidad de platos tradicionales</li> <li>● Vinculación de la actividad gastronómica con otras actividades turísticas del sector</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Reconocimientos y certificaciones Internacionales oficiales que permiten fortalecer el posicionamiento del destino.</li> <li>● Eventos y ferias gastronómicas para la definición del patrimonio cultural gastronómico.</li> <li>● Posicionamiento de la gastronomía a nivel nacional.</li> <li>● Crecimiento del mercado turístico gastronómico</li> <li>● Es la ciudad capital de la provincia de Manabí.</li> <li>● Apoyo de la academia con finalidades de asesorías técnicas (ESPAM “MFL”, UTM, Escuela de gastronomía de Manabí)</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Disminución de la preparación de platos tradicionales.</li> <li>● Poca capacitación a los emprendimientos gastronómicos de la localidad.</li> <li>● Desconocimiento por parte de los jóvenes de los platos tradicionales.</li> <li>● Baja promoción a los productos turísticos direccionados a la gastronomía.</li> <li>● El aspecto de los emprendimientos no está en condiciones adecuadas.</li> <li>● Escasez de emprendimientos formales dedicados a la comida típica con valor patrimonial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Inseguridad.</li> <li>● Desastres naturales.</li> <li>● Deterioro de los conocimientos ancestrales.</li> <li>● Inestabilidad política y económica.</li> <li>● Crisis económica a nivel mundial por la pandemia covid-19.</li> <li>● La aculturación (uso de lo moderno)</li> </ul>

Elaborado por: Alcívar y Zambrano

Una vez identificados los factores internos y externos, se procedió al cruce de la información entre los diferentes cuadrantes; se tienen en cuenta cualitativa y cuantitativamente los siguientes valores (Ver anexo 4). Seguidamente se realizaron las respectivas ponderaciones de acuerdo a los valores mencionados en la tabla, luego se sumaron los valores verticales y horizontales lo que permitió la obtención de los resultados de los respectivos cuadrantes según su ponderación (Ver anexo 5).

Mediante los resultados de la ponderación se obtuvo que el puntaje más alto fue en el indicador de fortalezas y oportunidades (anexo 5), por lo tanto, el planteamiento del problema estratégico y su solución se enfocará en el cuadrante I (Maxi-Maxi) en donde se elaboran estrategias de ofensiva (tabla 19)

**Tabla 19.** Cuadrante de la matriz FODA

	Oportunidades	Amenazas
<b>Fortalezas</b>	<p>I Estrategia ofensiva Maxi – Maxi ¿Cómo me permiten las fortalezas aprovechar las oportunidades? 192 resultado obtenido de la ponderación del FODA</p>	<p>II Estrategia defensiva Maxi – Mini ¿Cómo maximizar las fortalezas minimizando las amenazas? 141 resultado obtenido de la ponderación FODA</p>
<b>Debilidades</b>	<p>III Estrategia reorientación Mini – Maxi ¿Cómo minimizar debilidades aprovechando oportunidades? 186 resultado obtenido de la ponderación FODA</p>	<p>IV Estrategia de supervivencia Mini – Mini ¿Cómo evito que la debilidad favorezca la amenaza? 144 resultado obtenido de la ponderación FODA</p>

**Elaborado por:** Alcívar y Zambrano.

#### 4.3.1.1 PRINCIPALES FACTORES DEL ANÁLISIS FODA

Una vez analizada y ponderada la información obtenida del FODA (Ver tabla 18) a partir de este se obtuvieron los factores principales (tabla 20) para el planteamiento del problema estratégico y su solución.

**Tabla 20.** Factores principales de análisis FODA

<b>Fortaleza Principal</b>	F1. Goza de recursos marino-costero y agrícola que garantiza la provisión de productos para la gastronomía típica.
<b>Oportunidad Principal</b>	O.1 Reconocimiento y certificaciones Internacionales oficiales que permiten fortalecer el posicionamiento del destino.
<b>Debilidad Principal</b>	D.3 Desconocimiento por parte de los jóvenes de los platos tradicionales.
<b>Amenaza Principal</b>	A.6 La aculturación.

**Elaborado por:** Alcívar y Zambrano

#### **4.3.1.2 PROBLEMA ESTRATÉGICO GENERAL**

Si la aculturación por parte de los emprendedores y la población receptora continúa acechando al cantón Portoviejo y esto a su vez ocasiona que los jóvenes desconozcan los platos tradicionales, ni siquiera porque goza de recursos marino-costero y agrícola que son los que garantizan la provisión de productos para la gastronomía típica no se podrá aprovechar plenamente el reconocimiento y certificados Internacionales oficiales que permiten fortalecer el posicionamiento del destino.

#### **4.3.1.3 SOLUCIÓN ESTRATÉGICA GENERAL**

Aprovechando los recursos marino-costero y agrícola para la provisión de productos para la gastronomía típica y aprovechando el reconocimiento y certificaciones internacionales oficiales que permiten fortalecer el posicionamiento del destino se podrá reducir el desconocimiento de los platos típicos tradicionales por parte de los jóvenes y se podría reducir la aculturación que se tiene por diferentes factores.

#### **4.3.1.4 IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS**

Ejecutar acciones de gobernanza que permitan el funcionamiento y desarrollo de los establecimientos de gastronomía típica.

Fortalecer las capacidades y conocimiento del sector turístico para la oferta adecuada del patrimonio cultural gastronómico.

Fomentar la aplicación de medidas de seguridad para la garantía de la inocuidad alimentaria y salud del comensal.

Impulsar la innovación del sector gastronómico con identidad cultural

Promover una cultura de sostenibilidad integral para la conservación del patrimonio gastronómico manabita.

Incentivar el uso de TIC para la difusión, promoción y comercialización del patrimonio cultural gastronómico.



### 4.3.2 DEFINICIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE GESTIÓN.

En el análisis estratégico ya realizado anteriormente mediante el FODA, se determinó que la estrategia a seguir es ofensiva, sin embargo, para lograr un adecuado enfoque estratégico, resulta necesario analizar también la información relevante del estudio de mercado, correspondiente a la segunda etapa de la investigación; por lo tanto, a continuación (tabla 21) se presentan las estrategias de gestión.

**Tabla 21.** Estrategia de gestión.

ÁREAS CLAVES	ESTRATEGIAS DE GESTIÓN
<b>Gobernanza</b>	Ejecutar acciones de gobernanza que permitan el funcionamiento y desarrollo de los establecimientos de gastronomía típica.
<b>Conocimiento</b>	Fortalecer las capacidades y conocimiento del sector turístico para la oferta adecuada del patrimonio cultural gastronómico.
<b>Seguridad</b>	Fomentar la aplicación de medidas de seguridad para la garantía de la inocuidad alimentaria y salud del comensal.
<b>Innovación</b>	Impulsar la innovación del sector gastronómico con identidad cultural
<b>Sostenibilidad</b>	Promover una cultura de sostenibilidad integral para la conservación del patrimonio gastronómico manabita.
<b>Uso de TIC</b>	Incentivar el uso de TIC para la difusión, promoción y comercialización del patrimonio cultural gastronómico.

**Elaborado por:** las autoras

### 4.3.3 ESTRATEGIAS DE ACCIÓN.

La matriz 5W2H fue la herramienta utilizada para elaborar las propuestas de las estrategias de acción, tal como se muestra en la tabla 22; estableciendo 17 actividades específicas enmarcadas dentro de las 6 estrategias de gestión determinadas anteriormente. En este apartado se encuentran los responsables, el presupuesto estimado, el tiempo para la elaboración y la importancia de cada lineamiento. El plazo total para la ejecución es de un año.

Tabla 22. Estrategias de acción

QUÉ	CÓMO	QUIÉN	CUÁNDO		POR QUÉ	CUÁNTO	
			INICIO	FIN		MENSUAL	ANUAL
	Elaboración de una ordenanza que fomente la formalidad de los emprendimientos gastronómicos a través de requisitos sencillos.	°GAD Portoviejo. °Departamento de Turismo del GAD.	Enero 2023	Febrero 2023	Las autoridades deben prestar las condiciones legales pertinentes para que se desarrolle el sector gastronómico de la comida típica. Por lo tanto, contar con requisitos mínimos y asesorarles en el proceso disminuiría la cantidad de establecimientos informales y mejoraría el servicio. Adicional a ello, contar con un presupuesto y una adecuada señalización que oriente a los visitantes sobre productos gastronómicos, es clave para ordenar y facilitar la ubicación en el territorio.	\$150	\$300
	Asesoramiento a emprendedores y comunidades para la legalización de emprendimientos y conformación de asociaciones turísticas.	°Departamento de Turismo del GAD.	Marzo 2023	Marzo 2023		\$250	\$250
	Control de normativas en establecimientos gastronómicos a través de un check list.	°Departamento de Turismo del GAD.	Abril 2023	Abril 2023		\$200	\$200
	Desarrollo de un plan para la implementación de señalética turística en emprendimientos de gastronomía típica manabita.	°Departamento de Turismo del GAD.	Abril 2023	Abril 2023		\$1000	\$1000
	Asignación de presupuesto para el desarrollo del presente plan operativo.	°GAD Portoviejo. °Departamento de Turismo del GAD.	Enero 2023	Enero 2023		\$1000	\$1000
<b>FORTALECER LAS CAPACIDADES Y CONOCIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO PARA LA OFERTA ADECUADA DEL PATRIMONIO</b>	Ejecución de un programa de capacitaciones turísticas.	°Departamento de Turismo del GAD.	Mayo 2023	Noviembre 2023	Es importante que los prestadores de servicios se actualicen con las tendencias actuales sin perder la identidad cultural de los productos que ofrecen.	\$50	\$400
	Certificación a los actores y establecimientos que acudan a las capacitaciones.	°Departamento de Turismo del GAD.	Noviembre 2023	Noviembre 2023		\$80	\$80

<b>CULTURAL GASTRONÓMICO.</b>							
<b>FOMENTAR LA APLICACIÓN DE MEDIDAS DE SEGURIDAD PARA LA GARANTÍA DE LA INOCUIDAD ALIMENTARIA Y SALUD DEL COMENSAL.</b>	Realización de talleres prácticos de seguridad alimentaria.	°Departamento de Turismo del GAD. °Emprendimientos gastronómicos.	Mayo 2023	Mayo 2023	Uno de los aspectos que el turista actual y potencial considera al momento de elegir los servicios es la seguridad, por lo cual es responsabilidad del destino ofrecer productos seguros.	\$200	\$200
	Elaborar una campaña sobre el uso frecuente de protocolos de bioseguridad en emprendimientos gastronómicos manabitas del cantón.	°Departamento de Turismo del GAD.	Mayo 2023	Mayo 2023		\$200	\$200
<b>IMPULSAR LA INNOVACIÓN DEL SECTOR GASTRONÓMICO CON IDENTIDAD CULTURAL</b>	Capacitación sobre innovación en: presentación de platos, infraestructura típica y servicio al cliente.	°Departamento de Turismo del GAD.	Junio 2023	Junio 2023	La propuesta de productos innovadores atrae la atención de la demanda y le permite escoger entre diversas opciones que generan variedad de experiencias.	\$200	\$200
	Implementación de corredores y rutas gastronómicas con identidad.	°Departamento de Turismo del GAD. °Emprendimientos gastronómicos.	Junio 2023	Agosto 2023		\$500	\$1500
<b>PROMOVER UNA CULTURA DE SOSTENIBILIDAD INTEGRAL PARA LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO MANABITA.</b>	Creación de material físico y online con información para la salvaguarda del conocimiento y técnicas gastronómicas ancestrales.	°Departamento de Turismo del GAD.	Agosto 2023	Agosto 2023	Las acciones que fomentan la preservación sociocultural, reactivación económica y cuidado del ambiente, garantizan que el patrimonio pueda ser valorado y disfrutado a través del tiempo por futuras generaciones.	\$250	\$250
	Desarrollo de tres ferias o eventos de gastronomía típica manabita para incentivar el consumo y la reactivación económica de los emprendimientos turísticos.	°Departamento de Turismo del GAD. °Emprendimientos gastronómicos.	Marzo 2023	Octubre 2023		\$500	\$1500
	Fomento al uso de productos frescos y provenientes de agricultura orgánica mediante una campaña.	°Departamento de Turismo del GAD.	Septiembre 2023	Septiembre 2023		\$200	\$200

<b>INCENTIVAR EL USO DE TIC PARA LA DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO.</b>	Difusión del patrimonio cultural gastronómico a través de publicaciones de fotos y videos en redes sociales.	°Departamento de Turismo del GAD. °Emprendimientos gastronómicos.	Enero 2023	Diciembre 2023	La forma de acercarse y conectar con el mayor número de visitantes es mediante las redes sociales y el uso de ellas facilita la gestión, promoción, comercialización y difusión del patrimonio gastronómico. Además, emplear la declaratoria otorgada por la UNESCO crea un ambiente de mayor interés en la demanda, pues percibe que el destino posee un elemento distintivo.	\$10	\$120
	Capacitación a los establecimientos en el uso de tics para la comercialización y promoción de productos gastronómicos.	°Departamento de Turismo del GAD. °Emprendimientos gastronómicos.	Noviembre 2023	Noviembre 2023		\$200	\$200
	Creación y uso de marca y/o slogan que resalte la declaratoria de Portoviejo como Ciudad Creativa Gastronómica de la UNESCO.	°Departamento de Turismo del GAD. °Emprendimientos gastronómicos.	Enero 2023	Enero 2023		\$180	\$180
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	-	\$7.700

**Elaborado por:** las autoras

#### 4.3.4 SEGUIMIENTO Y CONTROL

##### 4.3.4.1 SEGUIMIENTO

Es necesario realizar el seguimiento de las actividades planteadas (tabla 23), es por esta razón que, se establecieron indicadores con la finalidad de verificar que se cumplan las metas propuestas en el plazo establecido para cada una de ellas, pues esto permite evaluar si es necesario realizar cambios o mejoras durante la ejecución del plan operativo. El seguimiento continuo asegura en gran porcentaje el éxito del proyecto en la fase de control final, en donde se busca que existan observaciones mínimas o nulas inconformidades.

Tabla 23. Plan de seguimiento

PROYECTO	INDICADOR DE SEGUIMIENTO	META	RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO
<b>GOBERNANZA</b>	Una ordenanza publicada para emprendimientos gastronómicos	En los dos primeros meses el destino contará con la "Ordenanza para el Patrimonio Cultural Gastronómico"	GAD Portoviejo
	Participación de 100 actores turísticos en asesoramientos.	En el tercer mes los establecimientos conocen de la normativa para emprendimientos gastronómicos.	Departamento de Turismo del GAD
	Check list de control aplicado al 80% de establecimientos.	En el cuarto mes se ha evaluado el cumplimiento de la normativa.	Departamento de Turismo del GAD
	Un plan de señalética turística implementado.	En el cuarto mes el cantón ha señalizado a los establecimientos con oferta gastronómica típica.	Departamento de Turismo del GAD
	Una partida presupuestaria aprobada para el plan operativo.	En el primer mes se empieza la ejecución del plan con los recursos económicos otorgados.	Departamento de Turismo del GAD
<b>CONOCIMIENTO</b>	Un programa de capacitaciones turísticas ejecutado.	Durante 7 meses los prestadores han fortalecido sus capacidades y actualizado sus conocimientos.	Departamento de Turismo del GAD
	El 80% de prestadores de servicio se han certificado	En el onceavo mes la mayoría de establecimientos finalizó las capacitaciones.	Departamento de Turismo del GAD
<b>SEGURIDAD</b>	El 80% de establecimientos participa en talleres de seguridad alimentaria.	En el quinto mes los prestadores de servicios turísticos comprenden la importancia de ofrecer productos seguros al visitante.	Departamento de Turismo del GAD
	Una campaña ejecutada de protocolos de bioseguridad.		Departamento de Turismo del GAD
<b>INNOVACIÓN</b>	El 80% de establecimientos gastronómicos asiste a capacitaciones de innovación.	En el sexto mes se evidencia innovación con identidad en los productos de gastronomía cultural.	Departamento de Turismo del GAD
	Un corredor y una ruta gastronómica implementados.	En el octavo mes se amplían los productos turísticos ofrecidos en el cantón.	Departamento de Turismo del GAD
<b>SOSTENIBILIDAD</b>	Material físico y online elaborado y difundido.	En el octavo mes la mayoría de ciudadanos está informado del patrimonio cultural gastronómico.	Departamento de Turismo del GAD
	Tres ferias de gastronomía típica manabita ejecutadas.	Dar a conocer la oferta del destino, generar consumo local y atraer visitantes externos.	GAD Portoviejo

	Una campaña ejecutada de uso de productos orgánicos en la gastronomía manabita.	En el noveno mes los prestadores son conscientes del aporte al cuidado ambiental mediante el uso de materia prima orgánica.	Departamento de Turismo del GAD
<b>USO DE TIC</b>	Dos publicaciones a la semana sobre gastronomía típica manabita.	Durante todo el año los visitantes actuales y potenciales conocen más acerca de la gastronomía manabita.	GAD Portoviejo
	El 80% de establecimientos gastronómicos participa de capacitaciones sobre tic.	En el onceavo mes la mayoría de establecimientos utiliza tic para dar a conocer y vender sus productos.	Departamento de Turismo del GAD
	Marca elaborada de Portoviejo como Ciudad Creativa Gastronómica de la UNESCO.	Desde el primer mes el sector involucrado en el patrimonio cultural gastronómico utiliza la marca de la declaratoria.	GAD Portoviejo

**Elaborado por:** las autoras

#### 4.3.4.2 CONTROL

El proceso de control permite tanto al GAD Portoviejo, como al Departamento de Turismo del cantón, verificar si el plan operativo ha tenido resultados favorables de acuerdo a la planificación establecida. Por lo tanto, a través de este checklist (tabla 24) se elaboraron indicadores por cada programa, los cuales tienen como finalidad la calificación sobre el cumplimiento o incumplimiento de cada acción.

**Tabla 24.** Check list de control

<b>EL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO EN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN PORTOVIEJO</b>			
<b>Indicador</b>	<b>Sí cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
<b>GOBERNANZA</b>			
La ordenanza se aplica en el cantón Portoviejo.			
Se ha incrementado en un 80% la formalidad de emprendimientos gastronómicos			
El 75% de establecimientos cumple con las normativas evaluadas en el check list.			
La señalética turística de gastronomía típica manabita se encuentra en puntos de interés.			
Detalle de recursos utilizados en el plan operativo están acorde al presupuesto.			
<b>CONOCIMIENTO</b>			
Los establecimientos aplican conocimientos turísticos.			
Registro de certificaciones de capacitación entregadas.			
<b>SEGURIDAD</b>			
Informe de dos talleres de seguridad alimentaria ejecutados.			
El 80% de establecimientos utiliza protocolos de bioseguridad.			
<b>INNOVACIÓN</b>			
Informe de dos capacitaciones de innovación ejecutadas.			
El corredor y la ruta gastronómica agrupan recursos con identidad manabita.			
<b>SOSTENIBILIDAD</b>			
EL 90% del material informativo impreso ha sido entregado.			
Se ha compartido más de mil veces el material online informativo.			
En las estadísticas se refleja la reactivación económica por las ferias gastronómicas.			

---

El 80% de establecimientos conoce de la campaña de productos frescos y agricultura orgánica.

---

**USO DE TIC**

El 80% de la ciudadanía local conoce del patrimonio cultural gastronómico de Portoviejo.

---

Informe de dos capacitaciones de uso de tics ejecutadas.

---

El 80% de establecimientos utiliza la marca: Portoviejo Ciudad Creativa Gastronómica de la UNESCO

---

**Elaborado por:** las autoras



# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## CONCLUSIONES

En conclusión, se puede manifestar que el destino Portoviejo cuenta con una riqueza cultural gastronómica potencial y mantiene el conocimiento ancestral, pero requiere de una debida gestión para su conservación y los pequeños emprendedores son los que se encargan de plasmar la identidad y cultura manabita a través de sus preparaciones. Cabe mencionar que, el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos gastronómicos patrimoniales se ve afectado por la mala formación de los empleados en cuanto a la atención al cliente por tal razón en sus proyectos estratégicos se impulsará al talento humano con capacitaciones que permitan mejorar el servicio y a los establecimientos en el uso de tics para la comercialización y promoción de sus productos gastronómicos”.

En el estudio de la oferta y demanda turística se evidenció que Portoviejo cuenta con 302 emprendimientos gastronómicos, sin embargo, no todos tienen características que brinden valor patrimonial, por otro lado, se determinó que las personas que más acuden a estos establecimientos son aquellas que tienen proximidad a estos establecimientos, esto debido a la reactivación post pandemia donde se produjo la disminución económica perdiendo la dinámica de los consumidores de mayor distancia.

La identificación de las 6 estrategias de gestión turística permitió un mejor abordaje del turismo gastronómico que se desarrolla en el cantón, de tal manera que los establecimientos gastronómicos se vean directamente beneficiados en las áreas donde existe mayor falencia, las estrategias abordan las áreas de gobernanza, conocimiento, innovación, seguridad, sostenibilidad y el uso de las TIC, permitiendo así disminuir los efectos negativos y nocivos que genera en la industria turística especialmente en los prestadores de servicios como son los emprendimientos gastronómicos debido a la pandemia de COVID-19. Así, se ha establecido un plan operativo en cuanto a la obtención de financiamiento y los obstáculos que pueden

enfrentar los emprendedores, teniendo en cuenta también acciones de factibilidad técnica, financiera y comercial.

En conclusión, se puede manifestar que el destino Portoviejo cuenta con una riqueza cultural gastronómica potencial y mantiene el conocimiento ancestral, pero requiere de una debida gestión para su conservación.

## **RECOMENDACIONES**

Al GAD del cantón Portoviejo que ofrezcan cursos, seminarios o capacitaciones a los prestadores de servicios para que ellos puedan mejorar la presentación de sus productos, la atención al cliente o mejorar técnicas de cocina. Así mismo realizar actividades como ferias gastronómicas en el que se involucren todas las parroquias del cantón y de esta manera se contribuye tanto al desarrollo del turismo gastronómico, cómo a la economía local.

Se le recomienda a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” en carrera de Turismo continuar con la ejecución de proyectos dirigidos a promover el turismo gastronómico en el cantón Portoviejo para que de esta manera se ayude a conservar los platos tradicionales y la forma en que se preparan.

A los emprendedores de establecimientos gastronómicos de Portoviejo, mejorar el servicio, sus productos y así como las instalaciones del establecimiento con el fin de cumplir con las expectativas de los clientes y asegurar la satisfacción de los mismos.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, A., y Rivas, T. (2020). *Los emprendimientos gastronómicos familiares: una estrategia para impulsar el desarrollo territorial*. [Archivo PDF]. [http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/46880/articulo4\\_c.pdf?sequence=5&isAllowed](http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/46880/articulo4_c.pdf?sequence=5&isAllowed)
- Araque, W., y Argüello, A. (2020). *Panorama actual y perspectivas futuras sobre los efectos del covid-19 en el empleo y la economía del Ecuador*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Araque, W., Rivera, J., y Argüello, A. (2020). El estímulo del emprendimiento desde las Políticas Públicas. *Revista de administración Pública del GLAP*, 4(7), 11. <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/No.-26-Emprendimiento-desde-las-politicas-publicas.pdf>
- Aquilla, L., Ordoñez, E., Sanchez, P., Chavez, A., y Aquilla, A. (2019). Los emprendimientos gastronómicos en las parroquias rurales de Ecuador, a través de la economía popular y solidaria. Casos de estudio. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 7(3),9-11 [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322019000300016](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322019000300016)
- Cabrera, L., Pacheco, H., y Villacreses, C. (2020). El patrimonio cultural: Su influencia en los emprendimientos gastronómicos post terremoto en Portoviejo. *Revista Polo del conocimiento*, 5(12), 07-12 <http://dx.doi.org/10.23857/pc.v5i12.2092>. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2092/4175>
- Castillo, E., Herrera, G., y Zambrano, D. (2016). Impacto económico del turismo en la economía del ecuador. *Rev. Anais Bras. de Est. Tur./ ABET*, 6(2), 69-81 [doi:10.1234/ISSN2238-2925](https://doi.org/10.1234/ISSN2238-2925).

- Castillo, O., y Gonzales, E. (07-08 de marzo 2007). *La gastronomía: Una mirada transversal y un conocimiento transdisciplinario*, Memorias del 1er. Congreso Internacional de Gastronomía, Caracas. Universidad Metropolitana : <http://unimet.edu.ve/Congreso/Home.html>
- Comisión Económica para América Latina y Caribe (CEPAL), (2001). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo*. (Tesis de pregrado). [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2691/S2001704\\_es.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2691/S2001704_es.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Comisión Económica para América Latina y Caribe (CEPAL), (2019). *Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe*. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46551/1/S2000674\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46551/1/S2000674_es.pdf)
- Cevallos, F. (2018). La innovación como estrategia para el desarrollo económico del Cantón Portoviejo. *Revista de Ciencias e Investigación*, 3(4), 12-16. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7355321>
- Choez, M. (2021). *La Gastronomía Ancestral y el Desarrollo Turístico Sostenible en el Área Urbana del Cantón Jipijapa, Provincia Manabí*. (Tesis de posgrado) Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, <http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1457>
- EcuRed. (25 de abril del 2017). *Re: Portoviejo Ecuador*. [https://www.ecured.cu/Portoviejo\\_\(Ecuador\)#:~:text=Portoviejo%20se%20caracteriza%20por%20tener,principal%20fuente%20de%20recursos%20econ%C3%B3micos](https://www.ecured.cu/Portoviejo_(Ecuador)#:~:text=Portoviejo%20se%20caracteriza%20por%20tener,principal%20fuente%20de%20recursos%20econ%C3%B3micos).
- El Universo. (30 de octubre de 2019). Portoviejo entra en las Ciudades Creativas de la Unesco por su gastronomía. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/30/nota/7582796/portoviejo-entra-ciudades-creativas-unesco-su-gastronomia/>

- Espinosa, M. (6 de abril de 2018). La gastronomía impulsa el turismo en la provincia de Manabí. *El Comercio*.  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/gastronomia-turismo-manabi-economia-playas.html>
- Félix, Á., y Garcia, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4(1), 79-103  
doi:<https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12743>
- Félix, Á., Bayas, J., Vera, J., Veloz, W., y Moreira, J. (2021). Destinos Turísticos Inteligentes, un nuevo aporte conceptual para el desarrollo local en Ecuador. Caso "Portoviejo Ciudad Creativa UNESCO". *Research, Society and Development*, 10(2), 6-12 doi:<http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i2.12754>
- GAD de Portoviejo. (14 de noviembre de 2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/CAPITULO%20I\\_DIAGNOSTICO\\_14-11-2014.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/CAPITULO%20I_DIAGNOSTICO_14-11-2014.pdf)
- García, B., y Fernández, A. (2020). Los destinos turísticos inteligentes, el pilar de la recuperación turística. *AYANA Revista de investigación en turismo*, 1(1).  
doi:<https://doi.org/10.24215/27186717e002>
- García, N., Carreño, Á., y Doumet, N. (2016). Estrategia para el desarrollo turístico del cantón Bolívar post Terremoto del 16 de abril. *Revista Eca Sinergia*, 7(2), 26-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6197602>
- Gobierno de Manabí Desarrollo y Equidad (2019). *Gastronomía de la Provincia de Manabí*. <https://www.manabi.gob.ec/sitio2020/turismo-manabi/comida-tipica-de-la-provincia-de-manabi>.
- Kantis, H., y Angelelli, P. (Mayo de 2020). *Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID-19: Impactos, necesidades y recomendaciones*. Banco Interamericano de Desarrollo BID.  
doi:<http://dx.doi.org/10.18235/0002331>

- Loor, G. (julio de 2020). *Modelo de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en comunidades de la costa norte de Manabí*. (Tesis de pregrado) Escuela Superior Politécnica de Manabí Manuel Félix López, Calceta Manabí. <https://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/1301/TTT05D.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Marín, I., Haro, G., y Ávalos, M. (2021). *Análisis de la oferta turística - gastronómica de Ecuador y la implementación de estrategias de marketing*. 6(8), 20. doi:10.23857/pc.v6i8.3015
- Menchero, M. (2020). Flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: cuando los turistas. *Geopolítica(s) Revista de estudios sobre espacio y poder*, 11(Especial), 105-114. doi:<https://dx.doi.org/10.5209/geop.69249>
- Mendoza, J., Gomez, C., y Álvarez, V. (2020). Las potencialidades de los restaurantes del litoral Ecuatoriano para desarrollar el turismo gastronómico. caso Manta. *Revista ULEAM Bahía*, 1(1). <https://revistas.uleam.edu.ec/documentosbahia/las%20potencialidades%20de%20los%20restaurantes%20del%20litoral%20ecuatoriano.pdf>
- Mora, J. (2019). *Gastronomía, patrimonio cultural inmaterial en la gestión del turismo local*. [Archivo PDF]. [https://www.researchgate.net/publication/348787278\\_Gastronomia\\_patrimonio\\_cultural\\_inmaterial\\_en\\_la\\_gestion\\_del\\_turismo\\_local](https://www.researchgate.net/publication/348787278_Gastronomia_patrimonio_cultural_inmaterial_en_la_gestion_del_turismo_local)
- Observatorio Ciudadano de Manabí. (2020). *Después de dos emergencias: efectos del terremoto y de la pandemia en la situación laboral y empresarial de Manabí*. Grupo FARO, Universidad San Gregorio de Portoviejo, 11. [https://sangregorio.edu.ec/observatoriociudadano/wp-content/uploads/2022/03/EFFECTOS-DEL-TERREMOTO-Y-DE-LA-PANDEMIA-EN-LA-SITUACION-LABORAL-Y-EMPRESARIAL-DE-MANABI\\_compressed\\_compressed.pdf](https://sangregorio.edu.ec/observatoriociudadano/wp-content/uploads/2022/03/EFFECTOS-DEL-TERREMOTO-Y-DE-LA-PANDEMIA-EN-LA-SITUACION-LABORAL-Y-EMPRESARIAL-DE-MANABI_compressed_compressed.pdf)

Organización Mundial del Turismo (OMT), (2 de mayo 2020). La creación de empleo y el emprendimiento cobra protagonismo en el foro mundial deL turismo gastronómico de la OMT. [Mensaje de un blog]  
<https://www.unwto.org/es/press-release/2019-05-02/la-creacion-de-empleo-y-el-emprendimiento-cobran-protagonismo-en-el-foro-mu>

Organización Mundial del Turismo (OMT), (2020). *Las cifras de turistas internacionales podrían caer un 60-80% en 2020, informa la OMT.*  
<https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020>

Párraga, Y., Cobeña, J., Gámes, k., y Vélez, J. (2019). *Plan de negocio para la implementación de una cafetería ecológica en el parque arqueológico cerro hojas-jaboncillo.*  
<http://sigloxxi.espam.edu.ec/Ponencias/IX/CongresoII/GOPET/GOPET-19.pdf>

Polanco, D., Araujo, M., Portugal, C., Guamialamá, J., Valdes, M., y Salazar, D. (2019). Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo. *Revista Dialnet.*  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7728538>

Proaño, G., Chérrez, R., y López, C. (2021). La situación turística actual de Ecuador y su incidencia en la reactivación económica. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*, 6(1). doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.426>

Quevedo, J., Pinzón, L., Vasquez, L., y Quevedo, M. (2020). Impacto del covid -19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Revista científica Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1352-1367.  
 doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1377>

Robles., O. (2020). *La gastronomía tradicional como patrimonio cultural inmaterial y factor de desarrollo turístico de la comunidad de Ambato-Otavalo* (Trabajo de

grado). Universidad Técnica del Norte Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.  
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10492/2/02%20TUR%20165%20TRABAJO%20GRADO.pdf>

Rodríguez, P. (2017). *Alianzas público-privadas para la creación de una organización de gestión turística en el cantón Portoviejo*. (Tesis de pregrado) Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta Manabí.  
<https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/695/1/TT73.pdf>

Rodriguez, V., Reina, C., Rodriguez, K., y Cañarte, L. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento post covid-19. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*, 5(4).  
 doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.298>

Sacón, J., y Vera, G. (2018). *Identificación de la potencialidad turística para el desarrollo local y emprendimientos del cantón Bolívar provincia de Manabí*. (Tesis de pregrado) Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta Manabí.  
<http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/781/1/TTT1.pdf>

Sarabia, M. (19 de mayo de 2020). *Parroquias urbanas y rurales*.  
[https://es.educaplay.com/recursos-educativos/5536838-parroquias\\_urbanas\\_y\\_rurales.html](https://es.educaplay.com/recursos-educativos/5536838-parroquias_urbanas_y_rurales.html)

Silva, M. (12 de junio de 2020). 173 000 trabajadores han sido desvinculados durante la emergencia sanitaria. *EL COMERCIO*.  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/despidos-trabajadores-sanciones-emergencia.html>

Sornoza, G., y Párraga, T. (Noviembre de 2019). Diseño de un corredor Gastronómico para contribuir al desarrollo turístico sostenible del área rural del cantón Portoviejo, Manabí, Ecuador. (Tesis de posgrado) Escuela



Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta Manabí.

<https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1092/1/TTMT17.pdf>

Toledo, M. (2021). Estrategias post-COVID 19 para reactivar el Turismo local en el Ecuador: Caso provincia de Tungurahua. *Green World Journal*. doi:<https://www.greenworldjournal.com/doi-v4-n1-003-gwj-2021>

Vásconez, L. (1 de junio de 2021). La economía de Ecuador crecerá el 2,8% en 2021, según proyección del Banco Central del Ecuador BCE. *EL COMERCIO*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/economia-ecuador-crecimiento-2021-bce.html>

Vega, V., Castro, F., y Romero, A. (1 de octubre de 2020). Impact of Covid-19 world tourism (Impacto del COVID-19 en el turismo mundial). UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 12(1), 207-216. doi:<https://ssrn.com/abstract=3818685>

Zurita, S., y Monge, P. (2018). Redes sociales y plataformas tecnológicas como herramientas de difusión de la gastronomía ecuatoriana y negocios restauranteros. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/07/plataformas-tecnologicas-gastronomia.html>

# **ANEXOS**

## ANEXO 01

**Ficha de caracterización**

1. DATOS GENERALES	
<b>Fecha de Fundación</b>	
<b>Localización astronómica - Latitud</b>	Latitud Norte
	Latitud Sur
	Longitud Este
	Longitud Oeste
<b>Ubicación</b>	País
	Región
	Provincia
	Cantón
<b>Limites</b>	Norte
	Sur
	Este
	Oeste
<b>Superficie</b>	
<b>Demografía</b>	
<b>Temperatura</b>	
<b>Pluviosidad</b>	
<b>Altitud</b>	
<b>Orografía</b>	
<b>Hidrografía</b>	
<b>División Política</b>	
<b>Zona Administrativa</b>	
0.	COMPONENTE POLÍTICO
0.	COMPONENTE ECONÓMICO
0.	COMPONENTE SOCIAL
0.	COMPONENTE AMBIENTAL
0.	COMPONENTE TURÍSTICO

## ANEXO 02

Encuesta dirigida a los prestadores de servicios turísticos



## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ “MANUEL FÉLIX LÓPEZ”

La siguiente encuesta se realiza como parte del proceso de recolección de información para la tesis: **El Patrimonio Cultural Gastronómico en el Desarrollo de los Emprendimientos Turísticos en Portoviejo**, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y o tiene ningún fin ajeno a la investigación.

**Objetivo:** Analizar la oferta de los emprendimientos gastronómicos culturales con valor patrimonial en Portoviejo.

### Encuesta dirigida a los prestadores de servicios turísticos

1. En la escala del 1 al 5 donde 1 señala que no está en acuerdo y 5 que está totalmente. ¿considera Ud que los platos típicos son atractivos para el consumidor?
2. En la escala del 1 al 5 donde 1 señala que es bajo 3 medio y 5 alto. ¿considera ud que producir comida típica le ha dado un plus a su establecimiento?
3. ¿Qué platos típicos predominan en su establecimiento?  
 Caldo de gallina criolla( )    Tongas( )    Bolones( )    Ceviche( )  
 Estofado de pollo-carne( )    Viches( )    Empanadas de verde( )    Sal prieta( )  
 Encebollado( )    Tigrillo-Perico( )    Otros(\_\_\_\_)
4. ¿considera ud que vender comida típica en su establecimiento le ha generado posición en el mercado?
5. ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento su establecimiento gastronómico?  
 1-10 años ( )    11-20 años ( )    21-30 años ( )    31-40 años ( )  
 Más de 41 años ( )
6. ¿Cuáles son los medios por el cual promociona su establecimiento?  
 Facebook( )    WhatsApp( )    Instagram( )    Recomendaciones( )  
 Otros.\_\_\_\_\_.

## Valores de ponderación

0	1	2	3
Nada importante	Poco Importante	Importante	Muy Importante

## ANEXO 4

## Ponderación del FODA

		OPORTUNIDADES						AMENAZAS								
		O1	O2	O3	O4	O5	O6	T	A1	A2	A3	A4	A5	A6	T	
<b>FOR TAL EZ AS</b>	F1	3	3	3	3	3	3	18	1	1	2	3	1	3	11	29
	F2	3	3	3	3	2	3	17	1	2	1	2	2	3	11	28
	F3	3	3	3	2	3	1	15	2	2	1	3	1	3	12	27
	F4	2	2	2	3	3	2	14	2	1	1	2	2	3	11	25
	F5	2	2	2	2	3	3	14	1	1	1	3	1	3	10	24
	F6	3	3	3	3	3	3	18	3	3	1	3	3	3	16	34
	<b>T</b>	16	16	16	16	17	15	192	9	10	7	16	10	18	141	333
<b>DE BI LI D A DE S</b>	D1	2	3	2	2	3	2	14	2	3	3	3	2	2	15	29
	D2	3	3	3	2	3	3	17	0	1	1	3	1	3	9	26
	D3	3	3	3	3	2	3	17	2	2	1	3	3	3	14	31
	D4	3	3	2	2	2	3	13	3	2	1	3	2	3	14	27
	D5	3	3	3	3	3	2	17	0	0	1	3	1	3	8	25
	D6	3	3	2	2	2	2	14	1	1	2	3	2	3	12	26
	<b>T</b>	17	18	15	14	15	15	186	8	9	9	18	11	17	144	330
<b>TG</b>	33	34	31	30	32	30	378	17	19	16	34	21	35	285	1326	

## ANEXO 05

## MATRIZ DE VALORACIÓN CUALITATIVA

Restaurantes	Nivel de cumplimiento de técnicas ancestrales			Argumentación
	Alto	Medio	Bajo	
1. Fuente De Soda Y Restaurante Caramel	x			
2. Restaurante Comidas Manabita		x		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
3. Soda Bar Y Restaurante La Buena Sazón	x			
4. Restaurante Las Vegas		x		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
5. Restaurante La Molienda	X			
6. Restaurante Bonanza			x	bajo porque realiza una mezcla de lo tradicional con menús a la carta
7. Restaurante Y Eventos Santa Gema		x		Realiza platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
8. Restaurante Tamarindos Café Bar		x		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
9. Menestras Del Negro			x	Mezcla lo ancestral con la comida a la carta
10. Tenedores Y Sabores		x		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
11. Restaurante La Cabañita Del Sabor	x			
12. Restaurante Alexander 2		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
13. Restaurante Gaviotas		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
14. Restaurante Puerto Rico		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
15. Restaurante Alas Delta #1		x		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
16. Bar Restaurante Zona Fría		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
17. Restaurante Alas Delta #5		x		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
18. Restaurante Bolon Y Tigrillo	x			
19. Restaurante El Primito		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
20. Restaurante Esquina De Jonathan		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral

21. Restaurante Don Cory		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
22. Restaurante Arena Hot'S		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
23. Restaurante Crucita La Bella		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
24. Restaurante California		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
25. Restaurante Pacifico		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
26. Restaurante Bella Vista		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
27. Restaurante Mi Vecino		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
28. Restaurante Palmita		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
29. Restaurante Ramblas		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral
30. Restaurante Guadua		X		Realiza los platos típicos, pero no mantiene la cohesión ancestral

## ANEXO 06

Encuesta dirigida a la demanda turística existente en Portoviejo



## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ “MANUEL FÉLIX LÓPEZ”

La siguiente encuesta se realiza como parte del proceso de recolección de información para la tesis: **El Patrimonio Cultural Gastronómico en el Desarrollo de los Emprendimientos Turísticos en Portoviejo**, por lo tanto, esta información es de carácter confidencial y o tiene ningún fin ajeno a la investigación.

### Objetivo:

Determinar el perfil y motivación del turista que visita los emprendimientos gastronómicos turísticos de Portoviejo.

Encuesta dirigida a la demanda turística existente en Portoviejo

1. ¿Ha visitado en el último año el cantón Portoviejo?  
SI( ) NO( )
2. ¿Cuál es su edad?: \_\_\_\_\_
3. País de residencia: \_\_\_\_\_
4. ¿Cuáles son sus motivaciones para visitar Portoviejo?  
Gastronomía ( ) Actividades culturales ( ) Senderismo ( ) Negocios ( ) La naturaleza, paisaje ( ) Entretenimiento ( ) Otros ( )
5. ¿Qué tipo de alimentos le gustaría encontrar en los establecimientos gastronómicos de Portoviejo?  
Comida típica ( ) Platos a la carta ( ) Comidas rápidas ( ) Otros(\_\_\_\_\_)
6. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en la degustación de comida típica?  
\$20-\$30  
\$31-\$45  
\$46-\$55  
Más de \$56



7. En la escala del 1 al 5 donde 1 señala que es mala 3 es regular y 5 muy buena. ¿Considera ud que la comida típica es un elemento relevante para el desarrollo de un emprendimiento gastronómico en Portoviejo?
- 

8. ¿por qué medios se informa usted sobre los nuevos emprendimientos gastronómicos con valor patrimonial existentes en Portoviejo?

Redes sociales ( )

Radio ( )

Internet ( )

Recomendaciones de amigos y familiares ( )

TV ( )

Otros ( )


9. ¿Normalmente con quién usted realiza turismo?


Solo( ) Familia( ) Amigos( ) Pareja( ) Grupo guiado( )

#### ANEXO 7

Plato	Descripción	Imagen
Viche pescado	Es considerado la fanesca de los manabitas, consumido en su mayoría durante la Semana Santa, este plato se prepara a base de maní, pescado, yuca, choclo, maduro, habichuela y especias.	
Corviches	El corviche es una delicia típica de la costa ecuatoriana, en especial de la provincia de Manabí. Los corviches son un tipo de fritura o croqueta de forma ovalada o alargada. Se preparan con masa de plátano verde y maní, se rellenan con pescado, y se fríen en aceite caliente.	

<p>Bolones de verde (queso/ mixtos)</p>	<p>El bolón de verde es un desayuno tradicional entre los campesinos de la costa de Ecuador. El mismo nombre del plato nos dice exactamente qué es: una bola de plátano macho, llamado verde, el cual es muy apreciado en ese país latinoamericano. Esta receta de bolón de verde puede tener varios rellenos, pero los más típicos son chicharrón de cerdo o queso. También puede ocurrir que tenga ambos ingredientes, lo que lo convierte en un bolón mixto.</p>	
<p>Estofado de pollo</p>	<p>El estofado de pollo criollo es un plato muy fácil de preparar</p>	
<p>Caldo de gallina</p>	<p>El caldo de gallina criolla o de pollo ecuatoriano, es un plato muy simple, que se puede servir como consomé, o el caldo con la presa. También, puedes acompañarlo con una papa cocinada, cebollita blanca y cilantro o perejil picado.</p>	
<p>Tigrillo</p>	<p>Tigrillo es un plato que consiste en un revuelto de plátano con queso, huevo, chicharrón o carne de res. Su nombre proviene del color café claro, casi amarillo, con pintas oscuras del plátano chamuscado, que semeja la piel del animal silvestre.</p>	
<p>Empanadas de verde</p>	<p>Esta receta ecuatoriana se prepara con una masa de plátano verde y se rellena con queso, carne o mariscos.</p>	

Hayacas	<p>Las hayacas, también conocidas como hallacas o ayacas, son pasteles similares a los tamales que se preparan con harina de maíz. Se rellenan con pollo, vegetales, huevo, y se cocinan al vapor envueltas en hojas de plátano. A diferencia de los tamales, la masa de las hayacas se pre-cocina, o sea se hace cocinando la harina de maíz en caldo de pollo hasta obtener una masa suave. La masa de las hayacas también es un poco más dulce que la masa de los tamales – ya que se le pone azúcar</p>	
Tonga	<p>La tonga es un plato típico de la gastronomía manabita en Ecuador. Está elaborada a base de arroz, salsa de maní, seco de gallina criolla o pollo, y es envuelto con varias capas de hojas de plátano, se lo conoce también como: "pandao" o almuerzo montubio</p>	
Guatita	<p>La guatita es un plato típico de Ecuador a base de mondongo – también conocido como librilla, estomago o panza de res/vacuno, callos, menudo, entre otros nombres -, se cocina el mondongo con papas en una rica salsa de maní o cacahuates.</p>	
Humitas	<p>Las humitas son pastelitos envueltos que se preparan con choclos o maíz tierno y queso, se cocinan en las hojas del mismo maíz al vapor.</p>	
Salprieda	<p>La tonalidad oscura casi como la azúcar morena da el nombre de sal prieta a esta preparación; es una fusión entre harina de maíz, maní tostado y especias que se ha convertido en un símbolo de Manabí. Este alimento fue reconocido como uno de los productos que más identifican a la cocina manaba en una investigación realizada por Patrimonio Alimentario del Ministerio de Cultura y Patrimonio</p>	

Bollos	<p>Esta receta es a base de plátano, mani y costillas de chanco, muy rápido y fácil de realizar; su envoltura se realiza con la misma hoja de plátano que hace q su sabor y su aroma sea delicioso.</p>	
--------	---	---