



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL  
EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE LICENCIADA/O EN HOTELERÍA Y TURISMO**

**PROBLEMA:**

**GASTRONOMÍA TÍPICA E IDENTIDAD TURÍSTICA EN EL CANTÓN  
VINCES**

**AUTORA:**

**MARIA ELENA RIVERA VALLE**

**TUTOR:**

**CIFUENTES RODRÍGUEZ ANDRES FERNANDO**

**BABAHOYO - AGOSTO-2019**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**RESUMEN**

Este proyecto de investigación, muestra la importancia que tiene la gastronomía típica en la identidad turística del Cantón Vinces, entendiendo la necesidad de rescatar la cultura gastronómica en el Cantón capacitando a los involucrados en temas relacionados al turismo.

Vinces, a través de los años se ha consolidado como zona turística no solo en la Provincia de Los Ríos sino también en el Ecuador, el mismo que por su gran diversidad de atractivos turísticos, atrae a propios y extraños a visitarlo y enamorarse de su cultura, su ambiente, sus playas, sus bosques, etc.

Vinces, cuenta con el Humedal Abras De Mantequilla, el cual se encuentra ubicado en la cuenca alta del Río Guayas, el 14 de marzo del año 2000 fue declarado como sitio Ramsar, así como también en el 2005 como área de importancia para la conservación de aves.

Así también Vinces cuenta con unas playas hermosas y un río de agua dulce, el mismo que en el año 1968 fue declarado “el primer balneario de agua dulce del Ecuador”, razón por la cual atrajo a miles de turistas que venían de todas partes del país para disfrutar de sus ricas aguas y compartir momentos amenos entre familiares y amigos.

Por lo antes expuesto se logra apreciar la riqueza turística de este cantón, sin embargo, este debe de ir acompañado de otros factores que le den el plus que necesita para seguir creciendo, entre ellos, la cultura, la historia y una de las más importantes, la gastronomía típica de la zona.

El cantón Vinces cuenta con una gastronomía que atrae a muchos turistas, por sus exquisitos platos típicos como son: seco de gallina criolla, seco de pato, bollos, muchines, ayampacos, cazuelas de pescado, caldo de bolas, humitas, tamales, hayacas, entre muchos platos más que al ser bien explotados permiten ayudar en la economía local, permitiendo el trabajo de cientos de familias dedicadas al negocio de la gastronomía.

Pero a pesar de todo el potencial turístico con el que cuenta Vinces, la gastronomía ha ido cambiando en el cantón, ingresando platos que no son propios de la zona, sin ver el mal que se le hace a la cultura gastronómica del cantón, perdiendo de a poco su identidad turística.

Es por ello que el presente proyecto busca incentivar a la comunidad vinceña dedicada a la venta de alimentos, a recuperar la identidad turística del cantón, reconociendo la importancia de su gastronomía típica, para poder mostrar al turista la cultura gastronómica vinceña, tal cual ha existido desde hace muchos años atrás, y que es por ella misma que Vinces se ganó su espacio en la historia como una ciudad rica en turismo.

**Palabras Claves:** gastronomía, identidad cultural, turismo, platos típicos, potencial turístico.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERIA Y TURISMO**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**ABSTRACT**

This research project shows the importance of typical gastronomy in the tourist identity of Canton Vinces, understanding the need to rescue Tourism in the Canton by training those involved in tourism-related issues.

Vinces, over the years, has become consolidated as a tourist area not only in the Province of Los Ríos but also in Ecuador, the same as for its great diversity of tourist attractions, attracts its own and strangers to visit it and fall in love with its culture , its environment, its beaches, its forests, etc.

Vinces, has the Abras de Mantequilla, which is located in the upper basin of the Guayas River, on March 14, 2000 it was declared a Ramsar site, so it was also declared in 2005 as an area of importance for conservation bird's.

Vinces also has beautiful beaches and a river of fresh water, the same one that in 1968 was declared “the first freshwater resort in Ecuador”, which is why it attracted thousands of tourists who came from all over the world. Country to enjoy its rich waters and share pleasant moments with family and friends.

For the aforementioned it is possible to appreciate the tourist wealth of this canton,

however this must be accompanied by other factors that give it the plus that it needs to continue growing, among them, culture, history and one of the most important, the typical gastronomy of the area.

The Canton Vinces has a gastronomy that attracts many tourists, for its exquisite typical dishes such as: seco de pollo, seco de pato, bollos, muchines, ayampacos, guisos de pescado, caldo de bolas, humitas, tamales, hayacas, Among many dishes more than being well exploited allow to help in the local economy, allowing the work of hundreds of families dedicated to the gastronomy business.

But despite all the tourist potential that Vinces has, gastronomy has been changing in the canton, entering dishes that are not typical of the area, without seeing the evil that is done to the culinary culture of the canton, losing Little by little his tourist identity.

That is why the present project seeks to incentivize the Vincenian community dedicated to the sale of food, to recover the tourist identity of the canton, recognizing the importance of its typical gastronomy, to be able to show the tourist the Vincenian gastronomic culture, as it has existed since many years ago, and that is for herself that Vinces earned her space in history as a city rich in tourism.

Keywords: gastronomy, cultural identity, tourism, typical dishes, tourism potential.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



INDICE

CARATULA .....	I
INDICE .....	VI
INTRODUCCIÓN .....	1
DESARROLLO .....	3
CONCLUSIONES .....	18
Bibliografía .....	21
ANEXOS.....	1

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación está orientado a la “Gastronomía típica e identidad turística en el cantón Vinces”.

El Cantón Vinces a través de los años ha sido considerado parte fundamental del turismo de la Provincia de Los Ríos debido a sus hermosas playas, regatas, rodeos montubios, el Humedal Abras de Mantequilla y su deliciosa gastronomía”,

Para este estudio de caso se consideró la línea de investigación “Desarrollo de productos y servicios turísticos” y como sublínea “Propuestas gastronómicas” aplicados en el objetivo N°10 del Plan Nacional del Buen Vivir que busca impulsar la transformación de la matriz productiva.

Reconociendo la gastronomía típica un medio de generar de empleo, y a la vez medio de atracción turística, logrando recuperar la identidad turística del mismo a través de la implementación de estrategias que permitan aplicar proyectos viables para la solución del problema planteado.

El objetivo principal es Identificar de qué manera influye la gastronomía típica en la identidad turística del Cantón Vinces, para lo cual se establecerá conclusiones derivadas de la investigación, recomendaciones de mejoras para incentivar la afluencia de los visitantes.

Las técnicas usadas para la obtención de la información fueron la observación, la entrevista y la encuesta, los mismos que ayudaron a conocer la realidad actual del turismo local, su gastronomía típica, los proyectos que se están aplicando, así como el conocimiento que tienen los vendedores sobre atención al turista y manejo de alimentos.

También se muestran las situaciones detectadas y las soluciones planteadas, entre las cuales se propone la creación capacitación a los vendedores, la creación de ferias gastronómicas de comida típica, la implementación de proyectos turísticos donde se promueva la gastronomía típica, entre otras.

Al final del mismo se muestra sus conclusiones y da las recomendaciones debidas para ayudar a mejorar el turismo local, recuperando su identidad aprovechando el valor de la cultura gastronómica vinceña, como fuente de atracción turística y económica.



# **DESARROLLO**

## **JUSTIFICACIÓN**

El presente caso de estudio tiene su justificación, en la necesidad de recuperar la identidad turística a través de la gastronomía típica del cantón Vinces, lo cual se hace necesario realizar un estudio bibliográfico y de campo que permita conocer la importancia de la gastronomía en el sector turístico.

Es importante recalcar que la identidad turística es aquella que muestra las características propias de un cantón, logrando con ellas atraer al turista, el mismo que busca vivir nuevas experiencias y conocer diferentes tradiciones de los lugares que visitan.

Los beneficiarios de este presente caso de estudio serán de manera directa el departamento de turismo del cantón Vinces, los comerciantes de alimentos, los turistas que visitan el cantón y que tendrán diferentes platos propios de la zona para degustar y lograr cubrir sus expectativas.

El impacto que se espera alcanzar con la realización del presente caso de estudio es alto, ya que Vinces a través de los años ha sido reconocido como un lugar turístico al mismo que año tras año acuden miles de turistas que buscan salir de la rutina y conocer experiencias nuevas, así como también deleitarse con su gastronomía típica, es por ello que la población de Vinces vea con agrado el presente proyecto, ya que se lograra recuperar la identidad turística del mismo partiendo de su cultura gastronómica, siendo esta una de las características propias del sector.

## **Objetivo**

Identificar de qué manera influye la gastronomía típica en la identidad turística del Cantón Vinces.

## **SUSTENTO TEÓRICO**

### **Turismo gastronómico. -**

Al hablar de turismo es hablar de diversos temas, entre ellos, locaciones, paisajes, ambiente, y entre otros, la gastronomía; este último se considera uno de los más importantes, ya que las personas independientemente del tipo de ambiente que busquen, siempre necesitarán alimentarse y es ahí justamente en ese punto donde el turista se vuelve exigente.

Las autoras (Díaz & Pabon, 2015), definen que: El turismo gastronómico, la riqueza, la variedad de sus destinos y el crecimiento de su economía hacen de un país atractivo para la inversión en turismo vacacional, de negocios y eventos, logrando así convertirse en un sector de oportunidades y de crecimiento continuo, resaltando el patrimonio cultural de la Nación; considerando la cultura como un elemento diferenciador entre los productos turísticos, dándole un carácter único. (p.1)

Las mismas autoras acotan que la gastronomía “es imprescindible a un producto turístico, ya que el visitante siempre deberá consumir algún tipo de alimento en el lugar al que se desplazó, creando así un consumo, probando y experimentando parte de la cultura de la región” (Díaz & Pabon, 2015, pág. 1)

Tal como lo explica la cita anterior, la gastronomía ha llegado a formar parte integral del turismo, convirtiéndola en parte esencial de los proyectos turísticos, ya que los visitantes independientemente del lugar que visiten, siempre buscarán que se sirva, y ese alimento es parte importante para la satisfacción de los turistas.

Según la Organización Mundial del Turismo por sus siglas OMT: El turismo gastronómico como fenómeno turístico ha crecido considerablemente y se ha convertido en uno de los más dinámicos y creativos segmentos del turismo. Tantos destinos como

empresas turísticas se han dado cuenta de la importancia de la gastronomía con el fin de diversificar el turismo y estimular el desarrollo económico local, regional y nacional (Turismo, 2012, pág. 1)

Tal cual lo manifiesta la Organización Mundial del Turismo en su informe publicado en el año 2012, el turismo gastronómico ha crecido, y es por ello que se hace necesario que los Gobiernos seccionales le tomen la importancia necesaria para su correcta explotación, ya que a través del mismo se logra mejorar la economía de las familias que se dedican a este tipo de servicios como actividad económica principal.

### **La Gastronomía En Los Ríos**

La gastronomía de la Provincia de Los Ríos es diferente a las del resto de las Provincias, porque sus ingredientes principales son el pescado, verde, la yuca hojas de plátano o bijao, para poder armar un platillo extraordinario llamado ayampaco de pescado, entre otros platillos tenemos el muchin de yuca o de verde, bolón de verde, caldo de cabeza de bagre, estofado y sancocho de bocachico, en fin su comida es extensa, variada, llena de sabor y de muy buena sazón, digna de representar a esta maravillosa Provincia. Es que, entre bollos envueltos, tamales y ayampacos existen muchas variedades de acuerdo con las hojas, los rellenos, el método de cocción, etcétera. Así, los viejos llaman bollo al maduro envuelto en hoja de plátano y horneado. Se trata de plátano rallado, al que se le añade canela, esencia de vainilla, leche, pasas, mantequilla y queso fresco. Pero hay también un bollo de verde con pescado envuelto en hojas de bijao y cocinado al vapor. (Cuvi Sánchez, 2017, pág. 16) (Marlene, 2015).

Es diferente la Gastronomía en la Provincia de los Ríos, al resto de las regiones del país, por tener una variedad de productos agrícolas como uno de los principales es el verde y de la misma mata se extrae la hoja de bijao, yuca y el pescado, con estos ingredientes se podrá elaborar el bollo de pescado o ayampaco, el verde es principalmente utilizado para preparar gran variedad de platos típicos, como el sancocho de bocachico, bolón de verde, majado de verde, la cazuela, tortilla de verde, corviche, empanadas de verde y un sin número de platos tradicionales.

## **Preparación Higiénica De Los Alimentos.**

(Anton, 2015) El manipulador de los alimentos debe saber que de él depende que los alimentos se conserven en buen estado manteniéndolos limpios y desinfectados, usando la ropa adecuada para hacer su trabajo excelente, debe de usar un traje exclusivo, de preferencia blanco, gorra y zapatos adecuados, debe tener siempre la manos y uñas limpias sin ningún tipo de accesorio para evitar transmitir gérmenes a los alimentos. “Del manipulador depende, en cierto modo, la salud de sus comensales. Por ello, la manipulación de los alimentos ha de ser higiénica, pues por medio de ella pueden transmitirse gérmenes patógenos a los alimentos que maneja o prepara” (MANZANO, 2017).

La persona encargada de manipular los alimentos debería contar con una excelente higiene y su vestimenta como carta de presentación que transmita confianza y estimulación de la degustación, con calidad sanitaria para evitar alguna contaminación a los comensales.

## **Marketing Turístico**

Es un proceso de gestión responsable de identificar, anticiparse a las necesidades de los consumidores de forma satisfactoria, cuyo objetivo es conocer y entender al cliente, que el producto o servicio que le ofrezca se ajuste a sus necesidades. Por tanto, el marketing no es el arte de vender lo que produce sino el arte de saber qué producir o vender. El arte de identificar y entender las necesidades del cliente, el marketing parte de una necesidad un deseo de acuerdo con las características personales del consumidor (MORAN, LA VESTIMENTA TRADICIONAL MONTUBIA EN EL TURISMO CULTURAL DE LA PARROQUIA PIMOCHA, 2018, pág. 9). 8

Se puede decir que abarca desde la promoción de localidades desde los organismos públicos como de todas las empresas que forman parte del sector turístico: hoteles, empresas de transportes, gastronomía, comercio, ocio, etc. Para complementar a la

definición, el sector del turismo es aquel que comprende a los productos y servicios ofrecidos por empresas y/o organizaciones públicas y privadas. (Heredia & Lisette, 2014, pág. 9)

El marketing es promover y dar a conocer los beneficios turísticos de una ciudad o país de forma correcta y adecuada , se lo promociona directamente a los Gerentes y dueños de empresas turísticas, porque son prestadores de servicios como restaurantes, bares , hoteles, y transporte, los cuales son difundidos a través del mundo , se puede definir que él ,marketing es la promoción de incentivar a los comensales desde un producto específico o de una ciudad o región , tiene el arte de saber las necesidades de los consumidores, para definir un producto de acuerdo a la necesidad

### **Gastronomía típica-**

“La gastronomía se incorpora a los nuevos productos turísticos y permite que se conozca la cultura local por medio de las sensaciones y experiencias vividas en la degustación de los platos típicos regionales” (Falcon, 2014, pág. 19). Esta investigadora muestra la importancia de la gastronomía típica, para desarrollar la cultura de una determinada zona, considerándola parte de la expresión cultural de la misma.

De la misma manera en el año 2013 el investigador Xavier Bolaños señala en su investigación que “la gastronomía es el elemento para conformar la imagen de un destino turístico” (Bolaños, 2013, pág. 17). De esta manera da a entender que la gastronomía gana importancia en el desarrollo turístico ya que la misma es la encargada de satisfacer una de las necesidades básicas de la persona como lo es la alimentación.

Loa autores Falcón y Bolaños, consideran de gran importancia la gastronomía para el desarrollo cultural y turístico, ya que uno la muestra como parte de la cultura de un pueblo y el otro la muestra como factor básico para atraer turistas, es por ello que la autora del presente estudio de caso considera valida las dos afirmaciones vistas.

Para (Lara, 2016) en su investigación realizada, considera que: La gastronomía que se ofrece en una población por lo general caracteriza a dicho lugar, puesto que los ingredientes son de la región o zona, la preparación tiene que ser acorde con las tradiciones y costumbres, utilizando implementos propios del lugar como por ejemplo los tradicionales fogones que son construidos a base de madera y tierra, que le proporcionan un sabor diferente a las comidas (p.13).

### **Etimología. –**

Etimológicamente la palabra gastronomía proviene de la combinación de los vocablos griegos “gastro” que significa estómago y “nomos” que significa ley, dicho de esta manera se entiende que la gastronomía se configura como la ley del estómago.

La autora (Reyes , 2017) manifiesta que: La gastronomía, como hoy la conocemos, comienza a escribirse con las aportaciones de estudios antropológicos que evidencian cambios importantes en el régimen alimentario del periodo arcaico, como el descubrimiento y uso del fuego, el perfeccionamiento de la caza, la domesticación de animales, y el inicio de la agricultura (p.1)

Sin embargo, existe la afirmación que “en la actualidad, la gastronomía se manifiesta de diferentes maneras, se expresa en diferentes escenarios. A lo largo del tiempo, el concepto ha evolucionado y ahora está ligado también a la cultura”; de esta manera se entiende que en la actualidad hablar de gastronomía es hablar de cultura (Digitalbooks, 2017, pág. 8).

Como lo manifiestan los autores anteriores, se logró conocer que al principio la gastronomía partió de la necesidad de mejorar los alimentos que se consumían, sin embargo en la actualidad este concepto está más direccionado a la cultura, es por ello que la gastronomía se considera parte de la cultura turística de los pueblos.

Ambas aseveraciones son aceptables, ya que los dos autores concuerdan en la importancia de la gastronomía uno como necesidad propia del ser humano (alimentación) y el otro como potencial turístico (marketing).

### **Identidad turística. –**

El investigador (Villalba, 2013) expresa: El Ecuador tiene un gran potencial turístico debido a su diversidad étnica, cultural, climática, geográfica, gastronómica, que le ubica como un país turístico, por lo cual el Ministerio de Turismo contrató una empresa para que diseñe un plan estratégico de turismo con una visión hacia el año 2020 de allí que toma su nombre PLANDETUR 2020 (p. 4).

### **El patrimonio cultural. -**

Para el investigador (López, 2015): El patrimonio los comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados a través de sus tradiciones y creencias que se comparten por los valores culturales, históricos y la religiosa, los bienes culturales y naturales lo constituyen la identidad cultural de una nación, a través del legado que es un fundamento del mañana que aspira a dejar un legado para las generaciones futuras (p.1)

El investigador (Méndez Villavicencio, 2015) manifiesta: El patrimonio cultural lo conforman los bienes culturales, que constituyen una parte especial e importante dentro una sociedad, por razones históricas, científicas, estéticas o simbólicas. Es el legado que otorga el pasado a las generaciones futuras, como testimonio de su existencia y su forma de vida (p.16)

Ambos investigadores consideran que el patrimonio cultural es la herencia cultural que dejaron nuestros antepasados, es decir, costumbres, tradiciones, historia,

simbologías, gastronomía entre otras, que con el pasar del tiempo se volvieron nuestras y se hicieron parte de nuestra cultura propia.

Los autores acotan el patrimonio cultural y el modo de vida local es lo que dan singularidad a un determinado territorio, pero este debe tener en cuenta el fenómeno de la globalización, es decir que la identidad cultural debe acoplarse a los nuevos avances que se producen a nivel global.

### **Importancia. –**

La identidad turística muestra su importancia al reconocer que el turista recorre diferentes lugares para obtener diferentes experiencias, es decir que la identidad propia de cada territorio es lo que promueve la venta del mismo; sería absurdo el pensar que todos los lugares ofertasen lo mismo, pues los turistas no tendrían razón para recorrerlos.

Para el escritor (Fernandez, 2014) en su página web Turismo Cultura y Ocio, muestra la importancia de la identidad turística al manifestar que:

Cualquier persona demanda espacios que tienen una cultura propia y autentica, intentando escapar de esos espacios construidos artificialmente, sin relación con alguna de las tradiciones locales. Nos gusta sentir que el espacio que nos acoge tenga una cultura viva y dinámica, donde los creadores y artesanos complementan los elementos más tradicionales con nuevas creaciones más contemporáneas (p.1)

Es esencial que los territorios fortalezcan y desarrollen su identidad, dentro de un proyecto conjunto de desarrollo en el que se incluirán los equipamientos y servicios básicos mínimos, los recursos humanos y todo aquello que sea necesario para un desarrollo sostenible y en el cual la sociedad local tenga un protagonismo primordial.



Los habitantes y sus costumbres son protagonistas y artífices de la cultura de un territorio, ya sea como creadores, organizadores, productores, conservadores o veladores de la identidad local.

El turismo debe explorar las posibilidades de exponer las diferencias culturales de un territorio con otro y no las similitudes, reforzando esas diferencias, poniéndolas en valor y dándolas a conocer de la manera más atractiva y por los canales más adecuados.

## **TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

### **Explicativo. -**

A través de este método se logró conocer las causas que generan el fenómeno de estudio, mostrando la pérdida de identidad cultural de Cantón.

### **Descriptivo. -**

Por este medio se pudo dar a conocer la problemática Gastronómica y la identidad turística del Cantón.

### **Observación. -**

Es uno de las técnicas más idóneas para obtener información, se logró conocer de manera directa los problemas que impiden recuperar la identidad cultural del pueblo.

### **Analítico. -**

Este método permitió el análisis de la información obtenida, , logrando tener una mejor apreciación del problema gastronómico, permitiendo así reconocer los puntos clave del mismo.

### **Etnográficos. -**

Este es un tipo de investigación permitió conocer las costumbres culturales del pueblo, es decir, su cultura gastronómica, costumbres, sus creencias, sus tradiciones, sus rituales, del Cantón Vinces

### **Entrevista. -**

Por este medio se logró conocer el criterio y los programas que realiza el departamento de turismo del GAD Municipio de Vinces, para recuperar la identidad cultural.

### **Encuesta. -**

Por este medio se conoció el criterio de los vendedores de alimentos, los turistas y los habitantes del cantón Vinces sobre la gastronomía típica, así también se pudo conocer si los mismos tienen conocimientos sobre temas de identidad turística, atención al cliente, y manejo de alimentos, factores claves para el turismo gastronómico.

## **RESULTADOS OBTENIDOS**

Para la realización del presente caso de estudio, se hizo uso de la encuesta y la entrevista, las mismas que ayudaron a recabar información entre los diferentes actores, a saber: comerciantes, turistas, habitantes, comensales y el Departamento de Turismo del GAD Municipio de Vinces.

A través de la encuesta realizada a los ciudadanos, los mismos en su mayoría consideran importante la cultura gastronómica, partiendo de mantener los platos típicos a la venta como menú principal; así también se encuestó a varios vendedores de comedores locales los cuales reconocen la disminución de los platos típicos en la oferta de alimentos que realizan en sus respectivos locales; a través de la encuesta se logró conocer también que los comerciantes no están capacitados en temas de atención al cliente y manejo de alimentos, lo cual perjudica la confianza del turista para comprar los platos ofertados.

En la entrevista realizada a la Directora del Departamento de Turismo, se logró conocer que el mismo está en un proceso de recuperación de la identidad cultural en el cantón, es por ello que ya se están manteniendo reuniones con los vendedores de alimentos para asesorarlos en temas de comida típica, servicio al cliente, atención al turista, entre otros temas importantes para captar la mayor cantidad de turistas y convertir a Vinces en la Capital Gastronómica de la Provincia de Los Ríos.

## **SITUACIONES DETECTADAS**

En la presente investigación se logró detectar varias situaciones que impiden recuperar la identidad turística en el cantón Vinces, entre ellas la falta de proyectos destinados a la gastronomía típica del cantón, es un factor clave para promover el turismo dentro del mismo.

Vinces se ha considerado a través de la historia como un sector turístico obteniendo varios reconocimientos a nivel nacional e internacional, sin embargo, no se está aprovechando estos factores, impidiendo así el crecimiento turístico del mismo.

El departamento de turismo del Cantón Vinces ha manifestado que la anterior administración no puso la importancia necesaria a este problema, por lo cual ella ha comenzado con la elaboración de proyectos destinados a recuperar la identidad turística, incluyendo la gastronomía típica como factor importante para este objetivo.

A través de las encuestas se conoció que los vendedores desconocen temas sobre identidad cultural, atención al turista, manejo de alimentos, correcta preparación de platos típicos, entre otros factores que impiden dar al turista una atención acorde a las necesidades de los mismo, disminuyendo así la aceptación turística del cantón por parte de sus visitantes

Se pudo considerar que la ciudadanía no tiene conocimiento de las actividades típicas Gastronómicas por un delimitado profesional en el área de cocina causando una baja afluencia del turista generando un escaso desarrollo turístico.

El asunto de la calidad de su gastronomía en Vinces, con la pérdida de las costumbres y tradiciones de la nueva generación los vinceños deben mantenerse en la

conservación y preparación de los platos típico.

Las causas de las costumbres, tradicionales al momento de la preparación de los platos típicos con sus alimentos autóctonos es otra problemática del Cantón, existe varios tipos de vendedores exponiendo platos típicos de otras partes del país, comidas rápidas, asados por lo cual se va perdiendo las afluencias de los visitantes.

## **SOLUCIONES PLANTEADAS**

- Programación de eventos gastronómicos exclusivamente de comida típica del cantón Vinces.
  
- Ferias Gastronómicas
  
- Elección Del Plato Típico
  
- Incentivar ferias para brindar información sobre los platos típicos del cantón Vinces.
  
- Ampliar proyectos de emprendimientos gastronómicos por parte de las autoridades correspondientes.
  
- Capacitaciones sobre atención al cliente, atención al turista, manejo de alimentos.

## CONCLUSIONES

A través del estudio de caso se logró conocer la importancia de la cultura gastronómica dentro de la identidad turística de un pueblo, sin embargo, en la realidad se logra evidenciar que en el cantón Vinces, no se le pone la importancia necesaria y no se cuenta con un proyecto en la actualidad que promueva la gastronomía típica para ayudar a recuperar la identidad turística del cantón.

En la presente investigación se ha logrado evidenciar que la gastronomía es primordial y que la misma debe de ser tomada en cuenta dentro de los proyectos turísticos que se desarrollan dentro del cantón, ya que es uno de los puntos fuertes de atracción al turista, que viene en busca de nuevas experiencias, y la gastronomía típica debe de ser una de esas experiencias que permitan mostrar nuestras tradiciones y costumbres culinarias, que logre mostrar al turista nuestra historia gastronómica, que el mismo logre conocer la sazón propia de nuestros antepasados, mostrando así el verdadero turismo.

La cultura es parte importante en el desarrollo de los pueblos ya que en turismo, la cultura prevalece como vitrina de exhibición de nuestros productos y servicios, es necesario partir de la idea que turismo no solo es bailes y playas, sino también cada detalle, cada nueva experiencia que se pueda ofertar al turista, para que los mismos encuentren en nuestro cantón los factores que llenen sus expectativas y que lo inviten a regresar al mismo y continuar descubriendo nuestra historia, nuestra cultura.

A través de la entrevista se evidencio los nuevos cambios que se desea implementar en el sector turístico del cantón Vinces, con la implementación de nuevos proyectos, dirigidos a abarcar cada uno de los factores que intervienen en el turismo, la venta de platos típicos en las temporadas playeras.



A través de la encuesta se conoció que se ha ido perdiendo con los años la tradición de vender platos típicos, la falta de conocimiento por parte de los vendedores de alimentos en los temas de identidad turística, cultura que impiden al turista conocer la identidad gastronómica de nuestro cantón.

Es en base a estas conclusiones que se recomienda dar inicio a proyectos turísticos que abarquen todas las áreas del mismo, incluyendo la gastronomía típica local, ya que los turistas buscan nuevas experiencias y sensaciones y al visitar un nuevo lugar desean conocer todos sus atractivos y vivir emociones en base a la identidad turística de los mismos.

La gastronomía típica debe convertirse en una herramienta clave en el desarrollo turístico de los pueblos, rescatando su cultura alimenticia a través de ella, reflejando la riqueza cultural del Cantón, y mostrando la historia misma del sector.

## RECOMENDACIONES

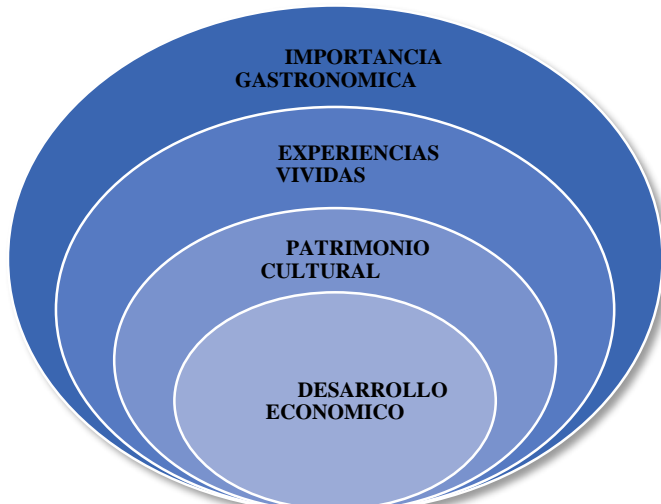
- La autoridad correspondiente del Cantón Babahoyo debería impulsar y promover la gastronomía típica para incrementar el turismo, lo que ayudara a generar plazas de trabajo y mejorar la calidad de vida de los habitantes.
- Las autoridades organizadoras del evento “Feria del Choclo” podrían realizar dos veces por año la feria Gastronómica para dar a conocer al turista sobre los diferentes tipos de platos típicos.
- Incentivar al departamento de turismo que organice seminarios de emprendimiento turístico gastronómicos que incluya platos tradicionales.
- Dar charlas a los vendedores informales, habitantes y profesionales de turismo sobre temas relacionados a la gastronomía típica e identidad cultural, y sobre el valor tradicional de los productos agrícolas.
- Concientizar a las nuevas generaciones sobre el valor cultural del Cantón Vinces mediante conferencias gratuitas en centros de estudios de la comunidad.

## Bibliografía

- Bolaños, X. (2013). *Recate del Turismo Gastronómico Ancestral, mediante la elaboración de un manual de comida típica de la provincia del Carchi*. Tulcán.
- Díaz, J., & Pabon, A. (2015). *TURISMO GASTRONÓMICO*.  
Digitalbooks. (2017). *Digitalbooks*. Obtenido de [http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/41035/x04\\_maqueta\\_cap1?1566549260512](http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/41035/x04_maqueta_cap1?1566549260512)
- Falcon, J. (2014). *Rescate y promoción de los licores tradicionales de la provincia del Carchi*. Ibarra: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Fernandez, I. (2014). *Turismo cultura y ocio*. Obtenido de <http://turismoculturayocio.blogspot.com>
- Lara, J. (2016). *LA GASTRONOMÍA TÍPICA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN VINCES*.
- Reyes, A. (2017). *Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo*.
- Turismo. (2012). *Turismo gastronomico como fenomeno turistico*.
- Villalba, G. (2013). La gastronomía regional como factor de desarrollo turístico de los pueblos” el autor expone que se debe explorar la potencialidad de la gastronomía típica de Locopué . Patagonia: Universidad Nacional de Comahue.

# ANEXOS

## CATEGORIZACIÓN DE VARIABLES



**VI. Gastronomía Típica**



**VD. Identidad Turística**

**MODELO DE ENCUESTA DEL ESTUDIO DE CASO PREVIO AL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA: GASTRONOMÍA TÍPICA E IDENTIDAD TURÍSTICA EN EL CANTÓN VINCES**

1. ¿Conoce usted la gastronomía típica del Cantón?

Si	No	Talvez

2. ¿Cree usted que la gastronomía genera ingresos económicos para los habitantes de Cantón?

Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente En Desacuerdo

3. ¿Conoce usted que es la identidad turística de un pueblo?

Si	No	Talvez

4. ¿Cree usted que la gastronomía típica es de gran importancia para la identidad turística del Cantón?

Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente En Desacuerdo

5. ¿Cree usted que se debería de dar capacitaciones sobre identidad turística?

Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente En Desacuerdo

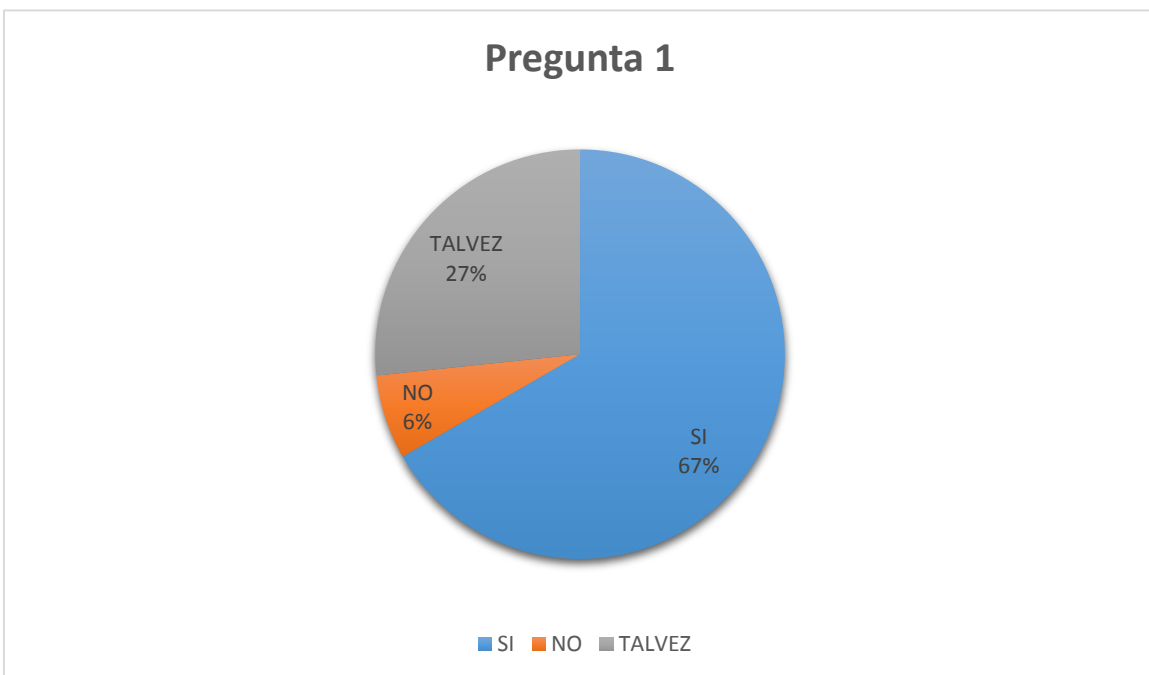
6. ¿Cree usted que la gastronomía típica es parte de la identidad cultural de un pueblo?

Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente En Desacuerdo

7. ¿Qué tipo de gastronomía se oferta más en el cantón Vinges?

Asados	Comidas Rápidas	Platos Típicos

<b>1. ¿ Conoce usted la gastronomía típica del Cantón?</b>	
SI	50
NO	5
TALVEZ	20
<b>Total de población encuestada</b>	<b>75</b>



**Fuente: Maria Rivera**

**Análisis:** Se realizó la encuesta a 75 personas, el cual el 67% de los encuestados respondieron si, el 6% no y el 27% talvez.

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas solo el 67% conocía la gastronomía típica del Cantón, el 6% dijo que no y un 27% que talvez.

<b>2. ¿ Cree usted que la gastronomía genera ingresos económicos para los habitantes de Cantón?</b>	
Totalmente de acuerdo	65
De acuerdo	8
En Desacuerdo	1
Totalmente en desacuerdo	1
<b>Total de población encuestada</b>	<b>75</b>



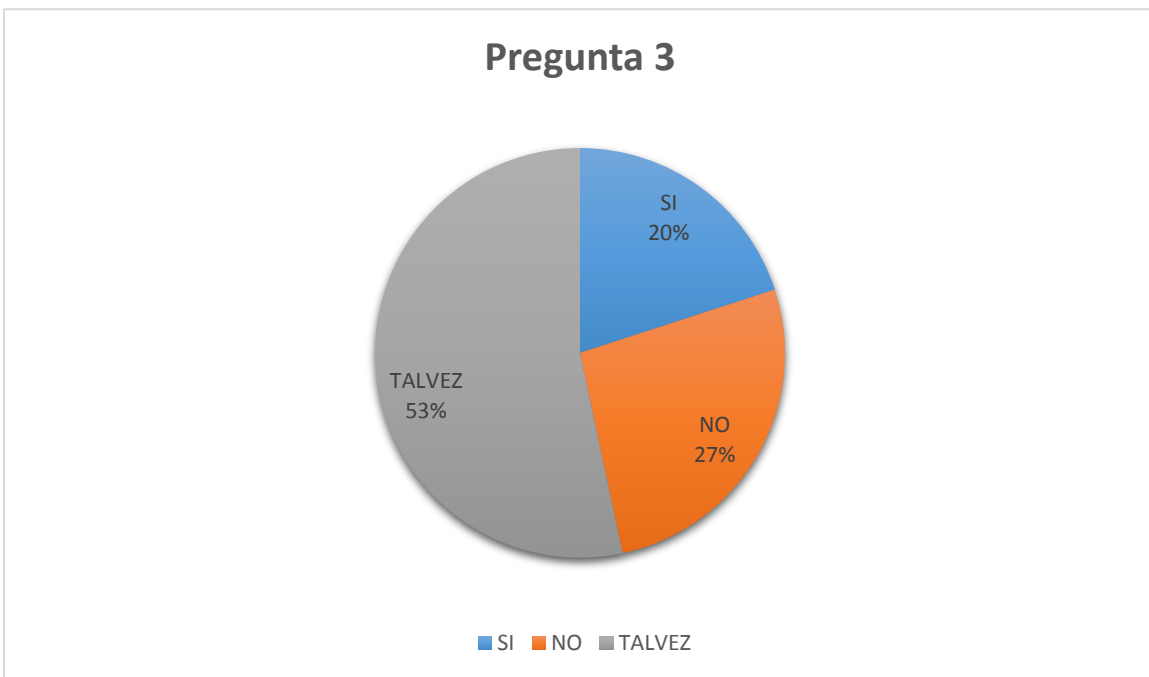
**Fuente: Maria Rivera**

**Análisis:** Se realizó la encuesta a 75 personas, el cual 87% de los encuestados respondió totalmente de acuerdo, el 15% de acuerdo, el 1% en desacuerdo y totalmente desacuerdo.

**Interpretación:** Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los ciudadanos, se pudo derivar que el 65% está totalmente de acuerdo que la gastronomía típica genera ingresos para el Cantón.



<b>3. ¿ Conoce usted que es la identidad turística de un pueblo?</b>	
SI	15
NO	20
TALVEZ	40
<b>Total de población encuestada</b>	<b>75</b>

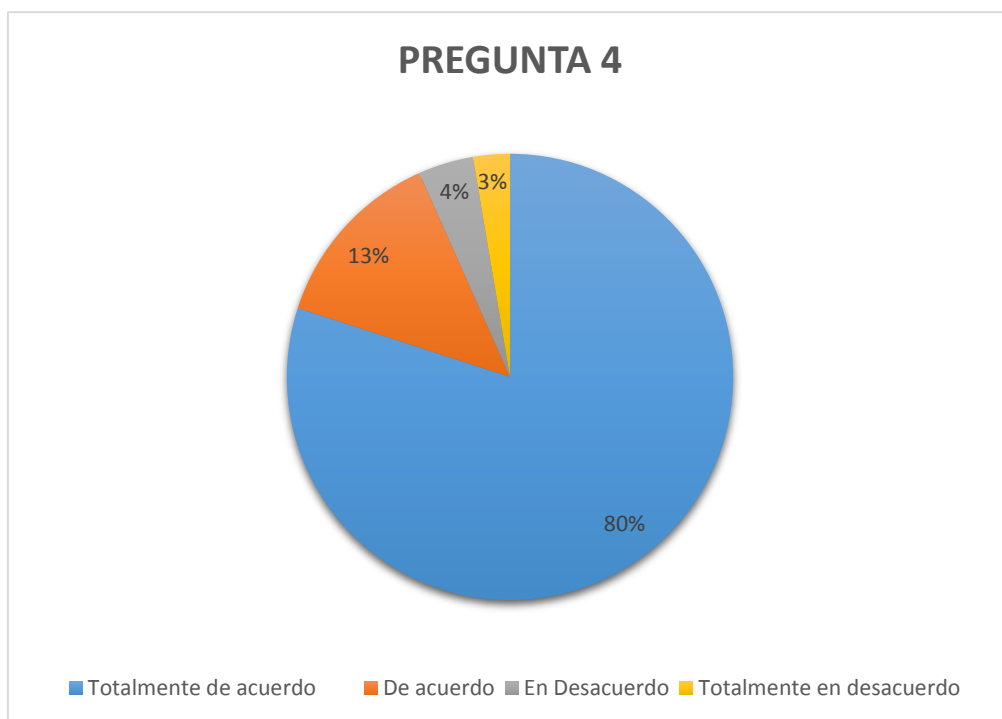


**Fuente: Maria Rivera**

**Análisis:** Se realizó la encuesta a 75 personas, el cual el 20% de los encuestados respondieron si, el 27% no y el 53% talvez.

**Interpretación:** Del 100% de personas encuestadas solo el 53% tenía conocimiento de la identidad turística de un pueblo, el otro 47% desconocía el significado de identidad turística.

<b>4. ¿ Cree usted que la gastronomía típica es de gran importancia para la identidad turística del Cantón?</b>	
Totalmente de acuerdo	60
De acuerdo	10
En Desacuerdo	3
Totalmente en desacuerdo	2
<b>Total de población encuestada</b>	<b>75</b>

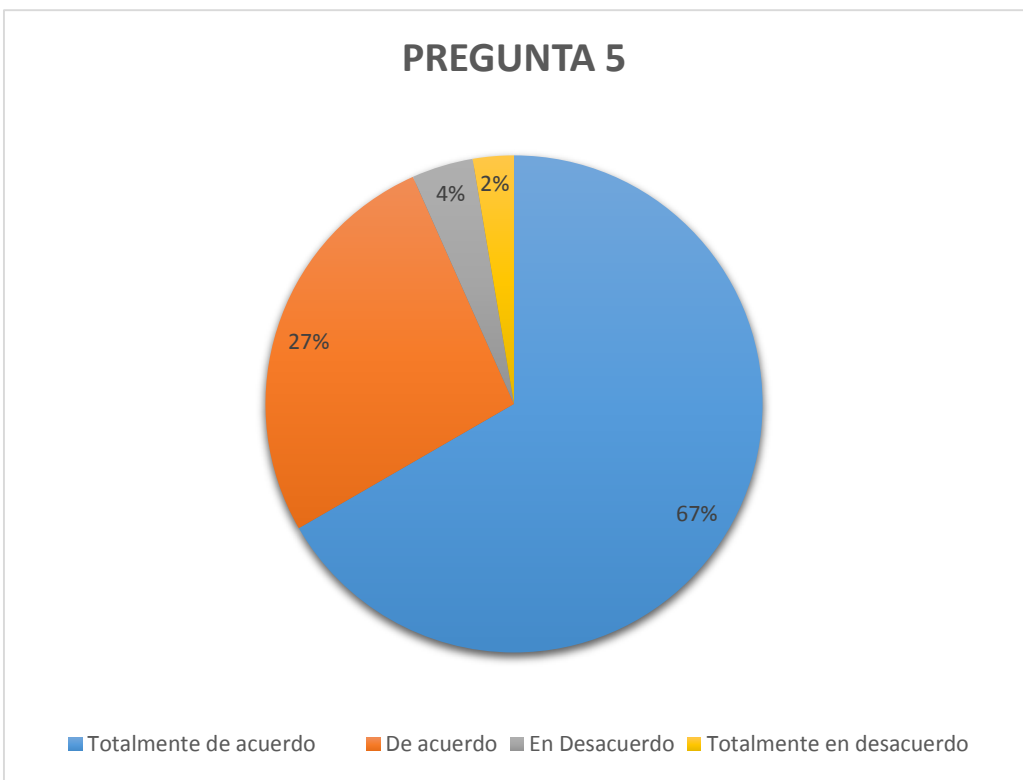


**Fuente: Maria Rivera**

**Análisis:** Se realizó la encuesta a 75 personas, el cual 80% de los encuestados respondió totalmente de acuerdo, el 13% de acuerdo, el 4% en desacuerdo y 3% totalmente en desacuerdo.

**Interpretación:** Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los ciudadanos, se pudo derivar que el 93% está totalmente de acuerdo que la gastronomía típica es de gran importancia para la identidad turística del Cantón y el 7% no está de acuerdo.

5. ¿ Cree usted que se debería de dar capacitaciones sobre identidad turística?	
Totalmente de acuerdo	50
De acuerdo	20
En Desacuerdo	3
Totalmente en desacuerdo	2
<b>Total de población encuestada</b>	<b>75</b>

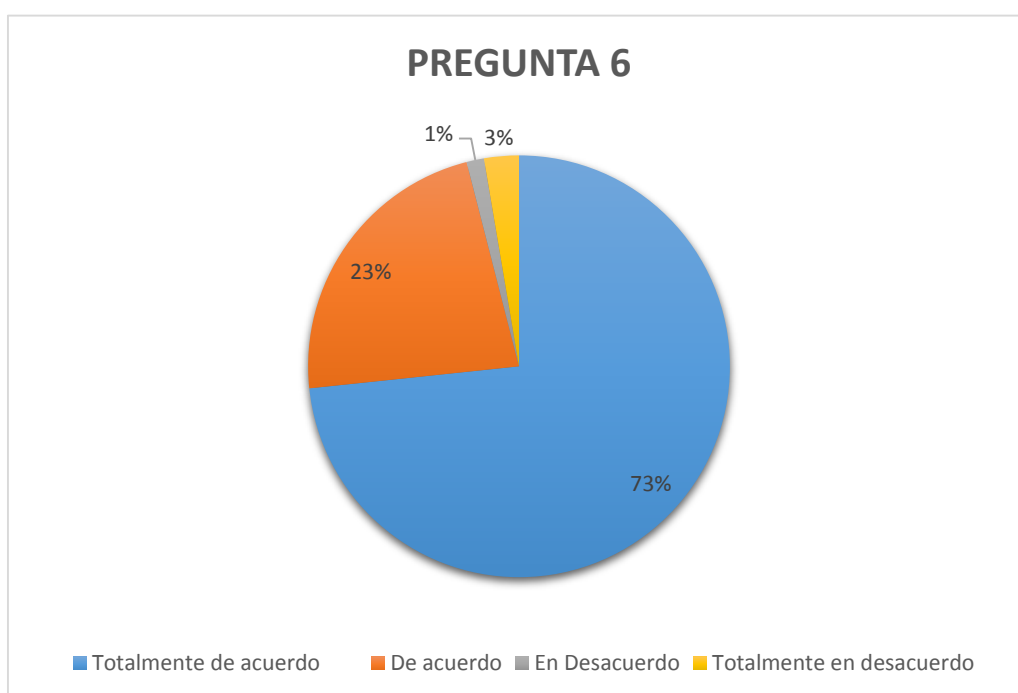


**Fuente: Maria Rivera**

**Análisis:** Se realizó la encuesta a 75 personas, el cual 67% de los encuestados respondió totalmente de acuerdo, el 27% de acuerdo, el 4% en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo.

**Interpretación:** Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los ciudadanos, se pudo derivar que el 94% está totalmente de acuerdo que se debe de dar capacitaciones sobre identidad turística, 6% no está de acuerdo.

<b>6. ¿ Cree usted que la gastronomía típica es parte de la identidad cultural de un pueblo?</b>	
Totalmente de acuerdo	55
De acuerdo	17
En Desacuerdo	1
Totalmente en desacuerdo	2
<b>Total de población encuestada</b>	<b>75</b>



**Fuente: Maria Rivera**

**Análisis:** Se realizó la encuesta a 75 personas, el cual 73% de los encuestados respondió totalmente de acuerdo, el 23% de acuerdo, el 1% en desacuerdo y 3% totalmente en desacuerdo.

**Interpretación:** Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los ciudadanos, se pudo derivar que el 96% está totalmente de acuerdo que la gastronomía típica es parte de la identidad cultural de un pueblo, 4% no está de acuerdo.

7. ¿ Qué tipo de gastronomía se oferta más en el cantón Vinces?	
ASADOS	25
COMIDAS RAPIDAS	35
PLATOS TIPICOS	15
<b>Total de población encuestada</b>	<b>75</b>



**Fuente:** Maria Rivera

**Análisis:** Se realizó la encuesta a 75 personas, el cual 47% de los encuestados respondió asados, el 47% comidas rápidas, el 20% platos típicos.

**Interpretación:** Mediante los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los ciudadanos, se pudo derivar que el 80% de los vendedores de comidas ofertaban asados y comidas rápidas y solo el 20% ofertaban platos típicos.

FOTOGRAFÍAS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS RELIZADAS A LA JEFA DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GAD MUNICIPAL DE VINCES, VENDEDORES DE ALIMENTOS Y TURISTAS



Imagen N° 1



Imagen N°2



Imagen N°3