

## Promocionar la gastronomía manabita con productos tradicionales para potenciar lo autóctono

### Promoting manabi gastronomy with traditional products to enhance the indigenous cuisine

#### Lilia Moncerrate Villacís Zambrano

Doctora en Ciencias Administrativas Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía de Caráquez, Ecuador. [lilia.villacis@uleam.edu.ec](mailto:lilia.villacis@uleam.edu.ec). <https://orcid.org/0000-0002-2888-6363>

#### Christopher Chukwugozie Okafor

Mg. Docente, ULEAM. Ext. Bahía de Caráquez

#### Resumen

La investigación tuvo la finalidad de analizar la identidad gastronómica Manabita mediante la utilización de producto tradicional para potenciar lo autóctono para indagar cuales son los principales productos más representativos de la zona e implementar variedad de productos tradicionales para la elaboración de la gastronomía Manabita. La metodología utilizada fue la fundamentación teóricos, científica, con datos cuantitativos y cualitativos y método Delphi, además se utilizará el instrumento de encuesta virtual debido a la situación actual del Covid -19 para conocer la problemática existente de la cual se extraerá una muestra de 45 personas que habiten en la provincia de Manabí, se les aplicó una encuesta a través de formularios de Google, a partir de los datos obtenidos fueron interpretados por expertos de la ULEAM para su análisis. Los resultados obtenidos evidenciaron que las perspectivas analizadas dan un panorama relevante de la gastronomía Manabita para el turismo en Ecuador, teniendo en cuenta deficiencias existentes aun en la capacidad de respuesta favorable en relación con la gastronomía Manabita para el desarrollo del turismo en Ecuador debido a que las mismas se pueden mejorar gestionando los procesos mediante las autoridades pertinente contribuyendo al turismo en relación con la gastronomía de la provincia de Manabí para potenciar el turismo del lugar.

**Palabras clave** Gastronomía, cocina, producto, cultura, patrimonio

### **Abstract**

The research work was aimed at promoting and analyzing the Manabi gastronomic identity through the use of traditional products to enhance indigenous cuisine and inquire into which the most representative products of the zone are, and implement the use of a variety of traditional products for the preparation of Manabi gastronomy. The methodology used were theoretical, scientific, quantitative and qualitative, and the Delphi method. In addition, the virtual survey instrument was used due to the current Covid - 19 situation to determine existing problems from the responses of a sample of 45 people that reside in the province of Manabí. The questionnaire was administered through Google forms and the data obtained were analyzed and interpreted by experts at ULEAM. The results obtained showed that the analyzed perspectives give a relevant panorama of Manabi gastronomy with regards to tourism in Ecuador while taking into account existing deficiencies even in the favorable response capacity in relation to Manabi cuisine for the development of tourism in Ecuador due to the fact that these can be improved by managing the processes through the relevant authorities and contribute to the development of tourism with regards to the gastronomy of the province of Manabí.

**Keywords** Gastronomy, cuisine, product, culture, heritage.

### **Introducción**

El presente proyecto busca realizar un estudio sobre el uso de la gastronomía Manabita para potenciar lo autóctono utilizando lo tradicional de la gastronomía para determinar si es posible potenciar lo autóctono de la región mediante la gastronomía, El cual posera un conjunto de acciones planeadas, organizadas, e integradas para cumplir con los objetivos propuestos.

La gastronomía se está afirmando cada vez más como un patrimonio fundamental para el desarrollo turístico. Conocer y degustar la cocina local se considera una experiencia cultural y sensorial. En la gastronomía se identifica un vehículo de la identidad y la autenticidad de un territorio.

La gastronomía es un compendio general basado en el arte de preparar los alimentos mediante diferentes técnicas que han sido adoptadas a lo largo del tiempo en una región determinada sea el mismo un pueblo o ciudad en donde este se idéntica su forma única y exclusiva en la elaboración de los alimentos, las misma que guardan en si tradiciones y cultura de su origen. (ZAMBRANO, 2020)

La cocina no es química. Es un arte. Requiere instinto y gusto, que no son medibles con exactitud. (BOULESTIN, 1943)

Una receta no importa lo bien formulada o pensada que esté sino hay imaginación, creatividad y talento. (ESCOFFIER, 1935)

La historia de la relación entre el hombre y los alimentos es extensa, al igual que la forma en la que el término gastronomía es conceptualizado. En su forma más simple, la gastronomía se deriva de la palabra griega *gastros*, que significa estómago (incluye el aparato digestivo y la boca) y de la palabra *nomos* que se refiere al conocimiento o regulación. (zahari, 2009)

Los autores mencionan que la gastronomía es la identidad de un pueblo donde se relaciona la comida con el lugar y como este contribuye a generar esa identidad a través del tiempo en un determinado lugar, con paso de los años han existido diferentes puntos de vista sobre la gastronomía teniendo una base fundamental sobre ella que es la alimentación e allí según a donde se direccionen los diferentes puntos de vista según condiciones en cada circunstancia

La gastronomía en resumen es la preparación de un plato los cuales pueden clasificarse según las circunstancias y factores que se presenten según la situación debido a ello también se convierte en un producto final que a su vez puede ser tradicional o no tradicional, partiendo de ello según autores citados definen al producto con diferente argumento.

El producto como un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea (Stanton & Walker)

Ricardo Romero, autor del libro "Marketing, el producto es "todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad (Ricardo)

Estos autores expresan que un producto puede poseer varias características sean esta tangible o intangible el mismo puede ser un bien terminado o un servicio. La búsqueda bibliográfica permite fundamentar la investigación debido a que los autores mencionados permiten validar la información teórica.

Un producto tradicional es un producto que es endémico propio de un lugar particular El mismo puede volverse tradicional o no tradicional según las circunstancias, el cual a su vez puede convertirse en un producto tangible e intangible (KEYLY, 2020)

La cocina es uno de los elementos culturales que da identidad a una comunidad, a un pueblo, a una sociedad en general. Se trata de un conjunto de conocimientos que se arraiga a tal grado en los individuos que cuando esta sociedad se desintegra, por emigración de sus miembros, por dominación política extranjera u otros factores, los sabores culinarios prevalecen en ellos más que la misma lengua que articula su cohesión social como comunidad (Aurelio, 2006)

La cocina tradicional es un espejo de nuestra historia social, familiar e individual, y en este sentido es posible conocerla como un proceso social y cultural y puede dar cuenta de cómo vivimos cotidianamente en el pasado y el presente. Así mismo, la cocina es un aspecto fundamental de la cultura de los pueblos que no es ajeno a los cambios que ocurren en el ámbito social, político y económico.

La gastronomía es el arte de cocinar es parte notable de la identidad de los pueblos, La sazón de la comida de los litorales y de los valles en donde se habita se destaca por la fina mezcla de aromas y sabores combinados con sensibilidad e imaginación. La cocina tradicional se engalana con toda clase de utensilios, elaborados especialmente para cernir, rayar, escurrir, moler, picar, adobar o servir. Bateas, pilones, rallo y susungas danzan entre las manos de las mujeres y hombre dedicado al arte gastronómico.

La gastronomía típica se está afirmando cada vez más como un patrimonio fundamental para el desarrollo turístico. Conocer y degustar la cocina local considera una experiencia cultural y

sensorial. En la gastronomía se identifica un vehículo de la identidad y la autenticidad de un territorio. Extremadura puede contar con una gastronomía variada, con productos de calidad elaborados con técnicas tradicionales (Di Clemente & Guzmán, 2014)

La gastronomía es un factor cada vez más importante dentro del abanico de recursos turísticos de cualquier destino. El turismo gastronómico tiene un interés para todos los actores: gestores de turismo, intermediarios, productores y visitantes (Fusté-Forné, 2018)

La valorización de las relaciones que unen la gastronomía y la cultura ha dado vida a un proceso de patrimonialización de los alimentos que se afirman como elementos tangibles de la cultura local y ofrecen nuevas posibilidades de diversificación para los destinos turísticos (Guzmán, 2015)

En su libro Marketing; un producto se define como todo aquello que se puede ofrecer en el mercado para su atención, adquisición, consumo, que satisface un deseo o una necesidad (Kotler, 2007)

Un producto es un bien, servicio o idea consistente en un conjunto de atributos, tangibles e intangibles, que satisfacen al consumidor y reciben a cambio de dinero o alguna otra unidad de valor (Mullins, 2007)

Según autores hacen referencia a la característica del producto el cual puede ser tangible e intangible destinado al consumidor con la finalidad de satisfacer una necesidad, la investigación se fundamenta teóricamente con las fuentes consultadas debida a que dan una postura valida al desarrollo de la investigación según la fuente citadas.

## **Materiales y métodos**

La investigación estará validada a través de Métodos teóricos, científico, cuantitativos y cualitativos y Delphi, además se utilizó el instrumento de la encuesta virtuales debido a la situación actual del Covid -19 para conocer la problemática existente en la comunidad de Briceño de la cual se extrae una muestra de 45 personas las mismas que serán tabuladas mediante el SPSS 21.00. Encuesta a las personas que habitan en Manabí de la cual se extrae una muestra de 45 personas de la población.

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. (Tamayo, 1997)

La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. La muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico. (Tamayo M. , 1997)

El diseño de la investigación ha de servir al investigador para concretar sus elementos, analizar la factibilidad de cada uno de los temas que formaran parte de los capítulos de dicho estudio. No obstante, también se utiliza para delimitar inicialmente la investigación, paso relevante para obtener el éxito deseado. (Ferrerres, 1997)

Al referirse a las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo, lo siguiente: Que el volumen y el tipo de información-cualitativa y cuantitativa- que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de la investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema. (Soriano, 1996-197)

En el presente proyecto se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos:

- Lectura científica. Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización del Marco Teórico.
- Instrumento. Encuestas.

**Lectura científica:** Utilizada como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización de un estudio reuniendo aportaciones de diversos autores y el análisis de técnicas que permitan evaluar

**Encuesta:** Se aplicó a persona de la provincia de Manabí, teniendo una muestra de 45 personas.

**Instrumentos:** Se aplicó una encuesta estructurada con preguntas cerradas con la finalidad de identificar si la gastronomía posee, potencial para potenciar lo autóctono para esto se utilizó el software estadístico SPSS 21.00 para procesar la información y realizar el análisis de los resultados obtenidos.

La presente investigación está estructurada en las siguientes fases.

Fase 1: La revisión bibliográfica

Fase 2: Aplicación del instrumento de evaluación

Fase 3: Procesamiento y análisis de los resultados

Fase 4: Determinar si la identidad gastronómica Manabita posee el potencial mediante la utilización de producto tradicional para potenciar lo autóctono.

Fase 5: Propuesta de un plan de mejoras

Fase1: La revisión bibliográfica realizada permitió fundamentar teóricamente la investigación, los autores citados, permiten dar validez y sustentación teórica al desarrollo de, la misma la cual tiene fiabilidad y validez de la información, se aplicó el método Delphi a personas que habitan en la provincia de Manabí.

Fase 2: Para ello se aplica una encuesta de 10 preguntas estructurada a personas que habitan en la provincia de Manabí con una muestra de 45 personas.

Fase 3: Para procesar y analizar los resultados obtenidos se utilizó los formularios de google utilizando como instrumentos la encuesta, se realizó un análisis de la recolección de datos sobre la temática desarrollada en la investigación, para su correcta interpretación y saber tomar las decisiones idóneas, en base a los resultados obtenidos.

Fase 4: Se evidenció que la gastronomía Manabita posee un potencial para potenciar lo autónomo en base a los productos tradicionales, propios de la provincia de Manabí.

Fase 5: Se debe trabajar con las autoridades y la participación social en un conjunto de acciones planeadas, organizadas, e integradas para obtener cambios, para hacer un uso eficiente del

potencial la gastronomía manabita, para potenciar lo autóctono relacionados con los productos tradicionales de la provincia de Manabí.

## Resultados

De las 45 personas encuestadas 43 de ellas que equivalen al 95,6% indicaron que sí, junto con 1 persona que equivalen al 2,2% manifestó que no, mientras que 1 persona equivalente al 2,2% expuso que tal vez, referente a la pregunta

La mayoría de las personas encuestadas consideran que el sabor que posee la gastronomía Manabita con productos tradicionales es bueno, lo cual aporta resultados positivos a la investigación desarrollada.

De las 45 personas encuestadas 37 de ellas que equivalen al 82,2% indicaron que sí, junto con 4 personas que equivalen al 8,9% manifestó que no, mientras que 4 persona equivalente al 8,9% expuso que tal vez sobre la pregunta #2

De las personas encuestadas la mayoría dijeron que la gastronomía preparada con productos tradicionales si es mejor que la preparada con otros productos, lo que permite evidenciar la importancia que tiene la gastronomía Manabita para el desarrollo del turismo.

De las 45 personas encuestadas 43 de ellas que equivalen al 95,6% indicaron que sí, junto con 2 personas que equivalen al 4,4% manifestó que tal vez, mientras que ninguna persona dijo que no.

La mayor parte encuesta da de las personas están de acuerdo que los productos como el plátano, yuca, manís, son más representativos de la Provincia de Manabí, debido a que estos son propios de la zona.

De las 45 personas encuestadas 37 de ellas que equivalen al 82,2% indicaron que, si es buenas, junto con 5 personas que equivalen al 11,1% manifestó que no, y solo 3 personas que equivalen al 6,7% dijo que tal vez.

Un mayor número de personas consideran que si y están de acuerdo que la utilización de productos tradicionales en la gastronomía, si cambia el sabor de las comidas, el resultado obtenidos se evidencia que es positivo lo cual aporta al desarrollo de la investigación.

De las 45 personas encuestadas 41 de ellas que equivalen al 91,1% indicaron que sí, junto con 4 personas que equivalen al 8,9% manifestó que tal vez, y ninguna persona expuso que no.

Se evidencio que la mayoría de las personas en relación con pregunta sobre la utilización de productos tradicionales en la gastronomía realza la identidad Manabita, dijeron que si realza la identidad gastronómica de la zona.

De las 45 personas encuestadas 42 de ellas que equivalen al 93,13% indicaron que si es importante, junto con 3 personas que equivalen al 6,7% manifestó que tal vez, y ninguna persona expuso que no.

De las personas encuestadas un gran número de persona considera y está de acuerdo que, si es importante la gastronomía manabita para el desarrollo del turismo, debido a que si posee un potencial para el desarrollo del turismo.

De las 45 personas encuestadas 44 de ellas que equivalen al 97,8% indicaron que, si es buena e nutritiva, junto con 1 personas que equivalen al 2,2% manifestó que tal vez, y ninguna persona expreso que no.

La muestra tomada como objeto de estudio considera que la gastronomía Manabita es buena y muy nutritiva, por lo que se considera que un resultado positivo para el desarrollo de la investigación.

De las 45 personas encuestadas 41 de ellas que equivalen al 91,1% indicaron que si, junto con 4 personas que equivalen al 8,9% manifestó que tal vez, y ninguna persona expreso que no.

De las personas encuestadas un mayor número de persona dijeron que, si considera que algunos de los platos típicos de la gastronomía de Manabí son el caldo de gallina, tonga, viche camarón, bolón de queso.

De las 45 personas encuestadas, todas indicaron que si consumen platos de la gastronomía Manabita, con un equivalente al 100% por el contrario ninguna persona dijo no ni mucho menos expresaron el tal vez.

Del total de las personas encuestadas todas están de acuerdo en que han consumido platos de la gastronomía manabita, lo que es algo significativo para la investigación debido a que evidencia resultados positivos.

De las 45 personas encuestadas 39 de ellas que equivalen al 86,7% indicaron que, si, junto con 6 personas que equivalen al 13,3% manifestó que tal vez, y ninguna persona expreso que no.

La mayor parte de las personas encuestadas dijeron que si está de acuerdo y que si consideran que la gastronomía manabita tiene un potencial para potenciar lo autóctono de la provincia de Manabí.

El desarrollo de la investigación permitió determinar que, si es posible potenciar lo autóctono de la región mediante la gastronomía, debido a que la gastronomía se está afirmando cada vez más como un patrimonio fundamental para el desarrollo turístico.

El artículo discute la gastronomía y su diversidad como una motivación y contribución a la identidad cultural de la zona que este representa, tratando de mostrar la realidad de los destinos donde es la principal atracción turística para contribuir a una mejor comprensión del fenómeno que involucra el movimiento de visitantes para la gastronomía, razones turísticas y culturales. Además de ser un fenómeno relativamente reciente, la gastronomía se ha vuelto cada vez más importante en Ecuador, así como en otros países, provocando un número considerable de visitantes que viajan motivados por actividades culinarias; además, Ecuador puede considerarse un destino con gran potencial turístico debido a su cultura destacada. (Torres, 2017)

La gastronomía es un recurso que forma parte de la historia cultural de los pueblos y las comunidades. El desarrollo del turismo gastronómico en Ecuador se refleja en la literatura científica, principalmente a través de estudios de satisfacción turística con el producto turístico; por lo tanto, no hay suficiente información que resulte del análisis de la interrelación gastronomía-turismo desde una perspectiva amplia. En este contexto, es necesario contribuir a una visión de la gastronomía como parte de las diversas expresiones culturales locales. Se analiza la interrelación del turismo local y su vínculo con la gastronomía ecuatoriana. (Vega, V., Freire, D., Guananga, N., Real, E., Alarcón, M. y Aguilera, P., 2018)

Desde la perspectiva de los autores, contiene que la gastronomía y su diversidad como una estimulación y contribución a la identidad cultural, tratando de exponer la realidad de los destinos donde lo importante es la atracción turística para contribuir a una mejor comprensión del fenómeno que involucra el movimiento de visitantes para la gastronomía, por razones turísticas y culturales.

La gastronomía Manabita tiene el potencial turístico para ser potenciado de la mejor manera posible y mediante el mismo contribuir al desarrollo de la provincia de Manabí, como afirman los autores citados por ello es necesario realizar un conjunto de acciones planeadas, organizadas, e integradas para cumplir con los objetivos propuestos.

### Conclusiones

Se logró definir claramente en base a los resultados obtenidos, a través de los métodos de expertos que la gastronomía Manabita tiene el potencial para ser potenciado de la mejor manera, debido a que la misma tiene como atracción la identidad o cultura de un destino lo que, motiva al turista a visitar un determinado destino en relación con la identidad gastronómica del mismo, su identidad e cultura.

La revisión bibliográfica realizada permitió fundamentar teóricamente la investigación y la selección y aplicación de los instrumentos de evaluación y análisis utilizados, en relación con los resultados se evaluó la aceptación que tiene la gastronomía Manabita para desarrollar el turismo.

En relación a los resultados la gastronomía Manabita posee un potencial turístico a ser desarrollado, y aprovechado de la mejor manera por parte de las autoridades competentes, conjuntamente, con la ciudadanía, debido a que la misma constituye la identidad del territorio, el mismo que es favorable al momento de desarrollar las actividades turísticas.

### Referencias

- Arias. (2006). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/964/definicion%20operacional%20de%20variables.html>
- Aurelio, D. (2006). *scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-45572009000300008](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300008)
- Boulestin, X. M. (1943). *muzeumgastronomie.c*. Obtenido de <https://www.muzeumgastronomie.cz/es/node/75>
- Carlos, S. (07 de 04 de 2011). Obtenido de <http://tecnologiasenlaead.blogspot.com/2011/04/el-diseno-de-investigacion-y-los.html>

- Di Clemente, E. M., & Guzmán, L. (2014). *La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura*. Obtenido de <https://www.mendeley.com/catalogue/9df80169-8586-3c99-b897-261f2c3d8dd2/>
- Escoffier, G. A. (1935). *muzeumgastronomie*. Obtenido de <https://www.muzeumgastronomie.cz/es/node/75>
- Ferreres. (1997). Obtenido de [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8917/Capitulo\\_III\\_Marco\\_Metodol\\_gico.pdf](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8917/Capitulo_III_Marco_Metodol_gico.pdf)
- Fusté-Forné. (2018). *Mendely*. Obtenido de La Gastronomía en el Marketing Turístico: <https://www.mendeley.com/catalogue/d1f84f84-8906-3f4e-9f19-075b016db774/>
- Gamboa, M., Barros, L., & Barros, C. (2019). Childhood Aggressiveness, Learning and Self-Regulation in Primary Students. *Luz. Revista Electrónica Trimestral de La Universidad de Holguín*, 53(9), 1689–1699. <https://luz.uho.edu.cu/index.php/luz/article/view/743/637>
- Guzmán, H. J. (2015). *Mendely*. Obtenido de El turismo gastronomico como experiencia cultural. El caso practico de la ciudad de Caceres: <https://www.mendeley.com/catalogue/5fbecda-65de-3b91-8959-dab3e371f280/>
- Keyly, Z. (16 de JULIO de 2020). PRODUCTO TRADICIONAL EN GASTRONOMIA . (M. Dominguez, Entrevistador)
- Kotler. (2007). *moodle2*. Obtenido de Producto: concepto, atributo: [https://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/ADI/AO/AO01/AOPP01Lectura1.pdf](https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/ADI/AO/AO01/AOPP01Lectura1.pdf)
- Mullins. (2007). *moodle2*. Obtenido de Producto: concepto, atributo: [https://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/ADI/AO/AO01/AOPP01Lectura1.pdf](https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/ADI/AO/AO01/AOPP01Lectura1.pdf)
- Ricardo, R. (s.f). *moodle2*. Obtenido de [https://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/pos/MD/MM/AM/11/Definicion\\_de\\_Producto.pdf](https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/11/Definicion_de_Producto.pdf)
- Soriano, R. (1996-197). Obtenido de Técnicas e instrumentos de investigación: [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas\\_instrumentos.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html)
- Stanton, ,. E., & Walker. (s.f). *promonegocios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html#:~:text=Stanton%2C%20Etzetel%20y%20Walker%2C%20autores,lugar%2C%20una%20persona%20o%20una>
- Tamayo. (1997). Obtenido de Tesis de investigacion: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Tamayo, M. (1997). Obtenido de Tesis de investigacion:  
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

zahari. (2009). *scielo.org.mx*. Obtenido de  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-90362017000100009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000100009)

Zambrano, K. (20 de 16 de 2020). Gastronomía general. (K. Zambrano, Entrevistador)