UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE TURISMO

TEMA

GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO EN EL MALECÓN DEL CANTÓN PLAYAS, AÑO 2026

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A

LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA

Madelyn Marilú Suarez Banchón

TUTOR

Miguel Ángel Orden Mejía PhD

PLAYAS – ECUADOR

AGOSTO-2026

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, denominado "Gastronomía como atractivo turístico en el malecón del Cantón Playas, año 2026", elaborado por la Srta. Madelyn Marilú Suarez Banchón, egresada de la Carrera de Turismo, , Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, declaro que, luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo, y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Lic. Miguel Ángel Ordén Mejia, PhD
Profesor tutor

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado "Gastronomía como atractivo turístico en el malecón del Cantón Playas, año 2026", previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Madelyn Marilú Suarez Banchón, con cédula de identidad número 095584531-8, declaro que la investigación es absolutamente original , auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Madelyn Mariló Suarez Banchón

C.C. No.: 095584531-8

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por brindarme salud, fortaleza y sabiduría para culminar esta etapa de mi formación profesional.

Expreso mi más sincero agradecimiento a mis padres y familia, quienes han sido mi apoyo constante, motivándome a seguir adelante y no rendirme ante las dificultades.

De manera especial, agradezco a mi docente tutor por su guía, paciencia y valiosos conocimientos compartidos durante el desarrollo de esta investigación, los cuales fueron fundamentales para la culminación de este trabajo.

También extiendo mi gratitud a mis docentes y compañeros de la carrera de Turismo, quienes formaron parte de este proceso de aprendizaje y crecimiento personal y académico.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra forma, contribuyeron con su apoyo y colaboración para hacer posible la realización de este trabajo de titulación.

Madelyn Marilú Suarez Banchón

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios, por guiar cada uno de mis pasos y darme la fortaleza necesaria para no rendirme en los momentos difíciles.

Quiero dedicar principalmente a mis padres, Julio Suárez, Betty Banchón, por su amor incondicional, sacrificio y apoyo constante a lo largo de mi vida y mi formación profesional. Gracias por creer en mí y ser mi mayor motivación para seguir adelante.

De manera muy especial, le dedico este título a mi querida hija Amberly Escalante, a mi compañero de vida Yorman Escalante quienes son el motor de mi vida y la razón principal de cada sacrificio realizado; ustedes son mi inspiración y mi mayor motivación para seguir creciendo y superándome. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la dedicación; este logro es tanto mío como suyo.

Madelyn Marilú Suarez Banchón

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. María F. Alejandro Lindao. Mgs.
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA

Lcda. Kristel N. Barzola Andrade. Mgs.
PROFESORA ESPECIALISTA

Lic. Miguel Á. Orden Mejía. Ph.D.
PROFESOR TUTOR

Lic. Miguel Á. Orden Mejía. Ph.D.
PROFESOR GUIA DE UIC

Ing. Zorayа E. Yagual Cruz, Mgs.
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Contenido

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR....2

AUTORÍA DEL TRABAJO....3

AGRADECIMIENTO....4

DEDICATORIA....5

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN....6

RESUMEN....12

Introducción....14

Capítulo I....20

Marco Referencial....20

1.1 Revisión de la literatura....20

1.2 Desarrollo y Conceptos....22

1.2.1 Gastronomía....22

1.2.1.1 Ancestral....23

1.2.1.5 Platos típicos....24

1.2.1.6 Importancia de la gastronomía en el turismo....25

1.2.1.7 Identidad cultural....25

1.2.1.8 Estrategia de promoción cultural....26

1.2.1.9 Ingredientes locales....26

1.2.2 Variable dependiente: Atractivos turísticos 27

1.2.2.1 Percepción del Turista.....27

1.2.2.2 Turista 27

1.2.2.3 Atractivos Naturales.....28

1.2.2.4 Infraestructura 28

1.3 Cantón Playas.....29

1.3.1 Historia.....29

1.3.2 Datos Generales 29

1.4 Fundamentos Legales 30

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador 30

1.4.2 Ley de Turismo 31

Capítulo II 32

Metodología 32

2.1 Diseño de la investigación 32

2.2 Enfoque de la investigación 32

2.3 Tipo de investigación 32

2.4 Diseño no experimental 33

2.5 Métodos de la Investigación.....33

2.6 Técnicas e instrumentos 33

2.7 Población y Muestra 34

Capítulo III 36

Resultados y discusión 36

Inventario de establecimientos gastronómicos del malecón 36

Discusión 75

Conclusiones.....77

Recomendaciones 79

Bibliografía.....81

Apéndice.....85

Índice de Tabla

Tabla 1Fórmula para el cálculo de la muestra en poblaciones infinitas..... 34

Tabla 2 Distribución de la muestra de turista..... 35

Tabla 3 Aspectos sociodemográficos de los turistas en el malecón del Cantón Playas 38

Tabla 4 Prueba de Chi-cuadrado entre Edad y Género 40

Tabla 5 Prueba de Chi-cuadrado entre nivel de gasto y género 41

Tabla 6 Prueba de Chi-cuadrado entre frecuencia de visita y género 41

Tabla 7 Cargas factoriales y confiabilidad Variable 1 42

Tabla 8 Cargas factoriales y confiabilidad Variable 2 44

Tabla 9 Modelo de regresión lineal de la variable independiente y dependiente. 45

Tabla 10 Modelo de Medidas (Cargas externas del análisis PLS-SEM)..... 47

Tabla 11 Validación y fiabilidad de los constructos analizados. 49

Tabla 12Coeficientes de trayectoria del Modelo Estructural (PLS-SEM) 50

Tabla 13 Contrastación de hipótesis del modelo estructural 51

Tabla 14 Distribución de frecuencias para el item PT1 (Preparación y sazón culinaria)..... 52

Tabla 15.Distribución de frecuencias para el item PT2 (Presentación visual de los platos) 53

Tabla 16 Distribución de frecuencias para el item PT3 (Claridad de los menús típicos) 54

Tabla 17 Distribución de frecuencias para el item OF1 (Variedad de establecimientos) 55

Tabla 18 Distribución de frecuencias para el item OF2 (Relación precio-calidad) 56

Tabla 19 Distribución de frecuencias para el item IC1 (Reflejo de la identidad costera..... 57

Tabla 20Distribución de frecuencias para el item IC2 (Técnicas de preparación ancestrales) 58

Tabla 21 Distribución de frecuencias para el ítem IC3 (Conservación del patrimonio gastronómico)..... 59

Tabla 22 Distribución de frecuencias para el item IL1 (Frescura y calidad de los

mariscos/insumos) 60

Tabla 23 Distribución de frecuencias para el ítem IL2 (Uso de ingredientes autóctonos como diferenciador)..... 62

Tabla 24 Distribución de frecuencias para el ítem AT1 (Gastronomía como atractivo principal)..... 63

Tabla 25 Distribución de frecuencias para el ítem AT2 (Experiencia culinaria memorable 64

Tabla 26 Distribución de frecuencias para el item AT3 (Efectividad de las estrategias de promoción)..... 65

Tabla 27 Distribución de frecuencias para el ítem T1 (Motivación principal de viaje)..... 66

Tabla 28 Distribución de frecuencias para el ítem T2 (Justificación del tiempo y gasto de viaje)..... 67

Tabla 29 Distribución de frecuencias para el ítem AN (Complementariedad con atractivos naturales)..... 68

Tabla 30Distribución de frecuencias para el ítem I1 (Infraestructura física del malecón) 70

Tabla 31 Distribución de frecuencias para el ítem I2 (Higiene, limpieza y comodidad)..... 71

Tabla 32 Distribución de frecuencias para el ítem I3 (Atención al cliente y hospitalidad) 72

Tabla 33 Distribución de frecuencias para el ítem I4 (Disposición a recomendar el destino) 73

AUTOR :

Suarez Banchón Madelyn Marilú

TUTOR

Lcdo: Miguel Orden Mejía, PhD.

RESUMEN

La presente investigación titulada "Gastronomía como atractivo turístico en el malecón del Cantón Playas, año 2026", tuvo como objetivo identificar la gastronomía como atractivo turístico en el malecón del cantón Playas. La metodología empleada fue de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal y alcance descriptivo-correlacional. La población estuvo conformada por turistas que visitaron el malecón del cantón Playas, considerada como infinita, obteniendo una muestra de 384 personas mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Como técnica de recolección de datos se aplicó una encuesta digital estructurada a través de Microsoft Forms, difundida por redes sociales y WhatsApp. Los resultados evidencian que la gastronomía del malecón ejerce una influencia positiva y significativa sobre el atractivo turístico del destino β=0.550, p <0.001, destacando la dimensión de platos típicos como el factor de mayor impacto β=0.556. Asimismo, se identificaron 42 establecimientos gastronómicos en el malecón, los cuales ofertan platos representativos como ceviche, encebollado, corvina frita y cangrejo criollo la percepción de los turistas respecto a la gastronomía es favorable, con altos niveles de satisfacción en aspectos como sazón (63.6%), identidad cultural (63.9%) y disposición a recomendar el destino (66.2%). Sin embargo, se evidencian debilidades en las estrategias de promoción y en la infraestructura física del malecón. Se concluye que la gastronomía constituye un atractivo turístico con alto potencial para el desarrollo del cantón, aunque requiere de una gestión estratégica que fortalezca su posicionamiento y promoción.

Palabras clave: *Gastronomía, Atractivo Turístico, Identidad Cultural, Platos Típicos, Malecón.*

AUTOR :

Suarez Banchón Madelyn Marilú

TUTOR

Lcdo: Miguel Orden Mejía, PhD.

ABSTRACT

This research, titled " Gastronomía como atractivo turístico en el malecon del Canton Playas 2026", aimed to identify gastronomy as a tourist attraction on the Playas Canton boardwalk. The study employed a quantitative approach with a non experimental, cross-sectional design and a descriptive-correlational scope. The population consisted of tourists visiting the Playas Canton boardwalk considered an infinite population and a sample of 384 individuals was obtained using non-probability convenience sampling.

A structured digital survey administered via Microsoft Forms and distributed through social media and WhatsApp was used for data collection. The results demonstrate that the gastronomy of the malecon waterfront promenade exerts a positive and significant influence on the destination's tourism appeal β=0.550, p <0.001, with the "traditional dishes" dimension identified as the factor with the greatest impact β =0.556. Additionally, 42 gastronomic establishments were identified along the malecón, offering signature dishes such as ceviche, encebollado, fried sea bass corvina, and Creole style crab. Tourist perception of the local cuisine is favorable, showing high satisfaction levels regarding flavor (63.6%), cultural identity (63.9%), and willingness to recommend the destination (66.2%). However, weaknesses were observed in promotional strategies and the malecon physical infrastructure. It is concluded that the local gastronomy represents a tourism asset with significant potential for the Canton development, although it requires strategic management to strengthen its positioning and promotion.

Keywords: *Gastronomy, Tourist Attraction, Cultural Identity, Traditional Dishes, Boardwalk.*

Introducción

La presente investigación tiene como propósito analizar la gastronomía como atractivo turístico en el malecón del cantón Playas. A través de esta investigación se busca evidenciar el valor cultural comercial y sensorial de la oferta culinaria tradicional identificando su influencia en la experiencia del turista y en la identidad del destino costero.

Por medio del turismo se puede conocer un poco más sobre la gastronomía en las diferentes partes del mundo. Al respecto, (Garmendia y Riaño, 2022)resaltan la importancia de la gastronomía en el turismo a nivel latinoamericano y cómo esta ha ido evolucionando año tras año. También, la innovación de cada cultura gastronómica y cuáles son los diferentes platos típicos que representan a cada país: Perú, el ceviche, Brasil, el barreado, México, el mole, España etc. Así, podemos ampliar nuestro conocimiento sobre lo que se trata la gastronomía en el mundo.

Desde otra perspectiva, la gastronomía de una región son las recetas culinarias transmitidas de generación en generación. Asimismo el principal motivo del turista gastronómico es probar los platos tradicionales de una región, siendo estos el reflejo de la cultura y los ingredientes locales que aún se conservan en ella, lo cual se convierte en un punto de interés; a su vez, la oferta gastronómica resulta fundamental para el crecimiento turístico del lugar. (Hernández & Millán, 2018).

La gastronomía se presenta como una opción para visitar el lugar, crear su identidad y así poder atraer visitantes. Lo que hace que se convierta en un atractivo turístico su capacidad de permitir a los turistas consumidores aprender sobre los aspectos culturales del lugar y experimentar la comida local. Se trata de una experiencia cultural por medio de la cual el turista puede observar, participar, vivir y experimentar los sabores regionales ya que los platos y los rituales culinarios se han convertido en elementos importantes del viaje. Las instituciones de promoción del turismo y los propios turistas consideran la alimentación y todos los valores involucrados como un nicho de mercado, como un factor de promoción de un lugar o región mediante la valoración de un destino. (Horng & Tsai, 2012)

Dentro de Ecuador la gastronomía se representa como una forma de fortalecer

nuestras raíces ya que a través de estos platos conocemos un poco más de nuestra identidad local, dándonos así a conocer sobre nuestra comunidad y lo que somos , y el significado que se expresa o se tiene a través de cada plato. Se espera que esto no solo sea un motivo de viaje, sino que también despierte el interés por conocer más allá de lo que ofrece una comunidad ya sea desde sus historia o estilo de vida y de esta forma sea algo enriquecedor en cuanto a la experiencia que se dé en un determinado lugar.

El (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023) a través de los premios World Travel Awards manifiesta que: “La cocina ecuatoriana refleja la mega diversidad que existe en sus cuatro regiones, Costa, Amazonía, Andes y Galápagos, configurando una realidad que se refleja en su oferta natural, cultural y de manera especial en su gastronomía, que muestra la fusión de sabores ancestrales y tradicionales”. La visión que posee Ecuador para promocionar el Turismo Gastronómico ha permitido crear eventos internacionales permitiendo dar a conocer gastronomía elaborada con productos nacionales y muchos de ellos ancestrales, buscando el desarrollo económico de los actores turísticos del país. La cocina ecuatoriana ha tenido varias influencias a lo largo de la historia gastronómica del país, sin embargo existen dos grandes culturas que han tenido un mayor impacto.

De tal manera en la costa ecuatoriana la gastronomía representa un recurso cultural y turístico fundamental que contribuye a la identidad regional y nacional. (Rojas et al., 2023) manifiestan que, aunque Ecuador no cuenta con una clasificación gastronómica formal, existe una identidad regional diferenciada entre la costa y la sierra acerca de los platos emblemáticos como el encebollado y el ceviche, que se han convertido en elementos clave para la promoción y el desarrollo turístico local. Esto demuestra que, en el perfil costero, las técnicas gastronómicas locales podrían representar una gran oportunidad para destinos muy conocidos, como es el caso del Cantón Playas, que mediante su gastronomía busca demostrar que también puede ser un atractivo turístico.

Según (Nicolalde Barrios, 2016), la gastronomía de Playas tiene un gran potencial turístico, ya sea por su autenticidad, variedad y conexión con el entorno marino. Si este recurso se aprovecha al máximo, se puede atraer a más turistas, ya que esto puede generar valor económico y cultural para la comunidad. Para ello se debe de fortalecer la cadena de valor culinario, desde el producto hasta la persona encargada de cocinar promoviendo así prácticas sostenibles, capacitación en atención al cliente y promoción del destino la gastronomía en el cantón tiene su base en los mariscos, los cuales son producto de la pesca artesanal realizada en la zona, promoviendo una amplia gama de recursos y propiciando una carta variada y de gran aceptación para los turistas.

La gastronomía en el Cantón Playas constituye uno de los principales motivos de visita de los turistas, ya que representa un elemento fundamental de la identidad cultural. En el malecón existe una diversidad de establecimientos gastronómicos que ofertan platos típicos representativos de la zona, como el encebollado de pescado, el ceviche de camarón y pescado, el picante de pescado, el arroz, el cangrejo criollo preparado en diferentes presentaciones, así como la corvina frita acompañado de patacones y ensalada, elaborados a base de productos marinos, los cuales forman parte de la tradición culinaria y del entorno costero que caracteriza al destino.

Finalmente la gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave de atracción tanto para definir la competitividad de los destinos turísticos como para la promoción de los mismos el arte culinario de un pueblo puede ser el nexo que permita desarrollar el turismo, aun cuando dicho destino no posea otras características típicas de los destinos más visitados, por sí sola constituye un atractivo potencial, sin embargo, esta concepción determina que los destinos turísticos deben considerar la importancia de la comida como contribución a la experiencia única. (Lopez & Sanchez, 2012)

Previo al planteamiento del problema, el malecón del cantón Playas constituye uno de los espacios más representativos y concurridos del destino, donde se concentra una variada oferta gastronómica que forma parte de la identidad cultural y económica local. Sin embargo, a pesar de la presencia de esta oferta, la gastronomía en el malecón del cantón no se encuentra organizada ni gestionada estratégicamente como un atractivo

turístico. Se evidencia la falta de información clara y sistematizada sobre la oferta gastronómica existente, lo que dificulta su identificación y valoración dentro de la actividad turística del cantón.

Estas debilidades impiden el adecuado posicionamiento de la gastronomía en el malecón como producto turístico, limitando su aporte al desarrollo económico y cultural del cantón, y desaprovechando su potencial como elemento diferenciador frente a otros balnearios de la costa ecuatoriana. La ausencia de estudios que analicen la gastronomía del malecón desde su condición de atractivo turístico hace necesaria la realización de una investigación que aborde esta problemática.

Para abordar esta problemática, es imprescindible establecer un punto de partida fundamentado en la formulación del problema de investigación de manera general, el cual radica en: ¿Cómo la falta de gestión estratégica limita el posicionamiento de la gastronomía en el malecón del Cantón Playas como atractivo turístico? A partir de esta interrogante central, se desprenden las preguntas específicas que orientan el desarrollo del estudio, tales como: ¿Qué tipos de establecimientos gastronómicos se encuentran en el malecón del cantón Playas?, ¿Cuál es la gastronomía típica que se ofrece en dichos establecimientos?, y ¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la gastronomía del malecón del cantón Playas como atractivo turístico?

Objetivo General

Identificar la gastronomía como atractivo turístico en el malecón del Cantón Playas

Objetivos Específicos

- Inventariar los establecimientos gastronómicos que se encuentran en el malecón del cantón Playas.
- Analizar la gastronomía que posee el malecón del cantón Playas.
- Determinar la percepción de los turistas respecto a la gastronomía en el malecón del cantón Playas como atractivo turístico.

La investigación adquiere relevancia al analizar la gastronomía como atractivo turístico en el malecón del cantón Playas abordándola desde una perspectiva académica, social y económica.

Desde el ámbito académico, la investigación integra conceptos de gastronomía como atractivo turístico fortaleciendo el análisis del estudio gastronómico ya que permite identificar los establecimientos y analizar los platos típicos que se ofertan, generando una base teórica y práctica que podría ser utilizada como referencia para futuros estudios relacionados con la gastronomía, los resultados servirán como insumo académico para estudiantes, docentes e investigadores interesados en el turismo gastronómico y en la valorización del patrimonio culinario ecuatoriano. Contribuye a cubrir un vacío de información existente sobre la gastronomía local del cantón Playas, al sistematizar datos relevantes sobre la oferta gastronómica como atractivo turístico.

En lo social, se justifica porque servirá de apoyo para la asociación de comerciantes gastronómicos de Playas, parte fundamental de la identidad cultural de la comunidad; además, permitirá visibilizar el trabajo de los actores locales, como pescadores artesanales, cocineros y propietarios de establecimientos gastronómicos, fortaleciendo el sentido de pertenencia y el orgullo cultural, lo que contribuye a mejorar la experiencia del turista y a promover un turismo más inclusivo y sostenible.

Desde la perspectiva del ámbito económico, se justifica dado que la gastronomía ofertada en el malecón del cantón Playas forma parte del consumo que realizan los turistas durante su visita. Al determinar la percepción del turista respecto a la gastronomía como atractivo turístico, se obtiene información que permite conocer el nivel de aceptación y valoración de la oferta culinaria dentro de la experiencia turística.

Esta investigación se realizó principalmente en el Malecón del cantón Playas, mediante entrevistas y encuestas. De la misma manera, permitió recopilar información directa sobre la percepción y el impacto de la gastronomía típica playense en el turismo local identificando los platos más representativos y su influencia en la experiencia del visitante. Además, el estudio se respaldará en fuentes bibliográficas, incluyendo libros, artículos científicos y documentos oficiales de diversos autores, que aportarán validez y fundamentarán los hallazgos obtenidos en el lugar.

El Capítulo I presenta el marco referencial, en el que se describe el problema, los objetivos y la justificación del estudio. Asimismo, se explica desde la teoría por qué la gastronomía se debe adaptar como atractivo turístico en el Malecón del cantón Playas, provocando interés por parte del lector gracias a su relevancia cultural, comercial y turística en uno de los balnearios más visitados de la provincia del Guayas.

El Capítulo II se explica la metodología utilizada, especificando el tipo de investigación, el enfoque, la población y los métodos aplicados para obtener y analizar dicha información, considerando tanto a los actores locales propietarios de los establecimientos y turistas que visitan el Malecón.

En el Capítulo III se detallan los resultados del estudio y se contrastan con cuadros realizados en aplicaciones para dar mayor claridad a los hallazgos, evaluando el nivel de satisfacción turística y el aporte económico de la gastronomía local.

Finalmente, se incluyen las conclusiones y recomendaciones, las cuales reflejan el cumplimiento de los objetivos propuestos y se plantean acciones que permitan potenciar la gastronomía como atractivo turístico en el malecón.

Capítulo I.

Marco Referencial

1.1 Revisión de la literatura

Para sustentar la presente investigación se realizó una búsqueda literaria con base en las variables de investigación, de esta manera se ha podido obtener información de varios autores que sustentan la viabilidad de este trabajo.

En el ámbito internacional, el estudio titulado *"La gastronomía como atractivo turístico en Cuba"* realizado por (Manfugás et al. 2019), analiza el potencial de la cocina cubana como producto turístico en La Habana. A pesar de la riqueza cultural y culinaria del país, la investigación evidencia que la gastronomía no ha sido promocionada estratégicamente como un producto turístico consolidado. La metodología aplicada fue de enfoque mixto, desarrollada en dos etapas: primero, un diagnóstico del potencial del destino mediante entrevistas a 14 expertos para analizar infraestructura, tradiciones y base agroindustrial; y segundo, encuestas aplicadas a turistas para evaluar su experiencia. Los resultados revelaron que existen 175 establecimientos especializados y personal capacitado; sin embargo, el sector estatal presenta limitaciones logísticas y tecnológicas. A pesar de estas deficiencias, el 91.3% de los turistas manifestó estar satisfecho, destacando la calidad de la comida como elemento central de su experiencia. El estudio concluye que La Habana posee un sólido potencial gastronómico, pero carece de una visión estratégica que permita consolidar la gastronomía como motivación principal de viaje.

En esta misma línea, (Acosta et al. 2022), en la investigación *"Diseño de un producto turístico gastronómico en la Villa Yaguanabo"*, proponen la creación de un producto turístico basado en la gastronomía marinera tradicional de la provincia de Cienfuegos. El estudio resalta la importancia de la gastronomía como patrimonio cultural inmaterial y como herramienta para la diversificación del destino. La investigación utilizó métodos teóricos (análisis-síntesis e histórico-lógico) y empíricos (observación, entrevistas, encuestas y método de expertos), además de aplicar la metodología MEPROTUR aprobada por el Ministerio de Turismo de Cuba. Como resultado, se propuso la elaboración de un recetario gastronómico para la implementación de un

restaurante especializado, demostrando que la planificación estratégica permite transformar la cocina tradicional en un producto turístico competitivo y sostenible.

Por su parte, a (Zúñiga Bravo, 2021), analiza el caso de la cocina tradicional mexicana en los estados de Michoacán y Oaxaca, enfocándose en los procesos de patrimonio y turismo. La investigación empleó un enfoque mixto con análisis documental, trabajo de campo etnográfico y el uso de Sistemas de Información Geográfica (SIG) para la elaboración de cartografías temáticas sobre ferias y rutas gastronómicas. Los resultados evidencian diferencias entre festivales "hegemónicos" en grandes ciudades y festivales en localidades pequeñas, se concluye que la gastronomía no solo representa identidad cultural, sino también un recurso económico estratégico que requiere gestión equilibrada para beneficiar a las comunidades locales.

En el contexto nacional, (Yoza, 2023), en su estudio "La gastronomía como atractivo turístico de un destino. Estudio de caso en la ciudad de Manta", analizó el potencial culinario de Manta como factor de atracción turística. La investigación identifica como problemática principal la ausencia de rutas gastronómicas estructuradas y la limitada promoción del recurso culinario. El enfoque aplicado fue mixto; mediante fichas técnicas para catalogar platos típicos y encuestas a turistas, se determinó que los mariscos constituyen el principal elemento de identidad culinaria el estudio propone el diseño de rutas gastronómicas como estrategia para organizar la oferta y mejorar la experiencia del visitante.

De igual manera, (Abarca Brito, 2024), en la investigación *"Gastronomía Típica en el Desarrollo Turístico del Cantón Riobamba"*, analiza la necesidad de diversificar la oferta turística mediante la valorización de la cocina tradicional. El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, de alcance descriptivo-correlacional y diseño no experimental, aplicando encuestas a comensales de establecimientos gastronómicos con el propósito de analizar la percepción del consumidor y la relación entre identidad cultural y gastronomía se evidenció que la mayoría de los encuestados calificó positivamente la calidad, variedad e innovación de los platos típicos, asociando la gastronomía tradicional con autenticidad cultural y satisfacción durante su visita. Como resultado, se establece que la gastronomía

típica constituye un componente determinante en la consolidación turística del cantón, debido a que fortalece la identidad territorial, incrementa la competitividad del destino y genera dinamización económica local; por lo tanto, su adecuada valorización y promoción se configura como un eje estratégico para el posicionamiento turístico.

Por ende (Veliz Perez, 2025) estudió el potencial de la gastronomía como producto turístico en la parroquia Pedro Pablo Gómez, identificando que no existe la suficiente promoción y valorización de la oferta culinaria local. A través de un enfoque mixto, se determinaron seis platos típicos representativos y se destacó la importancia de festivales y ferias gastronómicas como mecanismos de promoción. El estudio propone estrategias como la creación de rutas gastronómicas, mejora de infraestructura y fortalecimiento del turismo comunitario, concluyendo que una adecuada gestión permitiría consolidar la gastronomía como elemento diferenciador del destino

1.2 Desarrollo y Conceptos

1.2.1 Gastronomía

La gastronomía es el arte de elaborar platos deliciosos cuidando la elección de los condimentos así mismo su forma de presentación. También se le considera al arte del buen comer donde se involucra con la participación de los cinco sentidos con el propósito de brindar una experiencia única al momento de degustar. (Mones, 2023)

El origen de la gastronomía tiene varios escenarios e hipótesis, una de ellas se da a raíz del ser humano y su caminar bípeda, por instinto la comunicación, así como el almacenamiento, preparación y distribución del alimento en sus pequeñas tribus. Su evolución también da lugar a un nuevo escenario, el descubrimiento del fuego para la cocción de los alimentos, facilitando el masticar de los alimentos, contribuyendo al mejoramiento de las condiciones de la salud (Estupiñán et al., 2021)

La gastronomía es presentada como un factor principal para el desarrollo turístico y económico, ya que no solo llama la atención de visitantes interesados en experimentar sabores únicos, sino que también aporta en el fortalecimiento de la autoestima y el orgullo

local. Este vínculo entre gastronomía, cultura e identidad se convierte a la comida típica en un pilar fundamental para la promoción de un destino y para la preservación del patrimonio cultural, destacando su potencial en la creación de experiencias inolvidables y auténticas para los turistas (Pincay, 2022)

1.2.1.1 Ancestral

Se indica que los saberes ancestrales comprenden todos aquellos conocimientos que siguen vigentes en las personas y que se transmiten con continuidad a través del tiempo. Se han conservado las costumbres, tradiciones y formas de vida transmitidas por los ancestros dichos aspectos se consolidan como parte esencial de una identidad propia al mismo tiempo que contribuyen al buen vivir al generar experiencias significativas en el acto de compartir y transmitir estos conocimientos (Sanipatin, 2023)

La actividad ancestral está vinculada al modo de vida de nuestros antepasados donde se han integrado de diversas tradiciones y manifestaciones culturales que remiten al pasado y que con el paso del tiempo han sido heredadas por la comunidad, es por eso que lo ancestral puede entenderse como el conjunto de costumbres y prácticas que, a lo largo del tiempo, se han ido preservando y adaptando a la realidad contemporánea.

1.2.1.2 Oferta gastronómica

La oferta gastronómica es la identidad cultural de un determinado lugar, ya que la gastronomía no solo satisface las necesidades alimentarias, sino también transmite historia, valores y tradiciones a través de sus sabores y técnicas. Por ende, la oferta culinaria no solo atrae a visitantes por su diversidad y riqueza cultural, sino que también contempla la experiencia única de la biodiversidad de la flora y fauna de los destinos (Castillo Rodríguez, 2024)

La oferta gastronómica corresponde a los restaurantes, comedores y locales del malecón que comercializan alimentos y bebidas. En el cantón Playas, esta oferta es amplia y forma parte de la actividad económica principal del sector turístico servir una buena comida es clave para captar la atención y el interés del mayor número posible de clientes potenciales, garantizando siempre la calidad y la atención en el servicio (Chef ejecutivo

online, 2022)

1.2.1.3 Patrimonio Inmaterial

Las comunidades, incluidas las ciudades y, en general, la vida humana, están impregnadas de expresiones culturales inmateriales. En efecto, gran parte de lo que hacemos como hablar, vestirnos o preparar alimentos refleja una manifestación cultural inmaterial en nuestra vida diaria, podemos notar cómo estas prácticas cambian con el tiempo, aunque rara vez nos cuestionamos por qué ocurre, ya que lo percibimos como algo natural. Por ejemplo, antes no existía el microondas y, por ello, ciertos platillos se cocinaban de una manera distinta (González Cambeiro, 2014)

1.2.1.4 Patrimonio Cultural Alimentario

El conjunto de conocimientos, técnicas y prácticas ancestrales utilizados en la preparación de alimentos y bebidas, así como los ingredientes empleados, se transmite de generación en generación, lo que contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural de los pueblos. Estos saberes, técnicas y utensilios tradicionales, además de los ingredientes, conforman lo que se conoce como el Patrimonio Cultural Alimentario. Este patrimonio desempeña un papel esencial en la consolidación de la identidad de un lugar, y su preservación y transmisión resultan fundamentales para evitar la pérdida de la memoria cultural (Liñan Gómez, 2019).

1.2.1.5 Platos típicos

La variedad de platos típicos se refiere a la diversidad y riqueza de preparaciones culinarias tradicionales que identifican a una región o comunidad. La variedad de preparaciones es el resultado de la combinación de ingredientes locales, técnicas de preparación ancestrales y costumbres transmitidas de generación en generación. En el contexto del cantón Playas, los platos que suelen prepararse son el encebollado, la cazuela de pescado, el corviche, el ceviche y el bolo de verde, entre otros, que reflejan la identidad costera y la disponibilidad de productos del mar. (Bermeo, 2020)

Las comidas típicas son alimentos que se distinguen según su preparación, métodos y técnicas de elaboración propios de cada región o lugar de acuerdo a la preparación según la región o lugar en donde se encuentre, esto es lo que hace que cada destino tenga un toque diferenciador y se distinga de otros, especialmente en el

sabor y la presentación de sus platillos.(Cedeño Flores, 2023)

1.2.1.6 Importancia de la gastronomía en el turismo

Conforme a lo señalado por (Chifla, 2021) el turismo gastronómico es una de las manifestaciones más destacadas de la sociedad posmoderna, donde la capacidad de observar, oler y degustar se transforma en una experiencia significativa. Actualmente muchos turistas viajan motivados por experiencias culinarias. En el caso del cantón Playas, la gastronomía puede complementar al atractivo natural la playa, convirtiéndose en un factor de permanencia y satisfacción del visitante.

La relevancia de la gastronomía ha experimentado un constante crecimiento en diversas industrias, entre ellas el turismo. El cantón Playas atrae a turistas ávidos de probar especialidades y platos tradicionales que no pueden encontrar en sus lugares de origen concentrarse en el desarrollo de nuevas rutas gastronómicas es una estrategia efectiva para impulsar un sector donde la comida se convierte en el elemento central de interés para los turistas. (Toapanta, 2023)

1.2.1.7 Identidad cultural

La identidad cultural es un conjunto de valores de pertenencia que el individuo adquiere dentro de su contexto, es decir, las características y rasgos culturales que le permiten desenvolverse en la sociedad. Según Cepeda (2018), sostiene que la identidad está relacionada con el desarrollo de un lugar producido por la evolución el mismo autor indica que la colectividad forja sus tradiciones y creencias, para desarrollarse a través del tiempo.

En su aportación, (Llenera, 2021) proporciona una definición de la identidad cultural que se refiere a las tradiciones, valores y costumbres distintivas de un grupo o comunidad. Estos elementos culturales desempeñan un papel crucial en la preservación de las características únicas de cada país y fomentan un sentido de comunidad entre sus ciudadanos.

La gastronomía del cantón Playas refleja tradiciones costeras, técnicas de preparación artesanal y el uso de productos frescos del mar. Esta identidad cultural

permite diferenciar el destino de otros balnearios y aporta autenticidad a la experiencia del turista. (Delgado Cabrera, 2023)

1.2.1.8 Estrategia de promoción cultural

Según Gonzáles (2021), menciona que la estrategia de promoción cultural comprende un diseño de acciones planificadas, orientadas y sostenibles para valorar y difundir las expresiones del patrimonio cultural de una comunidad, integrando medios digitales y la participación ciudadana con un enfoque intercultural.

1.2.1.9 Ingredientes locales

Según (Arcoz, 2021), destaca que algunos de los productos proceden de tierras en las que se encuentra una gran variedad de frutos, vegetales, granos y tubérculos, sin embargo, la gastronomía ha sido un impulso económico para los mercados de esta localidad el uso de productos locales (mariscos, pescado y materias primas de la zona). Esto permite que el turista experimente sabores propios del territorio, aumentando la valoración del destino.

La utilización de los ingredientes en las recetas tradicionales es importante ya que es la innovación del arte culinario y de los sabores característicos del lugar muchos de los turistas le interesan estas tradiciones gastronómicas locales, porque experimentan las preparaciones de los platos con ingredientes que son representantes de las zonas. (Vega et al., 2018)

1.2.1.10 Ingredientes Tradicionales

Los ingredientes autóctonos son aquellos que nacen y se utilizan en una zona determinada y suelen llamarse también nativos o locales. Más que simples alimentos, representan parte esencial de la cultura, la historia y la identidad de las comunidades que generación tras generación los han ido cultivando, cosechando y preparando.

Desde una mirada nutricional, ecológica, social y económica, estos ingredientes tienen gran importancia, pues favorecen la salud de las personas, impulsan la sostenibilidad del medio ambiente y fortalecen la economía local. (Unidad Latina, 2024).

En las recetas los ingredientes convencionales son la muestra de la cultura, identidad e historia. Al ser parte de la gastronomía no solo destacan el sabor, sino que impulsan la economía de los destinos promoviendo prácticas de sostenibilidad culinaria a nivel mundial. Proporcionarles el valor que merecen y cuidarlos son esenciales para que las tradiciones sean la esencia de la identidad cultural.

1.2.2 Variable dependiente: Atractivos turísticos

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2024), los atractivos turísticos pueden ser sitios, eventos o manifestaciones que despiertan el interés del turista, siempre que estén disponibles para su disfrute y sean gestionados de forma sostenible.

Mientras que, según el Ministerio de Turismo (2023), los atractivos turísticos son todos aquellos productos que poseen características naturales y culturales, además son los que pueden formar parte del patrimonio turísticos de un destino. Además, son los componentes principales para la planificación y gestión de la actividad turística en el territorio.

1.2.2.1 Percepción del Turista

La percepción del turista mide el grado en que la gastronomía local influye en la decisión de visitar el cantón Playas. Se refiere al peso que tiene la oferta culinaria entre los motivos de viaje, en comparación con otros atractivos como la playa, el clima o las festividades. La gastronomía se está consolidando como un atractivo turístico por derecho propio, y no solo como un complemento (Chifla, 2021).

1.2.2.2 Turista

Según lo expresado por (OMT, 2024), un turista es aquella persona que pasa, como mínimo, una noche en un lugar diferente al de su residencia habitual, lo cual puede deberse a distintos motivos, como ocio, cultura, salud u otros intereses. Asimismo, dentro del turismo se suele incluir el traslado, las actividades que realiza en el destino y los gastos que genera.

De la misma manera, CEUPE (2024), indica que un turista es una persona que viaja por un plazo limitado a un sitio distinto de donde proviene, para realizar actividades propias de esa zona. Cabe mencionar que para que una persona sea considerada turista, debe quedarse en el destino más de 24 horas y menos de seis meses, mientras que un viajero puede ir sin un plan específico, el turista sí tiene un motivo claro para su viaje.

1.2.2.3 Atractivos Naturales

Los atractivos naturales son elementos naturales, como paisajes, montañas, playas, ríos, cascadas, bosques, y otros, que son atractivos para turistas de todo el mundo estos atractivos contribuyen al turismo de diversas formas, ya que son un factor importante en la toma de decisiones de los viajeros a la hora de elegir un destino para sus vacaciones. El cantón Playas posee atractivos naturales, como la playa y el clima, que tradicionalmente motivan su visita el estudio analiza si la gastronomía actúa como atractivo complementario o competitivo frente al recurso natural. (Huertas, 2020)

Estos atractivos se integran en un modelo de turismo sostenible que promueve la conservación del medio ambiente, el desarrollo económico local y la preservación de la cultura y las tradiciones, contribuyendo al desarrollo sustentable de las comunidades rurales los cuales son importantes en el turismo por su valor natural y cultural, su autenticidad, su gastronomía y artesanía, y por su contribución al turismo sostenible y al desarrollo de las comunidades locales (Cejas, 2020)

1.2.2.4 Infraestructura

La infraestructura turística se refiere al conjunto de instalaciones, servicios y medios necesarios para el desarrollo y la operación de la actividad turística en una región o destino específico. Esto incluye una variedad de elementos físicos y no físicos diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas durante su estadía. (Instituto Distrital de Turismo, 2020). En el contexto del cantón Playas, la infraestructura cumple un papel fundamental para que la gastronomía pueda consolidarse como atractivo turístico. No basta con que existan platos típicos o ingredientes locales; es necesario que el destino cuente con espacios adecuados donde estos puedan ser ofertados y consumidos. En este sentido, el malecón constituye un eje central de la actividad turística, ya que

concentra restaurantes, comedores, locales de mariscos y otros establecimientos que forman parte de la oferta gastronómica.

1.3 Cantón Playas

1.3.1 Historia

El cantón Playas se encuentra en el suroeste de la provincia del Guayas, en la República del Ecuador, y su cabecera cantonal es General José de Villamil. El cantón está ubicado a 96 kilómetros de la ciudad de Guayaquil y tiene una población aproximada de 42 000 habitantes. Se encuentra limitada al norte y al este con los cantones Guayaquil y Santa Elena; y al sur y oeste con el Océano Pacífico (Santo, 2016)

La economía del cantón es conformada por actividades del sector primario, sector secundario y sector terciario. El sector primario comprende todas aquellas actividades relacionadas directamente con la naturaleza tales como: la agricultura, silvicultura, caza, pesca y ganadería. En el cantón estas comprenden la pesca, agricultura, ganadería y cultivo de camarón (acuacultura)

El sector secundario es aquel que procesa y transforma la materia prima en productos para el consumo, o en equipos y maquinaria. Existen muy pocas industrias: una peladora de camarón y una empacadora exportadora de mariscos.

El sector terciario está constituido por actividades generadoras de servicios como: electricidad, gas y agua; comercio, hoteles, bares, restaurantes, transporte, comunicaciones, finanzas, bancos e inmobiliarias, alquiler de vivienda, servicios prestados a empresas y a hogares, entre otras. En relación con estas actividades económicas se destacan: alojamiento, restauración y comercio (artesanías).

1.3.2 Datos Generales

Norte: Engunga y Gómez Rendón

Sur y Oeste: con el Océano Pacífico.

Este: Con las Parroquias Posorja y El Morro del Cantón Guayaquil

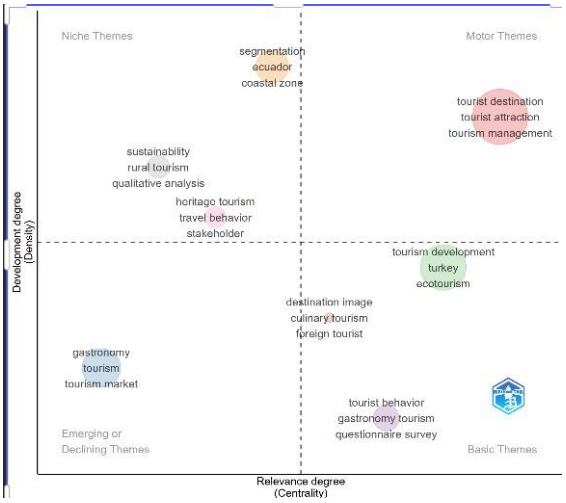


Figura 1. Mapa temático de la producción científica sobre gastronomía como atractivo turístico.

La Figura 1 presenta el mapa temático obtenido mediante un análisis bibliométrico de la literatura científica sobre gastronomía y turismo. Esto permite observar el grado de centralidad y densidad de los temas investigados, permitiendo identificar las dos variables de la presente investigación. Se visualiza que la gastronomía es la principal variable, lo que evidencia que aún existe un amplio campo de investigación respecto a su papel como atractivo turístico este resultado justifica la presente investigación, orientada a analizar la gastronomía como atractivo turístico en el malecón del cantón Playas, donde la oferta gastronómica constituye uno de los principales elementos de atracción para los turistas .

1.4 Fundamentos Legales

La presente investigación se sustenta en el marco jurídico vigente en la República del Ecuador, el cual respalda el desarrollo del turismo como actividad estratégica para el crecimiento económico y la valorización del patrimonio cultural, dentro del cual se incluye la gastronomía como expresión de identidad y tradición.

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador establece en su artículo N°3 como deber primordial del Estado promover el desarrollo sostenible y fortalecer la identidad

cultural de los pueblos. Asimismo, en el artículo N°380 se dispone la protección, conservación y promoción del patrimonio cultural tangible e intangible del país, lo cual comprende las manifestaciones gastronómicas tradicionales como parte del patrimonio cultural inmaterial.

1.4.2 Ley de Turismo

La Ley de Turismo, en su Artículo 3, establece que el turismo es una actividad económica estratégica para el desarrollo del país y que el Estado promoverá su desarrollo sostenible. Asimismo, el Artículo 4 reconoce a la gastronomía como fundamento principal de la oferta turística y patrimonio cultural, lo que respalda la valorización de los platos típicos como atractivo turístico (Ecuador, Ley de Turismo, 2002).

Además, el Código Ético Mundial para el Turismo (Organización Mundial del Turismo, 1999) promueve el crecimiento de la oferta turística y la participación de los actores locales en el fortalecimiento del sector, aspectos que apoyan la consolidación de la gastronomía como atractivo turístico.

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) establece que los Gobiernos Autónomos Descentralizados tienen la capacidad de promover el desarrollo económico local y fomentar actividades turísticas dentro de su jurisdicción, lo que apoya la gestión y promoción de la gastronomía en el malecón del cantón Playas como parte del desarrollo territorial (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010).

Por último, el Plan Nacional de Desarrollo 2024-2027 impulsa políticas orientadas al fortalecimiento del turismo sostenible y la valorización de la identidad cultural como eje de desarrollo productivo, promoviendo la articulación entre cultura, economía y territorio (Secretaría Nacional de Planificación, 2024).

Capítulo II

Metodología

2.1 Diseño de la investigación

En el desarrollo de la presente investigación denominada "Gastronomía como atractivo turístico en el malecón del Cantón Playas", se empleó un estudio de diseño no experimental de tipo transversal, lo que significa que los datos se recolectaron en un momento específico, sin modificar ninguna variable para el desarrollo de la investigación, aplicando un método cuantitativo mediante el uso de encuestas estructuradas como instrumento principal de recolección de datos.

2.2 Enfoque de la investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo; esto permitió recopilar, medir y analizar información sobre la percepción de los turistas respecto a la gastronomía como atractivo turístico en el malecón del cantón Playas.

2.3 Tipo de investigación

Se aplicó un tipo de investigación descriptiva y correlacional, que permitió enfocarse en dos propósitos fundamentales dentro del proceso investigativo: el descriptivo, que se basa en caracterizar y detallar las propiedades y dimensiones de la gastronomía como atractivo turístico en el malecón del cantón Playas. Asimismo, es correlacional porque busca analizar el grado de relación que puede existir en las variables de estudio, entre la gastronomía (variable independiente) y el atractivo turístico (variable dependiente), determinando si la variedad de platos, la calidad de la infraestructura, la frescura de los ingredientes y la identidad cultural reflejada en las comidas se relacionan significativamente con la percepción del turista, su nivel de satisfacción para permanecer en el destino y así recomendar Playas como un destino gastronómico, lo que permitirá

establecer patrones de comportamiento y tendencias que expliquen el fenómeno desde una perspectiva estadística (Kerlinger & Lee, 2002).

2.4 Diseño no experimental

El diseño de la investigación fue no experimental, ya que no se manipularon las variables de estudio ni se alteraron las condiciones del entorno. La investigación se limitó a observar, describir y analizar la gastronomía del Malecón tal como se presenta en la realidad.

La presente investigación fue de tipo transversal y descriptivo, porque la información se recopiló en un solo momento mediante la aplicación de las encuestas, sin realizar seguimiento a los participantes en diferentes períodos. Descriptiva porque detalla y caracteriza las variables del estudio sin alterar la realidad observada, sino analizando su comportamiento en el contexto natural.

2.5 Métodos de la Investigación

La investigación se desarrolló mediante el método inductivo y analítico, que permitió interpretar la información de las encuestas recolectadas con base en las variables e indicadores. Esto facilitó examinar cada componente de manera individual para comprender su influencia dentro del contexto turístico.

2.6 Técnicas e instrumentos

Se emplearon técnicas e instrumentos cuantitativos. Se utilizaron encuestas elaboradas en Microsoft Forms, las cuales fueron difundidas a través de canales digitales como redes sociales y WhatsApp para recopilar información. Este instrumento estuvo conformado por preguntas cerradas relacionadas con datos sociodemográficos y una escala de Likert de cinco niveles (1 = Muy en desacuerdo a 5 = Muy de acuerdo) para evaluar la percepción de los turistas sobre la gastronomía, la identidad cultural, la oferta gastronómica y los atractivos turísticos del malecón. El uso de este instrumento permitió

obtener información objetiva y medible, enriqueciendo el análisis de la gastronomía como atractivo turístico en el malecón del cantón Playas.

2.7 Población y Muestra

2.7.1 Población

La población estuvo conformada por los turistas que visitaron el malecón del cantón Playas durante el período de levantamiento de información. Dada la naturaleza fluctuante del turismo en la zona, se considera una población de tipo infinita, ya que no existe un registro exacto y actualizado del número de turistas que visitaron el sector. Estos constituyen la unidad principal de análisis del estudio, debido a que, a partir de su percepción y experiencia, será posible determinar el grado de posicionamiento de la gastronomía como atractivo turístico dentro del destino.

2.7.2 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se consideró que la población es de tipo infinita, por lo que se aplicó la siguiente fórmula estadística:

Tabla 1Fórmula para el cálculo de la muestra en poblaciones infinitas

Formula	Detalle	Valores
$N=\frac{Z2.p.q}{e2}$	n = tamaño de la muestra	¿?
	Z = nivel de confianza	1.96
	p = probabilidad de éxito	0,5
	q =probabilidad de fracaso	0,5
	E =error máximo permitido	0,05

Nota: Esta tabla muestra la fórmula aplicada para la muestra infinita. / Desarrollo de la fórmula

$$n = \frac{(1{,}96)^2 * (0{,}5) * (0{,}5)}{(0{,}05)^2}$$

$$n = 384{,}16$$

El cálculo teórico determinó la necesidad de aplicar 384 encuestas a turistas. mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia a través de herramientas digitales (Microsoft Forms), difundidas por canales como redes sociales y WhatsApp.

Tabla 2 Distribución de la muestra de turista

Grupo	Cantidad	Modalidad de aplicación
Turistas (Infinita)	384	Digital (Microsoft Forms) canales de difusión
Total	384	

Nota: *La muestra estuvo compuesta por 384 turistas que visitaron el malecón del cantón Playas, quienes respondieron la encuesta a través de la plataforma Microsoft Forms, difundida por canales digitales como redes sociales y WhatsApp*

La muestra estuvo compuesta por 384 turistas que visitaron el malecón del cantón Playas. Este tamaño muestral permite obtener información representativa sobre la percepción, satisfacción, nivel de gasto y motivaciones de viaje de los turistas, lo que constituye la base para analizar la gastronomía como atractivo turístico desde la perspectiva de la demanda.

El análisis de los datos obtenidos a partir de esta muestra permitió identificar los principales atributos valorados por los turistas, así como las deficiencias percibidas en la infraestructura y promoción del destino, aspectos fundamentales para el diseño de estrategias que fortalezcan el posicionamiento turístico del malecón del cantón Playas.

Capítulo III

Resultados y discusión

En el presente capítulo se exponen los hallazgos obtenidos a partir del procesamiento y análisis de los datos recolectados mediante las encuestas aplicadas a los turistas que visitaron el malecón del cantón Playas el objetivo principal es dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas el análisis se estructuró en fases complementarias, empleando para ello las siguientes aplicaciones: Jamovi y SmartPLS4, lo que permitió abordar el fenómeno desde una perspectiva descriptiva e inferencial.

Inventario de establecimientos gastronómicos del malecón

Como parte del primer objetivo específico, se realizó el inventario de los establecimientos gastronómicos ubicados en el malecón del cantón Playas. De acuerdo con el Catastro Municipal emitido por el GAD Municipal del Cantón Playas (2020)se identificaron 42 establecimientos dedicados a la venta de alimentos y bebidas, los cuales se detallan en la siguiente tabla:

Nombre de establecimiento	Dirección	Capacidad
Comedor Playa Mar	Malecón	10 mesas 30 sillas
Comedor Jaweth	Malecón	6 mesas 18 sillas
Bocaditero	Malecón	8 mesas 24 sillas
Alarcon JR	Malecón	4 mesas 26 sillas
Comedor María	Malecón	7 mesas 28 sillas
Comedor Jesenia	Malecón	6 mesas 18 sillas
Comedor Esperanza	Malecón	6 mesas 18 sillas
Lol M&K	Malecón	5 mesas 15 sillas
Comedor Anita	Malecón	4 mesas 16 sillas
Comedor 100pre Jenny	Malecón	4 mesas 16 sillas
Comedor Brisas Marina	Malecón	3 mesas 15 sillas
Comedor Hermanos Urlandos	Malecón	3 mesas 30 sillas
Comedor Don Vencho	Malecón	4 mesas 20 sillas

Comedor Sonia	Malecón	3 mesas 18 sillas
Comedor Mary	Malecón	4 mesas 22 sillas
Comedor Adriana	Malecón	5 mesas 25 sillas
Comedor Bienita	Malecón	4 mesas 20 sillas
Comedor Laura	Malecón	6 mesas 18 sillas
Comedor Tío Jhonny	Malecón	7 mesas 28 sillas
Comedor Delicias del Mar	Malecón	4 mesas 16 sillas
Comedor Arisneth	Malecón	3 mesas 18 sillas
Comedor Marycris	Malecón	4 mesas 18 sillas
Doña Clementina	Malecón	2 mesas 6 sillas
Comedor My Lady	Malecón	4 mesas 20 sillas
Comedor Bendición de Dios	Malecón	1 mesa 4 sillas
Comedor Brisas del Mar	Malecón	6 mesas 36 sillas
Comedor Don Guacho	Malecón	2 mesas 8 sillas
Comedor y Piqueos Pamelita	Malecón	3 mesas 9 sillas
Comedor Don Manuel el Manaba	Malecón	4 mesas 20 sillas
Comedor María	Malecón	4 mesas 16 sillas
Comedor Aquí es Don Freddy	Malecón	4 mesas 20 sillas
Comedor Juanita	Malecón	3 mesas 9 sillas
Comedor Don Verano	Malecón	4 mesas 16 sillas
Comedor Susy	Malecón	5 mesas 20 sillas
Comedor Marujita	Malecón	4 mesas 12 sillas
Comedor Rosa de Sharon	Malecón	4 mesas 16 sillas
Comedor Samantha	Malecón	4 mesas 20 sillas
Comedor Jessica	Malecón	3 mesas 15 sillas
Comedor Marisquería y Cevichería	Malecón	4 mesas 15 sillas
Comedor Tatita	Malecón	4 mesas 20 sillas
Comedor Buen Diente	Malecón	3 mesas 12 sillas

Comedor Inés	Malecón	4 mesas 16 sillas

Nota: E*sta tabla corresponde al catastro de establecimientos del malecón, proporcionado por el GAD Municipal del Cantón Playas.*

El inventario evidencia una alta densidad de establecimientos dedicados a la oferta gastronómica, concentrados principalmente en el malecón del cantón la mayoría de estos locales son de carácter familiar y artesanal, y ofertan una variada carta de platos típicos como encebollado, ceviche, picante de pescado, corvina frita y cangrejo criollo. Esta información constituye una base fundamental para comprender la estructura de la oferta gastronómica del destino.

Análisis sociodemográfico de los turistas

Los datos sociodemográficos de los participantes constituyen algo fundamental para comprender el perfil de los turistas y propietarios de los establecimientos gastronómicos que interactúa en el malecón del cantón Playas este análisis no solo permite contextualizar los hallazgos, sino que también brinda elementos para diseñar estrategias de promoción y mejorar la oferta turística ajustadas a las recomendaciones y preferencias de los turistas. A continuación se presenta la primera tabla de los datos descriptivos sociodemográficos:

Tabla 3 Aspectos sociodemográficos de los turistas en el malecón del Cantón Playas

Variable	Categoría	Frecuencia	%
Género	Masculino	179	46.6
	Femenino	205	53.4
Edad	18-25	86	22.3
	26-35	186	48.3
	36-45	42	10.9
	46-55	61	15.8
	<56	10	2.6

Ocupación	Estudiante	56	14.5
	Empleado	229	59.5
	Dedicado a quehacer domésticos	55	14.3
	Comerciante	45	11.7
Promedio de gastos turistico	5-10	10	2.6
	15-25	49	12.7
	30-45	85	22.1
	> 50	172	44.7
	No gasta	69	17.9
Estado Civil	Soltero	275	71.4
	Casado	76	19.7
	Unión Libre	34	8.8
Frecuencia de visita	Primera vez	14	3.6
	Dos veces	48	12.5
	Tres a cuatro veces	198	51.4
	Cinco veces o mas	125	32.5

Nota: *La tabla muestra el perfil sociodemográfico de los 384 encuestados (342 turistas y 42 propietarios de establecimientos).*

Al analizar los datos sociodemográficos, se revela que el perfil del turista que visita el malecón del Cantón Playas es principalmente femenino con el 53.4% adulto joven 48.3% en el rango de 26-35 años de edad, y la ocupación de empleado que obtiene el 59.5% con un alto nivel de gasto 44.7 % gasta más de $50 al día. El comportamiento es, fundamentalmente, recurrente, ya que un significativo 51.4 % ha visitado Playas entre tres y cuatro veces.

Estos datos proporcionados dan un contexto demográfico sólido para comprender las motivaciones, percepciones y comportamientos que se analizan en las secciones subsiguientes, ya que las preferencias en experiencias gastronómicas suelen estar muy ligadas a variables como la edad, el poder adquisitivo y el nivel de familiaridad con el destino; su análisis ofrece información valiosa para los actores del sector turístico, ya que permite orientar innovación y mejora de los servicios gastronómicos

Tabla 4 Prueba de Chi-cuadrado entre Edad y Género

Características	*Masculino* (n= 179)	*Femenino* (n= 205)	Estadística
Edad			x^2=9.45, gl=4, p = 0.051
18-25 años	39	47	
26-35 años	77	108	
36-45 años	20	22	
46-55 años	39	22	
56 o mas	4	6	

Nota: *Análisis de contingencia mediante la prueba de chi cuadrado* (p > 0.05*).*

Para establecer si existe o no una asociación significativa entre las variables sociodemográficas edad y género de los turistas y propietarios de los establecimientos encuestados en el malecón del cantón Playas, se llevó a cabo una prueba de Chi-cuadrado de independencia con una muestra de 384 encuestados los resultados mostraron la distribución entre los rangos de edad y los géneros registrados no presenta diferencias estadísticamente significativas, chi^2(4) = 9.45,p = .051. Al ser el valor de *p* superior al umbral estándar de significancia (Alpha = .05), se asume la independencia de los factores, lo que demuestra que la estructura por edades de la muestra se comporta de manera homogénea y similar tanto en hombres como en mujeres.

Tabla 5 Prueba de Chi-cuadrado entre nivel de gasto y género

Características	*Masculino* (n= 179)	*Femenino* (n= 205)	Estadística
Nivel de gasto			x^2=9.38,gl=4,p=0.052
5-10 al día	5	5	
15-25 al día	20	29	
30-45 al día	45	38	
50 o más al día	85	87	
No gasta	22	46	

Nota*: Tabla de asociación estadísticamente significativa entre el nivel de gasto y el género de los encuestados (p > 0.05).*

Al analizar si el género influye en el presupuesto diario de los encuestados. Los datos indicaron que no existe una asociación estadísticamente significativa entre ambas variables, chi^2(4) = 9.38,p = .052. Aunque se ven ciertas diferencias descriptivas en algunas categorías como en el grupo de "No gasta", donde las mujeres duplicaron a los hombres , o en el segmento de mayor consumo de "50 o más al día" 85 hombres y 87 mujeres, la distribución general del nivel de gasto se comporta de manera independiente al género de los comensales y turistas evaluados.

Tabla 6 Prueba de Chi-cuadrado entre frecuencia de visita y género

Características	*Masculino* (n=179)	*Femenino* (n= 205)	Estadísticas
Visita la Playa			x^2=671, gl=3, p = 0.82
Primera vez	8	6	
Dos veces	17	30	
Tres a cuatro veces	103	95	
Cinco veces o mas	51	74	

***Nota**: Análisis de la concurrencia al Cantón Playas diferenciada por género*

Para saber si la frecuencia de cuantas veces visita el Cantón Playas se encuentra

supeditada al género de los turistas, se ejecutó un análisis de tablas de contingencia Los hallazgos de la muestra revelaron que no existe una asociación significativa entre el género de los encuestado y la frecuencia los que visitan el cantón, $x^2(3) = 6.71, p = .082$. La distribución interna de las frecuencias observadas denota un comportamiento homogéneo entre ambos géneros.

Análisis factorial exploratorio

Para entender la estructura las dimensiones clave que definen la gastronomía como un atractivo turístico en el malecón del Cantón Playas, se aplicó un Análisis Factorial Exploratorio.

Tabla 7 Cargas factoriales y confiabilidad Variable 1

Factor y asociación entre ítems	**Loading**	**Media**	**SD**	h^2
Variable Independiente				
Factor 1 Platos Tipicos				
Varianza=41.0; autovalor=1.23; α=0.650 ; ω = 0.666				
PT1	0.757	4.50	0.573	0.417
PT2	0.657	4.57	0.560	0.588
PT3	0.442	4.47	0.573	0.770
Factor 2 Identidad Cultural				
Varianza=36,5;autovalor=1.09 ; α=0.618 ; ω=0.624				
IC1	0.771	4.38	0.674	0.429
IC2	0.547	4.16	0.816	0.639
IC3	0.423	4.30	0.635	0.793
Bartlett´s Test	x^2= 350; gl=15; ρ <0.001			
Medidas de idoneidad de muestreo	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Test = 0.665			

Note: Extraction Method: "Residuo minimo "; Rotation: " oblimin"; SD=Standar

Desviación; α = Cronbach's alpha; ω= McDonald’s Omega coeficiente, h^2= Comunalidad

Para evaluar la estructura de la variable independiente y comprender cómo la gastronomía se puede identificar como atractivo turístico en el Malecón del cantón Playas, se realizó un Análisis Factorial Exploratorio. Antes de interpretar cada factor, verificamos que los datos fueran aptos para este tipo de análisis. El índice KMO alcanzó un valor de 0.665, lo cual demuestra una adecuación muestral aceptable. Lo mismo, la prueba de esfericidad de Bartlett resultó altamente significativa, confirmando que existía una correlación suficiente entre las preguntas como para agrupables en dimensiones con sentido.

Los resultados obtenidos revelaron que la oferta gastronómica percibida en el Cantón se divide en dos dimensiones principales, las cuales logran explicar de forma conjunta un sobresaliente 77.5 de la varianza total el primer factor son los Platos Típicos, el cual representa la mayor fuerza del constructo al explicar por sí solo el 41.0 de la varianza. Las preguntas de este bloque mostraron pesos factoriales sólidos y puntuaciones promedio muy altas, cercanas al máximo de la escala esto nos indica que la variedad y calidad de los platillos locales son reconocidas de manera muy favorable por los turistas. Además, sus indicadores de confiabilidad arrojaron valores que garantizan la consistencia de las respuestas.

El segundo factor identificado fue Identidad Cultural, aportando un 36.5 adicional a la explicación del fenómeno los reactivos vinculados a este factor también evidenciaron cargas factoriales adecuadas y una alta valoración en sus promedios, reflejando que la gastronomía del Malecón no solo se percibe como comida, sino como un reflejo vivo de la tradición y cultura de la zona sus coeficientes de consistencia interna respaldan la solidez de esta dimensión. Por último, las comunalidades confirmaron que el modelo logra capturar adecuadamente la esencia de cada pregunta, validando que tanto los platos típicos como la identidad cultural son los pilares fundamentales que posicionan a la gastronomía como un atractivo turístico clave en el cantón Playas.

Tabla 8 Cargas factoriales y confiabilidad Variable 2

Factor y asociación entre ítems	Cargas	Media	SD	h^2
Variable Dependiente				
Factor 1 Recurso Turístico Gastronómico				
Varianza= 20.9; autovalor=1.25; α=0.647; ω=0.651				
AT1	0.613	4.47	0.612	0.609
AT2	0.585	4.49	0.604	0.640
T1	0.527	4.49	0.650	0.720
AN	0.496	4.51	0.596	0.753
Factor 2 Calidad turística				
Variance=18.05;autovalor=1.11;α=0.651; ω=0.652				
I2	0.678	4.54	0.581	0.624
T2	0.529	4.52	0.608	0.604
I4	0.505	4.53	0.568	0.578
Bartlett´s Test	x^2= 564; gl=21; ρ <0.001			
Medidas de idoneidad de muestreo	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Test = 823			

Note: Extraction Method: "Residuo minimo "; Rotation: " oblimin"; SD=Standar Desviación; α = Cronbach's alpha; ω= McDonald's Omega coeficiente, h^2= Comunalidad

Para determinar la validez de constructo de la variable dependiente vinculada a la gastronomía como atractivo turístico en el malecón del cantón Playas, se aplicó un Análisis Factorial Exploratorio mediante el software Jamovi. En primer lugar, la idoneidad de los datos fue verificada mediante la prueba de esfericidad de Bartlett x^2 = 564; gl = 21; $\rho < 0.001$, la cual resultó estadísticamente significativa e indicó una adecuada intercorrelación entre los reactivos para proceder con la extracción de factores.

El análisis agrupó la variable en dos dimensiones principales que explican de manera conjunta el 38.95% de la varianza total acumulada.

El primer factor, denominado Recurso Turístico Gastronómico, explicó el 20.9% de la varianza autovalor = 1.25 y agrupó los indicadores AT1, AT2, T1 y AN, con cargas factoriales comprendidas entre 0.496 y 0.613 y comunalidades h^2 entre 0.609 y 0.753. Este factor mostró una confiabilidad aceptable, alcanzando un α = 0.647 y un ω = 0.651, además de valoraciones muy favorables por parte de los encuestados, situando sus medias entre 4.47 y 4.51 (sd entre 0.596 y 0.650). Por su parte, el segundo factor, identificado como Calidad Turística, explicó el 18.05% de la varianza autovalor = 1.11 integrando los ítems I2, T2 e I4, cuyas cargas factoriales oscilaron entre 0.505 y 0.678, con comunalidades entre 0.578 y 0.624. Esta dimensión presentó una consistencia interna satisfactoria α = 0.651;ω= 0.652 y promedios elevados entre 4.52 y 4.54 sd entre 0.568 y 0.608, demostrando la relevancia de la calidad percibida en la experiencia gastronómica del cantón.

Regresión lineal

Para determinar en qué medida la gastronomía influye como atractivo turístico en el malecón del Cantón Playas, se planteó un modelo de regresión lineal múltiple. Como variable independiente se consideró a la gastronomía, medida a través de los factores platos típicos e identidad cultural; mientras que como variable dependiente se estableció el atractivo turístico, evaluado mediante los factores recurso turístico gastronómico y calidad turística. Los resultados obtenidos se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 9 Modelo de regresión lineal de la variable independiente y dependiente.

Modelo	**F**	**R2** **ΔR2**	***t-valué***	**Standard Error**	***B***	***P***
Variable		0.302				
Independiente	164	0.300				<.001
Gastronomía						

Variable Dependiente Atractivo Turístico	2.8	0.0420	0.550	<.001

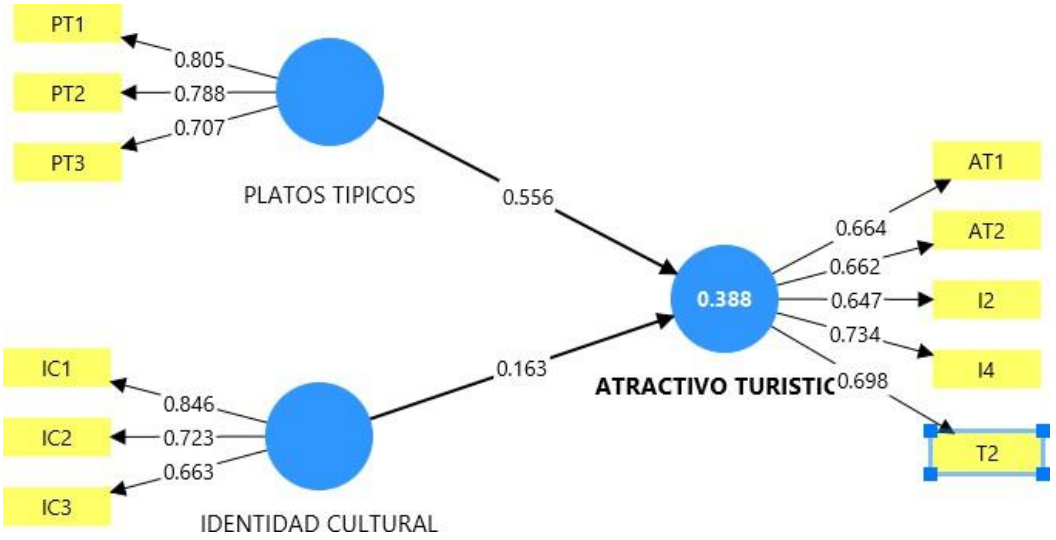
Note: T= Tolerancia; VIF= Factor de inflación de la varianza; Durbin-Watson: **1.81**; valores significativos en negrita

Se aplicó un Análisis de Regresión Lineal los resultados obtenidos proporcionan evidencia sólida sobre la relación causa-efecto entre ambas variables.

La evaluación de ajuste del modelo demostró que la gastronomía posee una capacidad significativa sobre la variable dependiente. El coeficiente de determinación reportó un R^2 = 0.302 con un $R^{2\ ajustado}$= 0.300.esto establece que el 30.2% en la apreciación del Malecón de Playas como un atractivo turístico de valor es explicado de manera directa por la experiencia gastronómica que ofrece el cantón a los turistas.

La estadística global del modelo quedó ratificada mediante la prueba ANOVA, dando un resultado un estadístico F = 164 $p < .001$ que confirma que el modelo ajustado es altamente confiable y que la variable independiente aporta de forma fundamental en la predicción del atractivo global del destino.

Al analizar los coeficientes específicos de la ecuación de regresión lineal, la gastronomía presentó un coeficiente estandarizado β= 0.550 acompañado de un error estándar = 0.0420, un valor del estadístico t= 12.8 y un nivel de significancia $p < .001$. La magnitud positiva de este coeficiente evidencia que existe una dependencia directamente proporcional entre las variables: a medida que se fortalece la calidad, la variedad y la identidad cultural de la oferta gastronómica en el Malecón, del cantón Playas la percepción turística se incrementa de manera notable.



Nota: Diagrama del modelo estructural en SmartPLS4

En la figura se observa el diagrama del modelo de ecuaciones estructurales ejecutado en SmartPLS 4. Los resultados indican que el indicador platos típicos es el principal determinante del Atractivo Turístico β= 0.556, seguida por la Identidad Cultural β= 0.163. En conjunto, ambos factores logran explicar un 38.8% de la varianza del constructo la mayoría de las cargas factoriales de los indicadores superan el límite aceptado de 0.70.

SEM modelo de ecuaciones estructurales

En el modelo de ecuaciones las relaciones estructurales, por eso se evalúa la calidad del modelo de medida, es decir, verificar que los indicadores que sean utilizados para medir cada constructo latente que sean fiables y válidos.

Tabla 10 Modelo de Medidas (Cargas externas del análisis PLS-SEM)

	CARGAS EXTRENAS
PLATOS TIPICOS →PT1	0.805
PLATOS TIPICOS →PT2	0.788
PLATOS TIPICOS→PT3	0.707

IDENTIDAD CULTURAL →IC1	0.846
IDENTIDAD CULTURAL →IC2	0.723
IDENTIDAD CULTURAL →IC3	0.663
ATRACTIVO TURISTICO →AT1	0.664
ATRACTIVO TURISTICO →AT2	0.662
ATRACTIVO TURISTICO→T2	0.698
ATRACTIVO TURISTICO→I2	0.647
ATRACTIVO TURISTICO→I4	0.734

Nota: *Matriz de cargas del modelo de medición procesado en SmartPLS4*

Para la contrastación de las hipótesis mediante la técnica de Modelos de Ecuaciones Estructurales (SEM), se procedió en primer lugar a la evaluación del Modelo de Medidas, cuyo objetivo es verificar la validez convergente a nivel de indicador mediante la inspección de las cargas factoriales externas.

De acuerdo con las recomendaciones metodológicas de ecuaciones estructurales, cargas factoriales superiores a 0.708 reflejan una calidad metrológica óptima, en tanto que valores situados en el rango de 0.60 a 0.70 resultan plenamente admisibles cuando contribuyen al contenido sustantivo del constructo y no afectan negativamente la validez convergente general.

En la dimensión Platos Típicos, los tres reactivos mostraron pesos factoriales sobresalientes: PT1 = 0.805, PT2 = 0.788 y PT3 = 0.707 se evidencian que las manifestaciones asociadas a la preparación y variedad culinaria tradicional poseen una elevada fuerza explicativa sobre la dimensión gastronómica de la investigación.

Lo que respecta a la dimensión Identidad Cultural, se registraron cargas sólidas en IC1 = 0.846 e IC2 = 0.723, acompañadas por IC3 = 0.663 estos indicadores ratifican que la gastronomía local constituye un componente integrado y bien representado en la estructura reflexiva del modelo.

La variable dependiente Atractivo Turístico, las cargas factoriales oscilaron entre 0.647 e 0.734 resalta el indicador I4 como la manifestación de mayor peso dentro del constructo, seguido por T2 = 0.698, AT1= 0.664, AT2= 0.662 e I2 = 0.647.

En conjunto, el comportamiento de las cargas externas confirma que todos los reactivos observados aportan significativamente a la medición de sus respectivas variables, sustentando de forma adecuada la validez de medida previa a la interpretación del modelo estructural de relaciones causa-efecto en el Malecón del cantón Playas.

Validación y Revalidación de constructo

Esta tabla presenta las siguientes métricas de evaluación del modelo de medida: Alfa de Cronbach, Fiabilidad Compuesta (rho_a y rho_c) y la Varianza Extraída Promedio . Estas estadísticas evalúan la consistencia interna, la confiabilidad compuesta y la validez convergente de cada factor. A continuación se presenta la siguiente tabla:

Tabla 11 Validación y fiabilidad de los constructos analizados.

	Alfa de Cronbach	Confiabilidad compuesta (rho_a)	Confiabilidad compuesta (rho_c)	Varianza extraída media (AVE)
Platos Típicos	0.650	0.654	0.811	0.590
Identidad Cultural	0.617	0.670	0.790	0.560
Atractivo Turístico	0.711	0.715	0.812	0.464

Nota: *Indicadores de consistencia interna y validez convergente del modelo.*

Como paso fundamental dentro del Modelo de Medidas en PLS-SEM4, se procedió a verificar la fiabilidad de consistencia interna y la validez convergente de los tres constructos analizados.

Respecto a la confiabilidad del instrumento, aunque los valores del Alfa de Cronbach para platos típicos ω= 0.650 e identidad cultural ω = 0.617 se ubicaron en un rango moderado la evaluación de la confiabilidad compuesta rho_c dio valores altamente satisfactorios al superar en todos los casos el umbral teórico estipulado de 0.70, se garantizó la solidez e Inter correlación interna de los indicadores de la investigación.

Resultado del Modelo Estructural

Una vez confirmada la calidad del modelo de medida, se procedió a evaluar el modelo estructural, se examinó las relaciones causales entre los constructos latentes. El análisis se centra en los coeficientes de trayectoria (β), sus niveles de significancia (p-values) y los estadísticos t, obtenidos mediante la técnica de *Bootstrap* con 5000 submuestras. Los resultados se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 12Coeficientes de trayectoria del Modelo Estructural (PLS-SEM)

	Muestra original (O)	Media muestral (M)	Desviación estándar (DE)	Estadístico T (|O/STDEV|)	Valores p
Platos Típicos→Atractivo Turístico	0,556	0.556	0.044	12.631	0.000
Identidad Cultural→Atractivo Turístico	0.163	0.166	0.041	4.033	0.000

Nota: Estimación realizada mediante procedimiento de bootstrapping

Se confirma que la gastronomía influye de manera directa, positiva y estadísticamente significativa sobre el atractivo turístico del Malecón en el cantón Playas$p < 0.001$.

Dentro de esta relación, la dimensión de los Platos Típicos se posiciona como el factor determinante y de mayor impacto β= 0.556 T= 12.63, demostrando que la variedad, calidad y sabor de la comida local constituyen el pilar principal para atraer a los visitantes. Por su parte, la Identidad Cultural actúa como un componente complementario y también

significativo β= 0.163, T = 4.033, lo que evidencia que la tradición y el patrimonio culinario enriquecen la experiencia del turista. En conclusión ambas hipótesis, validan que tanto la oferta de platillos típicos como el valor cultural de la zona son motores estratégicos para el posicionamiento turístico del sector.

Tabla 13 Contrastación de hipótesis del modelo estructural

Hipótesis	(β)	Estadístico T	Valores P	Observación
H1:Platos Típicos→Atractivo Turístico	0.556	12.631	0.000	**Yes**
H2:Identidad Cultural→Atractivo Turístico	0.163	4.033	0.000	**Yes**

***Nota**: Evaluación formal de las hipótesis a un nivel de significancia de $p < 0.05$*

Para evaluar el modelo estructural y comprobar las hipótesis formuladas en el estudio, se examinaron los coeficientes de los hallazgos confirman la validez empírica de las dos hipótesis planteadas.

En primer lugar, se aceptó la primera hipótesis H1: Platos Típicos →Atractivo Turístico al registrar un coeficiente estandarizado de β= 0.556, acompañado de un estadístico T = 12.631 y un valor de p = 0.000 p < 0.001. Este resultado evidencia que la oferta gastronómica representa el factor con mayor peso explicativo y fuerza de impacto sobre la variable dependiente, posicionando a la sazón, variedad y calidad de los platillos locales como la razón fundamental por la cual los turistas acuden y valoran el Malecón del cantón Playas.

En segundo lugar, se la segunda hipótesis H2: Identidad Cultural →Atractivo Turístico con un coeficiente de β= 0.163, un estadístico T = 4.033 y un nivel de significancia p = 0.000 p < 0.001. Aunque su magnitud de impacto es menor en comparación con el consumo directo de alimentos, se demuestra que la dimensión cultural y patrimonial de la gastronomía actúa como un componente complementario esencial que enriquece la percepción global del destino.

En síntesis, la comprobación de ambas hipótesis ratifica que la gastronomía articulada desde sus platillos representativos y su identidad cultural constituye un motor estratégico primordial para el desarrollo y consolidación del turismo en el Malecón de Playas.

Análisis descriptivo de la encuesta realizada a Propietarios de establecimientos del Malecón y Turistas

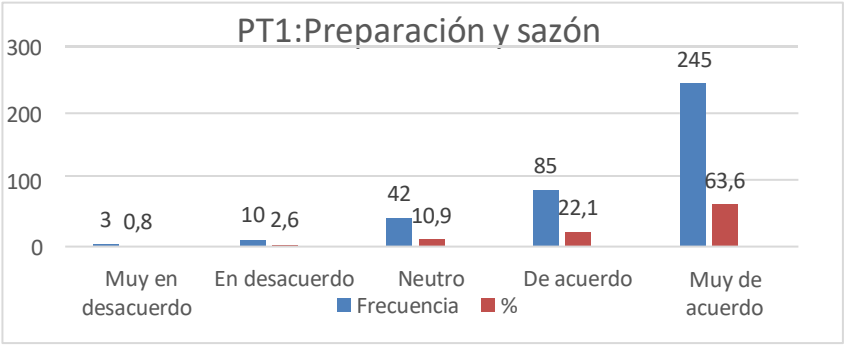
Variable independiente Gastronómica

Dimensión: Platos típicos

Tabla 14 Distribución de frecuencias para el item PT1 (Preparación y sazón culinaria)

PT1.Los platos ofrecidos en el malecón presentan una excelente preparación, sazón y cuidado en su arte culinario.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	O.8%
En desacuerdo	10	2.6%
Neutro	42	10.9%
De acuerdo	85	22.1%
Muy de acuerdo	245	63.6%

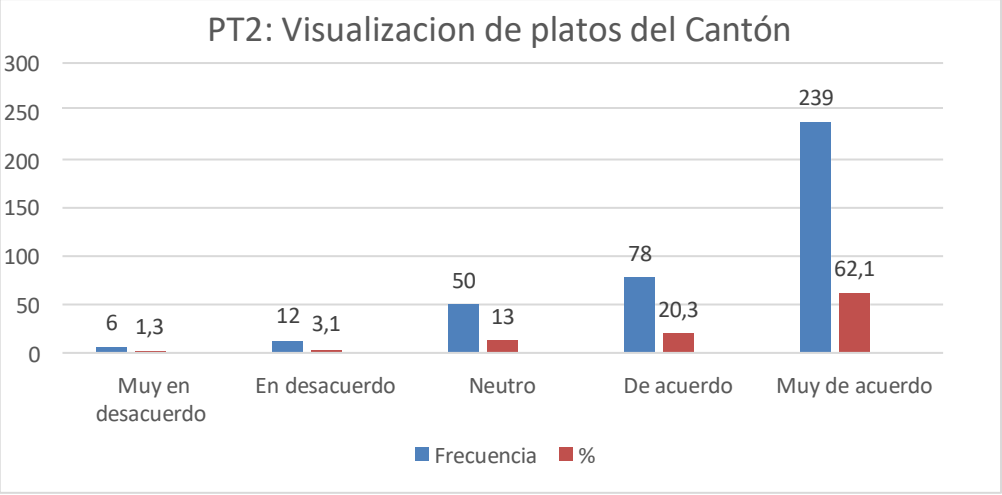


En esta primera pregunta la preparación y sazón culinaria obtiene un resultado del 63.6% de los encuestados en "Muy de acuerdo". Se evidencia que los turistas reconocen y valoran altamente la autenticidad en la ejecución de las recetas tradicionales. La sazón, entendida como el arte de combinar ingredientes y condimentos para lograr un sabor distintivo, constituye un elemento fundamental de la identidad gastronómica del cantón.

Tabla 15.Distribución de frecuencias para el item PT2 (Presentación visual de los platos)

PT2:La presentación visual de los platos que se sirven en esta zona es atractiva y estimula los sentidos de los comensales.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	6	1.6%
En desacuerdo	12	3.1%
Neutro	50	13.0%
De acuerdo	78	20.3%
Muy de acuerdo	239	62.1%



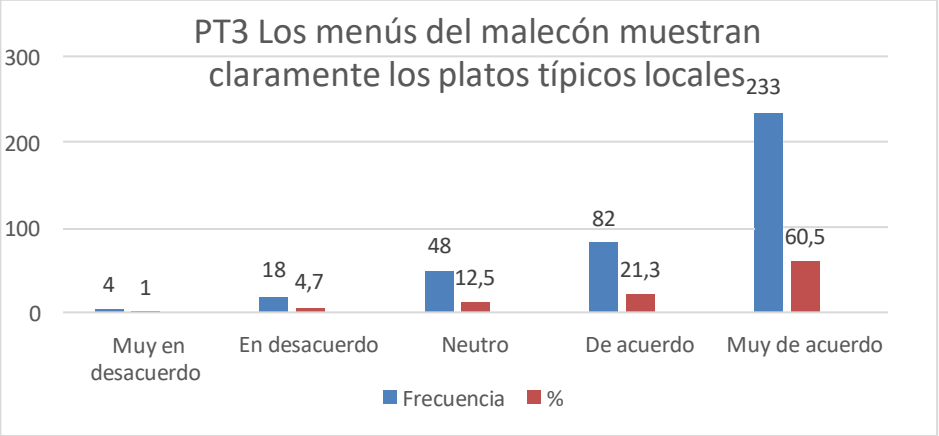
Nota: *Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

La presentación visual de los platos es muy significativa 62.1%Muy de acuerdo. Este aspecto es fundamental en la experiencia gastronómica, donde el componente estético juega un papel clave en la satisfacción del turista la alta puntuación sugiere que los establecimientos del malecón han comprendido la importancia de la puesta en escena culinaria como parte del valor agregado.

Tabla 16 Distribución de frecuencias para el item PT3 (Claridad de los menús típicos)

PT3: Los menús del malecón ofrecen de manera clara y accesible los platos típicos principales como el ceviche, encebollado, cazuela, arroz marinero entre otros.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	1.0%
En desacuerdo	18	4.7%
Neutro	48	12.5%
De acuerdo	82	21.3%
Muy de acuerdo	233	60.5%



***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

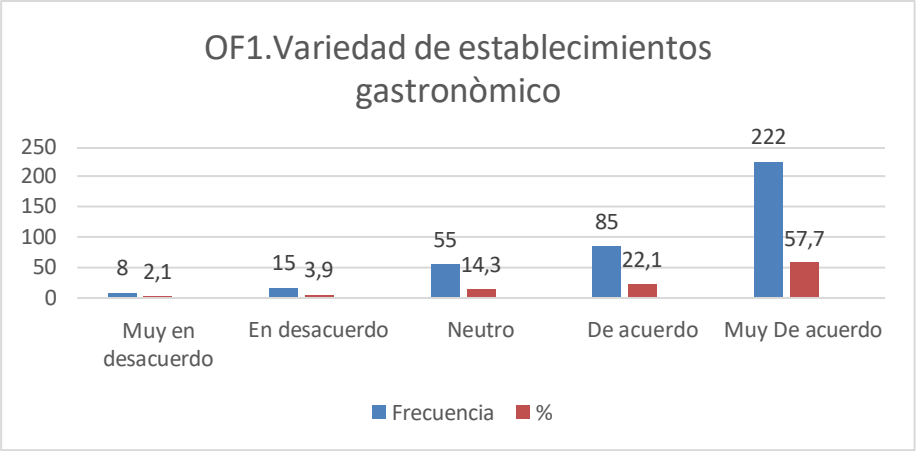
El 60.5% de respuestas en "Muy de acuerdo", esta pregunta refleja que los turistas perciben una oferta clara, organizada y accesible. La facilidad para identificar y elegir platos típicos llama la atención al turista y mejora la experiencia general. Este resultado sugiere que los menús están bien diseñados y que existe una efectiva comunicación de la identidad culinaria local.

Oferta Gastronómica

Tabla 17 Distribución de frecuencias para el item OF1 (Variedad de establecimientos)

OF1:La variedad de establecimientos gastronómicos (restaurantes, comedores, cabañas) en el malecón de Playas es lo suficientemente amplia y diversa.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	8	2.1%
En desacuerdo	15	3.9%
Neutro	55	14.3%
De acuerdo	85	22.1%
Muy de acuerdo	222	57.7%



Nota: *Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

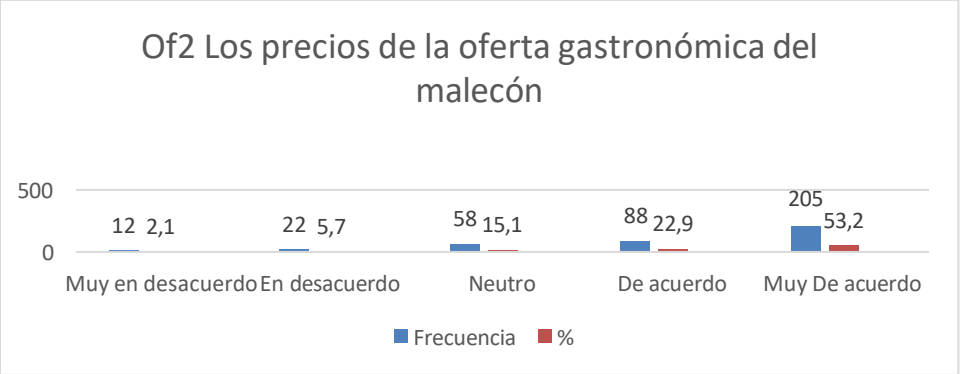
La variedad de establecimientos gastronómicos en el malecón es valorada positivamente por los encuestados, más de la mitad (57.7%) manifiesta estar "Muy de acuerdo" con la oferta de restaurantes, comedores y cabañas lo cual constituye una fortaleza para el posicionamiento del destino. Sin embargo, el 14.3% se mantiene neutral y el 6.0% manifiesta desacuerdo, ya que son espacios muy reducidos y les resulta un poco incomodo.

Tabla 18 Distribución de frecuencias para el item OF2 (Relación precio-calidad)

OF2: Los precios de la oferta gastronómica del malecón son justos y accesibles en relación con la calidad del servicio recibido.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	12	3.1%
En desacuerdo	22	5.7%
Neutro	58	15.1%
De acuerdo	88	22.9%

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	205	53.2%



Nota: *Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

Aunque el 53.2% está Muy de acuerdo en que los precios son justos y accesibles, un 8.8% de los encuestados se encuentra en desacuerdo 5.7% en desacuerdo y 3.1% muy en desacuerdo, y el 15.1% se mantiene neutral. Esto significa que existe un segmento de turistas que percibe los precios como elevados en relación con la calidad del servicio recibido. La variabilidad en la percepción podría estar asociada a diferencias en los establecimientos visitados o en las expectativas previas de los turistas.

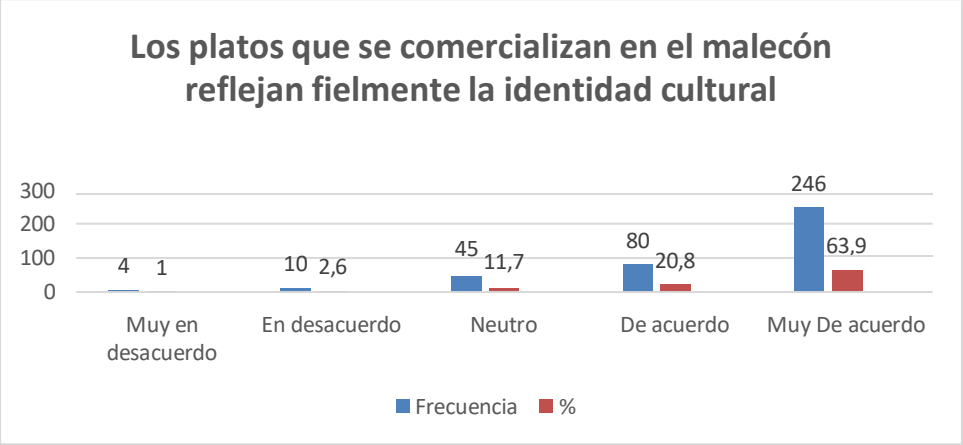
Identidad Cultural

Tabla 19 Distribución de frecuencias para el item IC1 (Reflejo de la identidad costera)

IC1:Los platos que se comercializan en el malecón reflejan fielmente la identidad, las costumbres y la cultura costera del cantón Playas.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	1.0%
En desacuerdo	10	2.6%

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Neutro	45	11.7%
De acuerdo	80	20.8%
Muy de acuerdo	246	63.9%



Nota: *Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

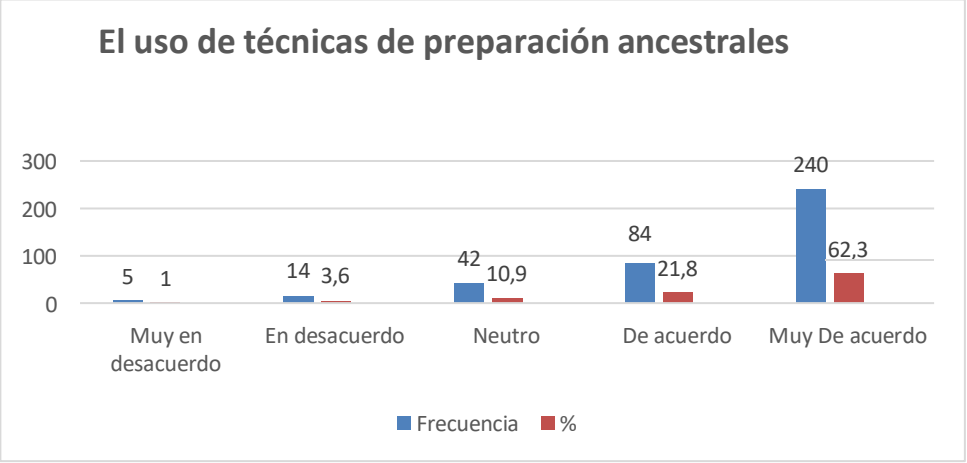
Esta pregunta refleja el papel que cumple la identidad cultural el 63.9% de los encuestados está "Muy de acuerdo", lo que indica que los turistas perciben que los platos que se ofertan en el malecón no son solo alimentos, sino expresiones auténticas de la historia, las tradiciones y el territorio costero del cantón Playas.

Tabla 20Distribución de frecuencias para el item IC2 (Técnicas de preparación ancestrales)

IC2:En la elaboración de la comida del malecón se percibe el uso de técnicas de preparación ancestrales y artesanales transmitidas de generación en generación.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	5	1.3%

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	14	3.6%
Neutro	42	10.9%
De acuerdo	84	21.8%
Muy de acuerdo	240	62.3%



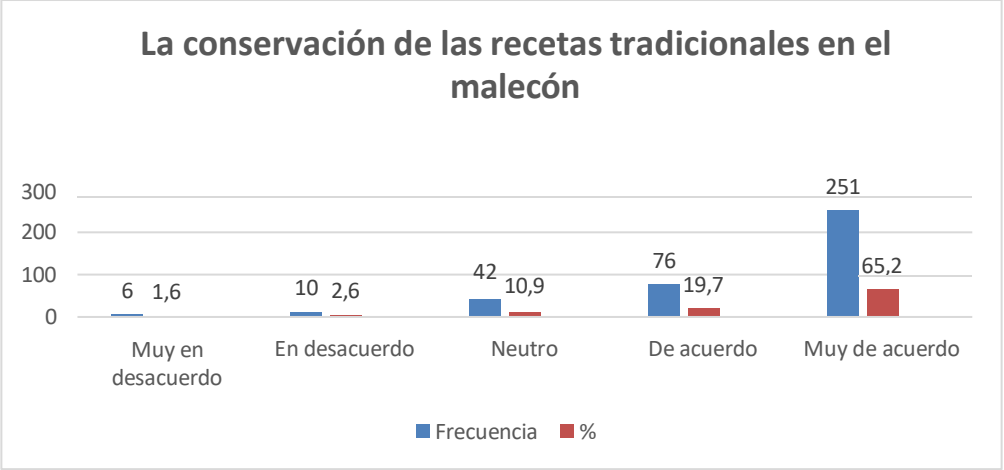
Nota: *Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

La percepción sobre el uso de técnicas de preparación ancestrales y artesanales es **m**uy positiva. El 62.3% de los encuestados está Muy de acuerdo, lo que evidencia que los turistas reconocen y valoran la tradición culinaria presente en la elaboración de los platos del malecón.

Tabla 21 Distribución de frecuencias para el ítem IC3 (Conservación del patrimonio gastronómico)

IC3:La conservación de las recetas tradicionales en el malecón ayuda a preservar y proteger el patrimonio cultural gastronómico del cantón.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	6	1.6%
En desacuerdo	10	2.6%
Neutro	42	10.9%
De acuerdo	76	19.7%
Muy de acuerdo	251	65.2%



Nota: *Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

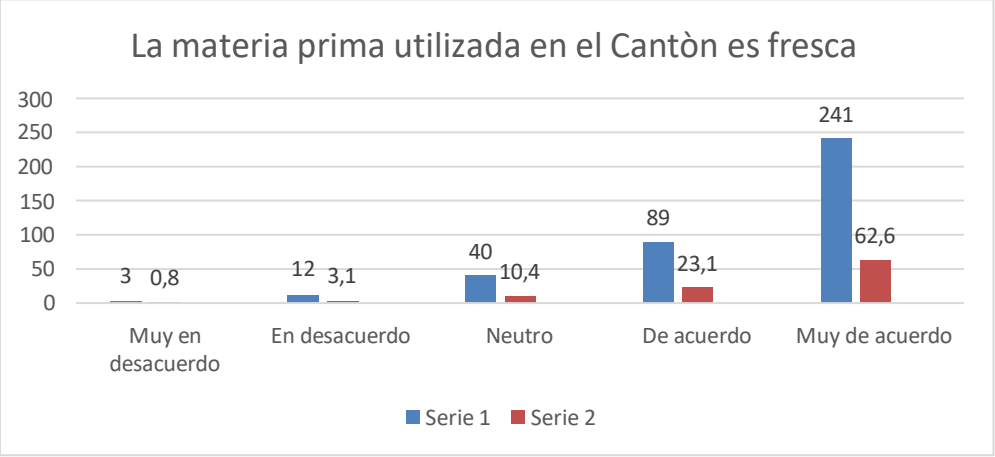
La conservación de las recetas del cantón playas son muy importante por eso los turistas con el 65.2% de respuestas. Muy de acuerdo, se confirma que perciben que la conservación en la protección del patrimonio cultural gastronómico del cantón Playas.

Ingredientes locales

Tabla 22 Distribución de frecuencias para el item IL1 (Frescura y calidad de los mariscos/insumos)

IL1:Los mariscos, pescados y materias primas utilizados en las preparaciones culinarias son frescos y de óptima calidad.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	0.8%
En desacuerdo	12	3.1%
Neutro	40	10.4%
De acuerdo	89	23.1%
Muy de acuerdo	241	62.6%



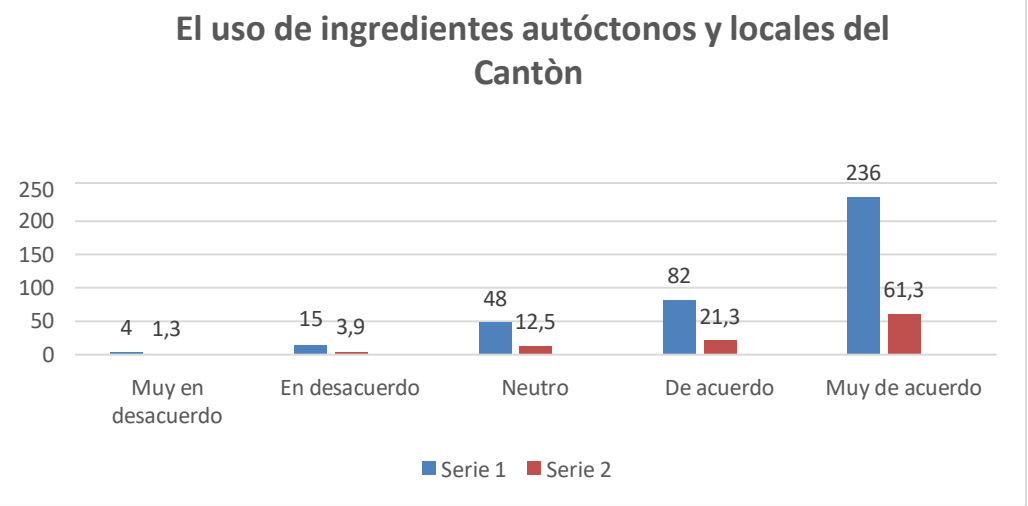
***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

La frescura y calidad de los ingredientes utilizados en las preparaciones culinarias del malecón El 62.6% de los encuestados está Muy de acuerdo, lo que indica que los mariscos, pescados y materias primas son de óptima calidad. Este aspecto es fundamental porque la frescura de los insumos no solo afecta el sabor y la textura de los platos, sino también la percepción de autenticidad y la confianza en la salubridad de los alimentos.

Tabla 23 Distribución de frecuencias para el ítem IL2 (Uso de ingredientes autóctonos como diferenciador)

IL2: El uso de ingredientes autóctonos y locales de la zona aporta un sabor único y característico que diferencia a Playas de otros balnearios.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	1.0%
En desacuerdo	15	3.9%
Neutro	48	12.5%
De acuerdo	82	21.3%
Muy de acuerdo	236	61.3%



***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

El uso de ingredientes autóctonos y locales le da un sabor único y característico que diferencia a Playas de otros balnearios. El 61.3% respondió estar Muy de acuerdo el

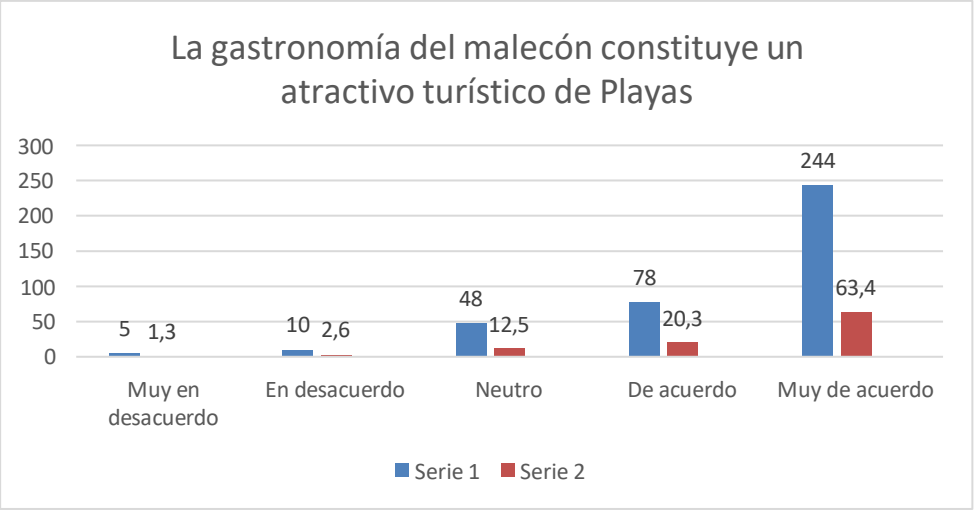
sabor, el uso de especies locales, productos del mar frescos y técnicas de preparación tradicionales, se convierte en un elemento memorable que los turistas asocian directamente con el destino

Variable dependiente Atractivo Turístico

Tabla 24 Distribución de frecuencias para el ítem AT1 (Gastronomía como atractivo principal)

AT1: La gastronomía del malecón posee un valor tan importante que funciona por sí misma como un atractivo turístico principal del cantón Playas.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	5	1.3%
En desacuerdo	10	2.6%
Neutro	48	12.5%
De acuerdo	78	20.3%
Muy de acuerdo	244	63.4%



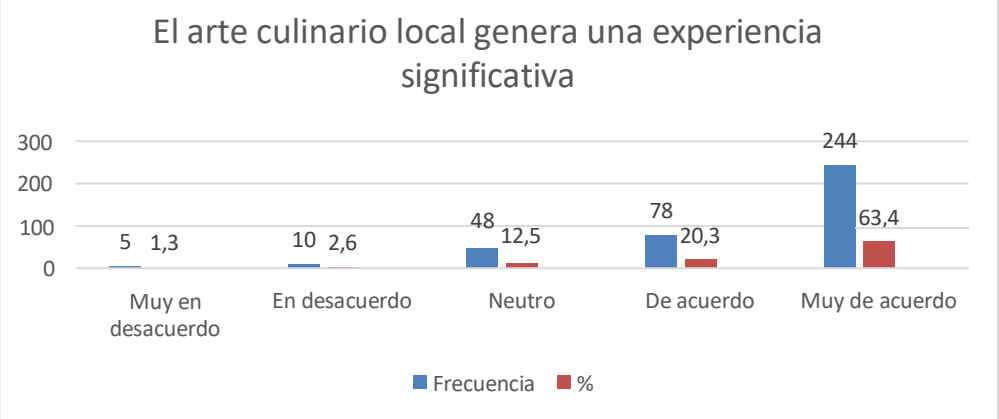
***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

El 63.4% estuvo muy de acuerdo con la hipótesis principal de que la gastronomía del malecón se puede convertir en un atractivo turístico principal del cantón Playas. Este resultado respalda la hipótesis central de la investigación, al evidenciar que la gastronomía puede constituir una estrategia complementaria al turismo de sol y playa tradicional del cantón.

Tabla 25 Distribución de frecuencias para el ítem AT2 (Experiencia culinaria memorable

AT2: El arte culinario local genera una experiencia significativa, inolvidable y auténtica durante la estadía en el destino.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	5	1.3%
En desacuerdo	10	2.6%
Neutro	48	12.5%
De acuerdo	78	20.3%
Muy de acuerdo	244	63.4%



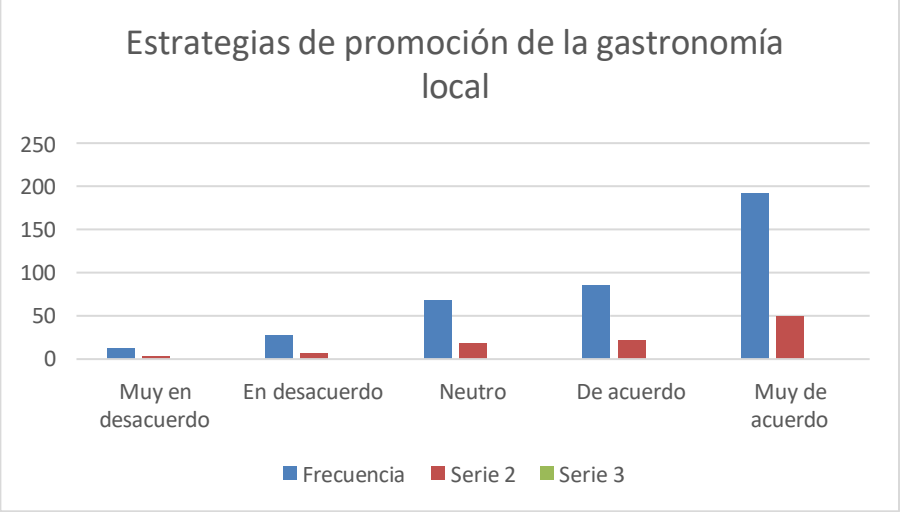
***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

La capacidad de la gastronomía para generar experiencias memorables y auténticas es uno de los atributos mejor valorados el 63.4% de los encuestados respondieron Muy de acuerdo esto indica que los turistas no solo consumen alimentos, sino que viven experiencias emocionales y sensoriales que perduran en el tiempo

Tabla 26 Distribución de frecuencias para el item AT3 (Efectividad de las estrategias de promoción)

AT3: Las estrategias de promoción de la gastronomía local que se realizan son efectivas para atraer a más flujo turístico.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	12	3.1%
En desacuerdo	28	7.3%
Neutro	68	17.7%
De acuerdo	85	22.1%
Muy de acuerdo	192	49.9%



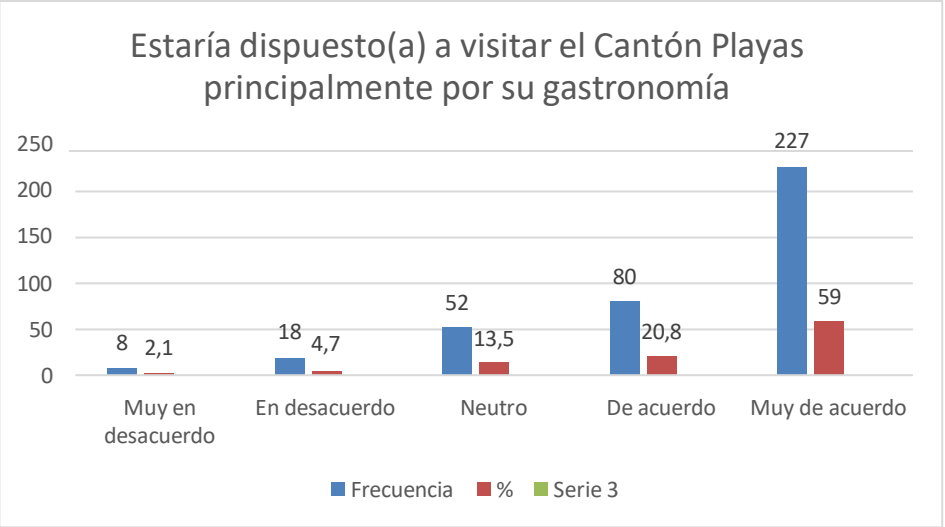
***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

Esta pregunta es la más baja de toda la encuesta lo que constituye una alerta importante para el sector turístico del cantón. Si bien el 49.9% está Muy de acuerdo y el 22.1% De acuerdo, el 17.7% se mantiene neutral, el 7.3% está en desacuerdo y el 3.1% muy en desacuerdo. Este resultado indica que, aunque existe una percepción general positiva sobre la efectividad de las estrategias de promoción, también existe un desacuerdo más que todo por parte de los propietarios de los establecimientos ya que respondieron que hay escasez de estrategias porque no cuentan con canales o paginas digitales que les ayude a promocionar su gastronomía.

Tabla 27 Distribución de frecuencias para el ítem T1 (Motivación principal de viaje)

T1:Estaría dispuesto(a) a visitar el Cantón Playas principalmente por su gastronomía aun si no realizara actividades de playa

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	8	2.1%
En desacuerdo	18	4.7%
Neutro	52	13.5%
De acuerdo	80	20.8%
Muy de acuerdo	227	59.0%



***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

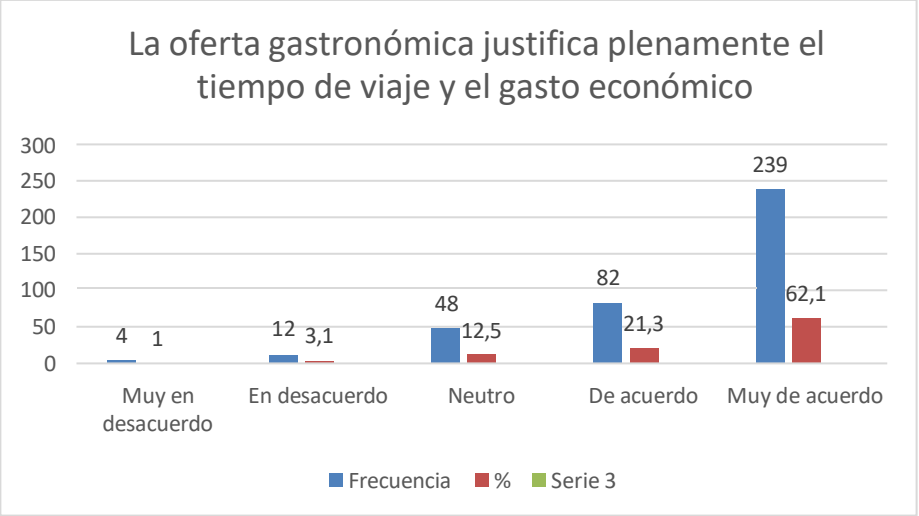
Esta es una información de gran relevancia para el desarrollo turístico del cantón. El 59.0% de los encuestados está Muy de acuerdo y el 20.8%.De acuerdo en que visitarían Playas exclusivamente por su gastronomía, incluso sin realizar actividades de playa. Esto demuestra que la gastronomía tiene la capacidad de generar desplazamientos turísticos autónomos, posicionando a Playas como un potencial destino de turismo gastronómico especializado.

Tabla 28 Distribución de frecuencias para el ítem T2 (Justificación del tiempo y gasto de viaje)

T2: La oferta gastronómica justifica plenamente el tiempo de viaje y el gasto económico que usted realiza en el Cantón

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	1.0%
En desacuerdo	12	3.1%
Neutro	48	12.5%

Escala	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	82	21.3%
Muy de acuerdo	239	62.1%



***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

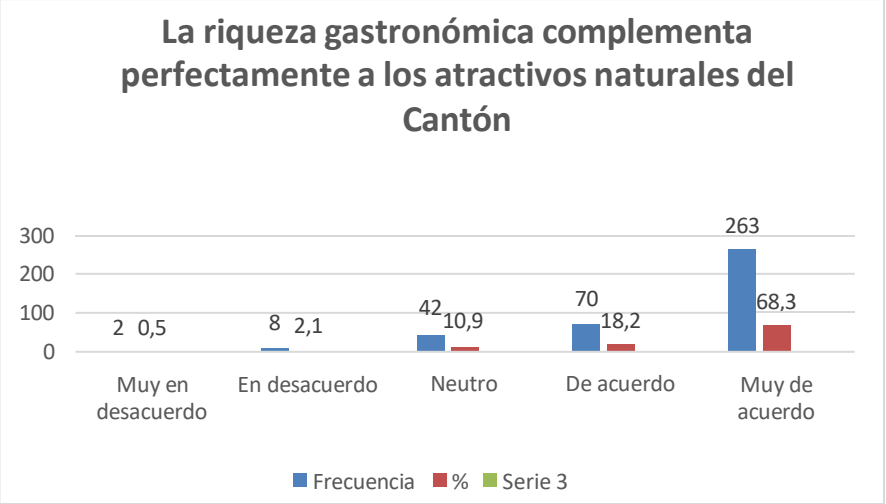
Los turistas consideran que la experiencia gastronómica justifica el tiempo y el dinero invertido en su visita al cantón. El 62.1% de los encuestados está Muy de acuerdo, lo que refleja una percepción de alto valor del producto turístico. Esta pregunta es fundamental porque cuando los turistas sienten que el gasto y el tiempo valen la pena, aumenta la probabilidad de que repitan la visita y recomienden el destino a otras personas.

Atractivos Naturales

Tabla 29 Distribución de frecuencias para el ítem AN (Complementariedad con atractivos naturales)

AN: La riqueza gastronómica complementa perfectamente a los atractivos naturales del cantón, como son la playa y el clima

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	2	0.5%
En desacuerdo	8	2.1%
Neutro	42	10.9%
De acuerdo	70	18.2%
Muy de acuerdo	263	68.3%



***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

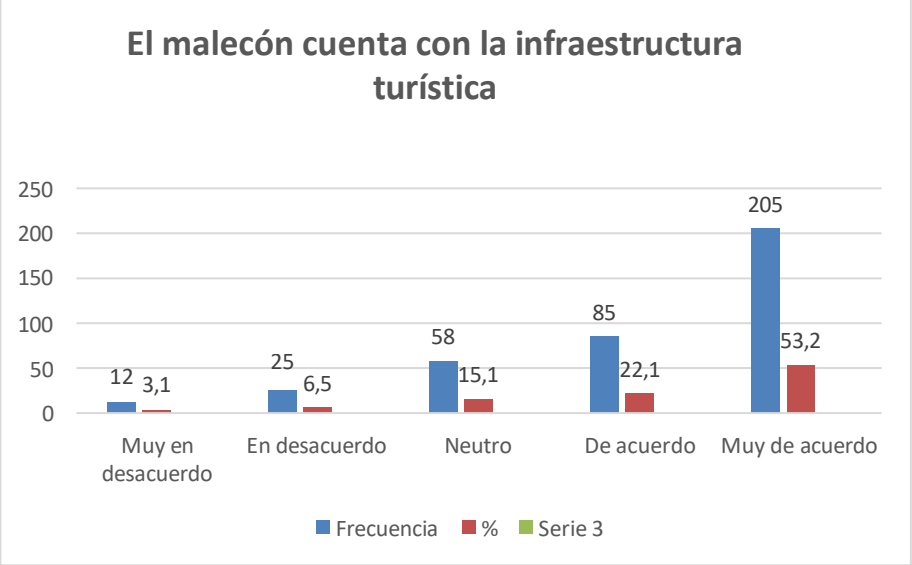
El 68.3% de los encuestados opto por "Muy de acuerdo". Este resultado evidenció que la gastronomía y los atractivos naturales no compiten entre sí, sino que se complementan, generando una experiencia turística integral y sinérgica. Los turistas perciben que el malecón ofrece una combinación perfecta entre el disfrute de la playa y el clima, y la experiencia culinaria, donde cada elemento potencia al otro.

Infraestructura

Tabla 30Distribución de frecuencias para el ítem I1 (Infraestructura física del malecón)

I1: El malecón cuenta con la infraestructura turística (locales físicos, espacios públicos, accesos) adecuada para el expendio y consumo de alimentos.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	12	3.1%
En desacuerdo	25	6.5%
Neutro	58	15.1%
De acuerdo	85	22.1%
Muy de acuerdo	205	53.2%



Nota: *Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

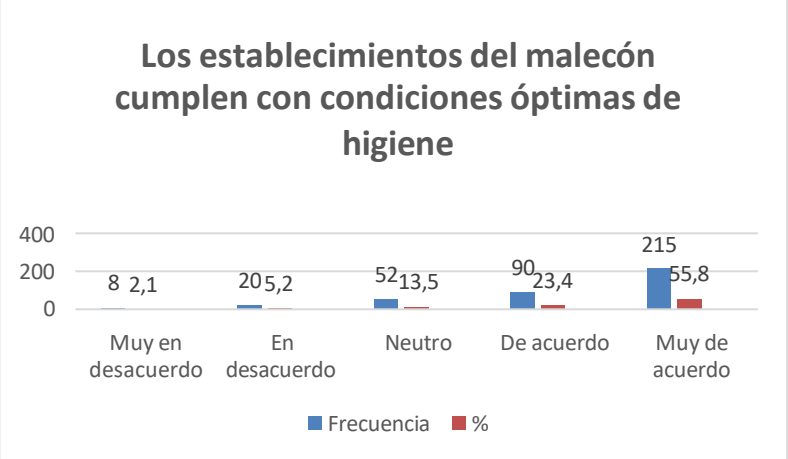
Esta pregunta obtiene una de las medias más bajas de la investigación aunque la mayoría 53.2% está Muy de acuerdo y el 22.1% De acuerdo, el 6.5% está en desacuerdo, el 3.1% muy en desacuerdo y el 15.1% se mantiene neutral existen debilidades que

requieren atención las áreas de mejora identificadas en los establecimientos incluyen la ampliación de espacios públicos, la mejora de accesos para personas con movilidad reducida, la modernización de los locales comerciales y la implementación de señalética turística adecuada. La infraestructura es un factor facilitador de la experiencia turística, por lo que se recomienda invertir en su mejoramiento progresivo, priorizando aquellas intervenciones que generen un mayor impacto en la calidad percibida por el turista.

Tabla 31 Distribución de frecuencias para el ítem I2 (Higiene, limpieza y comodidad)

I2:Los establecimientos del malecón cumplen con condiciones óptimas de higiene, limpieza y comodidad para atender al público.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	8	2.1%
En desacuerdo	20	5.2%
Neutro	52	13.5%
De acuerdo	90	23.4%
Muy de acuerdo	215	55.8%



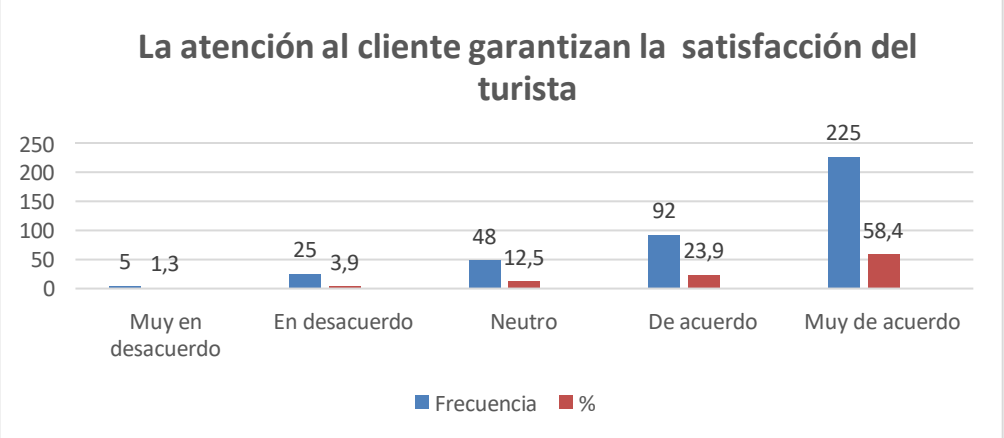
***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

La higiene, limpieza y comodidad de los establecimientos son muy importantes. Aunque la percepción general es positiva, el 5.2% está en desacuerdo y el 2.1% muy en desacuerdo, lo que sugiere que algunos establecimientos podrían estar incumpliendo con los estándares de higiene y comodidad esperados por los turistas

Tabla 32 Distribución de frecuencias para el ítem I3 (Atención al cliente y hospitalidad)

I3:La atención al cliente y la hospitalidad brindada en los locales gastronómicos del malecón garantizan la plena satisfacción del turista.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	5	1.3%
En desacuerdo	15	3.9%
Neutro	48	12.5%
De acuerdo	92	23.9%
Muy de acuerdo	225	58.4%



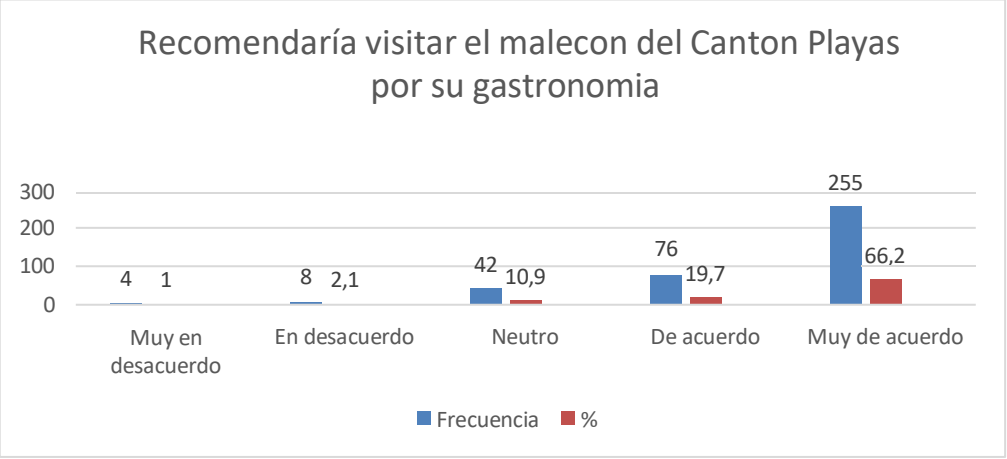
***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

Con el 58.4% de los encuestados Muy de acuerdo. La calidez y amabilidad del servicio son aspectos que los turistas valoran significativamente, ya que contribuyen a una experiencia acogedora y personalizada. El Cantón Playas se caracterizad por la cercanía y el trato familiar, y esto lo diferencia de otros destinos turísticos y que contribuye a la fidelización de los turistas.

Tabla 33 Distribución de frecuencias para el ítem I4 (Disposición a recomendar el destino)

I4:Recomendaría con total seguridad el malecón del cantón Playas a otras personas debido a su experiencia gastronómica.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	4	1.0%
En desacuerdo	8	2.1%
Neutro	42	10.9%
De acuerdo	76	19.7%
Muy de acuerdo	255	66.2%



***Nota**: Datos tomados de la encuesta aplicada en el Malecón del Cantón Playas*

En la última pregunta termina con el 66.2% de los encuestados manifiesta estar Muy de acuerdo en recomendar el malecón por su gastronomía a otras personas, un porcentaje que supera incluso a los indicadores de identidad cultural y frescura de ingredientes, lo que sugiere que la experiencia gastronómica en Playas genera un nivel de satisfacción que va más allá de lo esperado.

Discusión

Los resultados obtenidos en la presente investigación confirman que la gastronomía del malecón del cantón Playas constituye un atractivo turístico de gran relevancia, respaldando la hipótesis central del estudio. El análisis estadístico, particularmente a través del modelo de ecuaciones estructurales PLS-SEM4.

Este hallazgo se alinea con lo expuesto por (Lopez & Sanchez, 2012), quienes sostienen que el arte culinario de un pueblo puede ser el nexo que permita desarrollar el turismo, constituyéndose por sí mismo en un atractivo potencial, incluso cuando el destino no posea otras características típicas de los lugares más visitados. La contundente influencia de los platos típicos en la atracción de turistas, evidenciada en la alta valoración de la sazón 63.6% "Muy de acuerdo" la presentación visual 62.1% y la claridad de los menús coincide con los resultados de la investigación de (Yoza, 2023) en la ciudad de Manta, donde se determinó que los mariscos constituyen el principal elemento de identidad culinaria y motivación de consumo. De manera similar, el estudio de (Abarca Brito, 2024) en Riobamba demostró que la mayoría de los encuestados calificó positivamente la calidad, variedad e innovación de los platos típicos, asociándolos con autenticidad cultural y satisfacción durante su visita. Estos paralelismos sugieren que la excelencia en la preparación y la oferta de platos tradicionales es un factor común en el éxito de los destinos gastronómicos a nivel nacional, independientemente de si se trata de un destino costero o andino.

Asimismo, la percepción de que la gastronomía refleja fielmente la identidad costera 63.9% y el uso de técnicas ancestrales 62.3% confirma los postulados de (Pincay, 2022) quien destaca que la gastronomía no solo llama la atención de visitantes interesados en experimentar sabores únicos, sino que también aporta en el fortalecimiento de la autoestima y el orgullo local. Este vínculo entre gastronomía, cultura e identidad convierte a la comida típica en un pilar fundamental para la promoción de un destino y para la preservación del patrimonio cultural, una premisa que queda plenamente validada por los resultados obtenidos.

Sin embargo, la investigación también reveló una contradicción significativa en el ámbito de la promoción y la infraestructura. Aunque los turistas valoran altamente la experiencia gastronómica, la percepción sobre la efectividad de las estrategias de promoción fue notablemente baja, siendo el ítem AT3 el de menor puntuación 49.9% "Muy de acuerdo" y uno de los que mostró mayor desacuerdo, especialmente por parte de los propietarios. Esta debilidad se asemeja a la problemática identificada por (Yoza, 2023) en Manta, donde se evidenció la ausencia de rutas gastronómicas estructuradas y la limitada promoción del recurso culinario. De manera análoga, en el malecón de Playas, la falta de canales digitales y estrategias estructuradas de promoción limita el alcance y el posicionamiento de su oferta gastronómica, a pesar de que la calidad y autenticidad de la comida son ampliamente reconocidas por los turistas.

Finalmente, la alta disposición de los turistas a recomendar el malecón 66.2% "Muy de acuerdo" y su motivación para visitar Playas principalmente por su gastronomía 59.0%, incluso sin realizar actividades de playa, refuerzan el potencial del cantón para especializarse en turismo gastronómico. La relación entre la gastronomía y los atractivos valida el modelo de un destino que integra el turismo de sol y playa con experiencias culinarias auténticas, un aspecto clave para el desarrollo turístico sostenible en definitiva, los hallazgos de esta investigación demuestran que Playas posee un sólido potencial gastronómico que, con una adecuada gestión de su promoción e infraestructura, podría posicionarse como un referente del turismo culinario en la costa ecuatoriana.

Conclusiones

Como resultado, en relación con el objetivo general de la investigación, orientado a identificar la gastronomía como atractivo turístico en el Malecón del Cantón Playas, se concluye que la oferta culinaria de este sector constituye un elemento con alto valor agregado desde el punto de vista cultural, así como con potencial económico para el desarrollo turístico , la gastronomía del Cantón compuesta a bases de productos marinos frescos y sazón tradicional, se identifica como un pilar fundamental de la identidad local y un gran potencial para el desarrollo turístico. Sin embargo, la investigación evidenció que, a pesar de su riqueza y autenticidad, su posicionamiento como atractivo turístico estructurado se encuentra limitado por debilidades en la gestión estratégica, de promocionar su gastronomía, lo que impide que su potencial se convierta plenamente en un beneficio económico y cultural para la comunidad.

Respondiendo al primer objetivo específico, se concluye que el malecón del cantón Playas alberga un total de 42 establecimientos gastronómicos, ubicados en el malecón del Cantón Playas los que conforman el núcleo de la oferta culinaria del destino. Estos establecimientos, principalmente de carácter familiar y artesanal, ofertan una variada carta de platos típicos como encebollado, ceviche, picante de pescado, corvina frita y cangrejo criollo. Este inventario demuestra la alta densidad de locales dedicados a la gastronomía, evidenciando que existe una base material y comercial sólida sobre la cual se puede construir una oferta turística más estructurada y competitiva, no obstante, se evidencio que la mayoría de estos locales operan con limitaciones en términos de organización, capacidad instalada y estandarización de la calidad del servicio, aspectos que deberían ser atendidos para potenciar su contribución al desarrollo turístico del cantón.

Por lo tanto el segundo objetivo específico analizar la gastronomía que posee el malecón del cantón playas se determina que tanto la comunidad costera como los turistas reconocen la calidad y el valor cultural de la cocina tradicional del malecón. Los resultados confirman que la dimensión Platos Típicos tiene un impacto potente y estadísticamente significativo sobre el atractivo percibido donde la sazón local y la

identidad cultural se validan como pilares positivos del destino. Esto demuestra que la autenticidad culinaria está ligada a la identidad pesquera que posee la capacidad de generar lealtad y un fuerte deseo de retorno en los turistas.

Por último, en respuesta al tercer objetivo específico determinar la percepción de los turistas respecto a la gastronomía en el malecón del cantón Playas como atractivo turístico que, si bien el perfil del turista gastronómico muestra un alto nivel de consumo con un 44.7% de comensales que gastan más de $50 diarios y una alta frecuencia de visita, existen deficiencias operativas que mitigan su satisfacción integral. pero con coeficiente negativo sobre la percepción del destino,esto evidencia que las deficiencias en aspectos como la organización de los espacios y la falta de promoción efectiva están limitando la experiencia turística, lo que impide que la gastronomía se consolide plenamente como un atractivo autónomo y estructurado dentro del malecón del cantón Playas.

Recomendaciones

En primer lugar, se recomienda diseñar e implementar una estrategia integral de posicionamiento turístico basada en la gastronomía del malecón, que combine la promoción cultural, la capacitación de los actores locales y el uso de medios digitales que permita visibilizar la oferta gastronómica en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok La estrategia se deberá poner en valor tanto la autenticidad de los platos típicos como la identidad costera de la zona, contribuyendo al posicionamiento de Playas como un destino turístico con identidad culinaria propia. Es fundamental que este proceso se construya de forma participativa, involucrando a los propietarios de los establecimientos, pescadores artesanales y autoridades locales, de modo que las acciones respondan a las necesidades y el valor cultural del patrimonio gastronómico del cantón.

En cuanto al primer objetivo específico se recomienda la creación de un inventario gastronómico digital actualizada, sistematizado y de acceso público. Este inventario debe incluir información detallada de cada establecimiento que está ubicado en el malecón tales como: nombre del local, platos que ofertan, ingredientes principales, precios aproximados, promos horarios de atención, capacidad instalada y características distintivas. Esta herramienta servirá como base para la planificación turística, permitiendo a las autoridades y a los propios comerciantes contar con información clara y ordenada sobre la oferta gastronómica del malecón. Además, se puede sugerir que este inventario sea actualizado cada cierto tiempo para reflejar los cambios en la oferta y facilitar la toma de decisiones estratégicas.

En relación con el segundo objetivo específico, resulta pertinente realizar un análisis comparativo entre los platos típicos ofertados en el malecón del cantón Playas y los de otros balnearios de la costa ecuatoriana, como Salinas, Montañita o Manta, con el propósito de determinar qué características simbólicas, culturales y de sazón diferencian de la zona. Este contraste permitirá reconocer elementos gastronómicos únicos como el uso de técnicas ancestrales de pesca o la sazón tradicional de los ceviches que fortalezcan la promoción turística del destino y su posicionamiento estratégico sin alterar la esencia de su herencia cultural.

Finalmente, respecto al tercer objetivo específico, se plantea aprovechar las herramientas de marketing digital orientadas a la difusión de la gastronomía del malecón mediante publicaciones en Facebook, Instagram y TikTok. Estas plataformas permitirán promover contenido visual estratégico que destaque la preparación de los platos típicos, la frescura de los productos marinos y el entorno del malecón como espacio de encuentro culinario. De igual manera, para revertir el impacto negativo de la estrategia se sugiere establecer alianzas con el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Playas, y entidades turísticas como el Ministerio de Turismo, para ejecutar un plan de regeneración urbana y programas de promoción turística , potenciando la visibilidad, logrando atraer y fidelizar eficazmente al segmento de turistas hacia el destino.

Bibliografía

Abarca Brito, R. (2024). *Gastronomía típica en el desarrollo turístico del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo*. Universidad Nacional de Chimborazo.

Acosta, Y., et al. (2022). Diseño de un producto turístico gastronómico en la Villa Yaguanabo. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*.

Arcoz, G. (2021). *Mercado de abastos y de difusión gastronómica en Villa María del Triunfo*. Villa María del Triunfo.

Bermeo, P. L. (2020). Gastronomía tradicional: Gustos y preferencias de los habitantes del cantón Santa Rosa, El Oro, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 16*(2), 175-185. https://doi.org/10.4067/S0718235X

Castillo Rodríguez, E. E. (2024). Sabores y tradición: Caracterización de la oferta gastronómica de Buenaventura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 10838-10852.

Cedeño Flores, Y. A. (2023). *El ceviche de michulla, un plato típico de la gastronomía en la parroquia de Chanduy*. UPSE, Facultad de Ciencias Administrativas. https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9033

Cejas, M. A. (2020). Turismo rural, anclaje promisorio en el desarrollo del talento humano. *Negotium: Revista de Ciencias Gerenciales*.

Cepeda, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: El patrimonio y la educación. *Tabanque*, (31), 244-262.

Chef ejecutivo online. (2022). *La oferta gastronómica como pilar del turismo*. Editorial Gastronómica.

Chifla, J. (2021). El turismo gastronómico como manifestación de la sociedad posmoderna. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.

Delgado Cabrera, M. (2023). La identidad cultural vista desde el análisis de redes sociales: un modelo para su estudio. *Universidad y Sociedad*, 310-320.

Estupiñán, J., et al. (2021). Caracterización de la gastronomía tradicional en comunidades afroecuatorianas del norte de Esmeraldas. *Revista de Gastronomía y Turismo*, 94-94.

García, J. A. (2021). *¿Qué es una oferta gastronómica?* Editorial Gastronómica.

Garmendia, X., & Riaño, Y. (2022). *Gastronomía y turismo*. Punto de Vista.

González Cambeiro, S. (2014). *El patrimonio inmaterial*. Dialnet. https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=723912

González, M. (2021). Estrategias de promoción cultural para el desarrollo turístico. *Revista de Cultura y Turismo*.

Hair, J. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.

Hernández, R., & Millán, D. (2018). Turismo gastronómico: La gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 413-430.

Hernández-Mogollón, J. M., Di-Clemente, E., & López-Guzmán, T. (2015). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (68), 407-427.

Horng, J., & Tsai, C. (2012). Culinary tourism strategic development: An Asia-Pacific perspective. *International Journal of Tourism Research*, 40-55.

Huertas, T. C. (2020). El aprovechamiento sostenible del turismo rural de Ecuador. Caso de estudio: Cantón Mocha, provincia de Tungurahua. *Revista Espacios*, 41(7). https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41

Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales* (4a ed.). McGraw-Hill.

Liñan Gómez, M. A. (2019). *Los dulces tradicionales del cantón Santa Elena, para preservar la herencia culinaria ancestral*. UPSE, Facultad de Ciencias Administrativas. https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5067

Llenera, K. (2021). *Gastronomía típica como identidad cultural*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32997

Lopez, G., & Sanchez, C. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 575-584.

Manfugás, M., et al. (2019). *La gastronomía como atractivo turístico del destino Cuba*. La Habana.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). *Guía metodológica para la identificación y caracterización de atractivos turísticos*. https://www.mincit.gov.co

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). ¿Qué comer? Gastronomía. *Ecuador Travel*. https://ecuador.travel/what-to-eat-gastronomia/

Mones. (2023). *¿Qué es la gastronomía? Definición e historia*. Cursos Gastronomía. https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/gastronomia/que-es-la-gastronomia/

Nicolalde Barrios, L. J. (2016). *Inventario de recursos gastronómicos con potencial turístico de General Villamil - Playas*. Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/57245

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2024). *Glosario de términos de turismo*. https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turismo

Pincay, A. A. (2022). *Rescate y valorización de las técnicas culinarias ancestrales de Manabí en la gastronomía contemporánea*. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Rojas, M., et al. (2023). Representations of Ecuadorian cuisine in the coast and the highlands regions through the free listing technique. *Discover Food*, 20-35.

Sanipatin, Y. (2023). Los saberes ancestrales como parte del modelo educativo actual en el Ecuador. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 3772-3783.

Santo, J. L. (2016). Sostenibilidad sociocultural del turismo: Propuestas para el cantón Playas. *Revista Espiga*, 31-43.

Toapanta, R. (2023). La gastronomía típica como factor motivacional de viaje. *Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación*. https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35721

Vega, M., et al. (2018). Ingredientes locales y su influencia en la identidad gastronómica. *Revista de Gastronomía y Turismo*.

Veliz Pérez, J. (2025). *Gastronomía como producto turístico de la parroquia Pedro Pablo Gómez*. UNESUM.

Yoza, C. (2023). *La gastronomía como atractivo turístico de un destino. Estudio de caso en la ciudad de Manta* (Tesis de pregrado). Manta, Ecuador.

Zúñiga Bravo, F. G. (2021). *La cocina tradicional mexicana y su puesta en valor a través de la patrimonialización, turistificación y festivalización. Análisis de dos casos: Michoacán y Oaxaca*. Universidad Autónoma del Estado de México.

Apéndice

Instrumento de recolección de datos

GASTRONOMIA COMO ATRACTIVO TURISTICO EN EL MALECON DEL CANTON PLAYAS

Me encuentro desarrollando una encuesta como parte de mi trabajo de titulación. Su colaboración respondiendo esta encuesta es de gran importancia, ya que permitirá obtener información valiosa para el desarrollo de mi tesis. La encuesta es completamente anónima, confidencial y tomará aproximadamente 6 minutos. Agradezco por el tiempo brindado y su valiosa participación.

Instrucciones: Por favor, marque con una "X" el nivel de acuerdo o desacuerdo que mejor represente su opinión sobre el malecón del cantón Playas, utilizando la siguiente escala: (1) Muy en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Neutro (4) De acuerdo (5) Muy de acuerdo

SECCIÓN I: DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1. Género:

( ) Masculino
( ) Femenino

2. Edad:

( ) 18-25 años
( ) 26-35 años
( ) 36-45 años
( ) 46-55 años
( ) 56 años o más

3. Ocupación:

( ) Estudiante
( ) Empleado
( ) Labores domésticas
( ) Comerciante

( ) Otro: _____

4. Estado civil:

( ) Soltero/a

( ) Casado/a

( ) Unión libre

( ) Viudo/a

5. ¿Cuántas veces ha visitado el cantón Playas?

( ) Primera vez

( ) Dos veces

( ) Tres a cuatro veces

( ) Cinco veces o más

6. ¿Cuánto gasta aproximadamente en alimentación durante su visita al malecón?

( ) $5 - $10 diarios

( ) $15 - $25 diarios

( ) $30 - $45 diarios

( ) $50 o más diarios

( ) No gasta

SECCIÓN II: VARIABLE DEPENDIENTE GASTRONOMÍA

Marque con una (X) su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, considerando la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Muy de acuerdo

Dimensión: Platos típicos

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
PT1	Los platos ofrecidos en el malecón presentan una excelente preparación, sazón y cuidado en suartculinario.					
PT2	La presentación visual de los platos que se sirven en esta zona es atractiva y estimula los sentidos de los comensales.					
PT3	Los menús del malecón ofrecen de manera clara y accesible los platos típicos principales como el ceviche, encebollado, cazuela, arroz marinero, entre otros.					

Oferta gastronómica

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
OF1	La variedad de establecimientos gastronómicos (restaurantes, comedores, cabañas) en el malecón de Playas es lo suficientemente amplia y diversa.					
OF2	Los precios de la oferta gastronómica del malecón son justos y accesibles en relación con la calidad del servicio recibido.					

Identidad cultural

N°		Preguntas	1	2	3	4	5
	IC1	Los platos que se comercializan en el malecón reflejan fielmente la identidad, las costumbres y la cultura costera del cantón Playas.					
	IC2	En la elaboración de la comida del malecón se percibe el uso de técnicas de preparación ancestrales y artesanales transmitidas de generación en generación.					
	IC3	La conservación de las recetas tradicionales en el malecón ayuda a preservar y proteger el patrimonio cultural gastronómico del cantón.					

Ingredientes locales

N°		Preguntas	1	2	3	4	5
	IL1	Los mariscos, pescados y materias primas utilizados en las preparaciones culinarias son frescos y de óptima calidad.					
	IL2	El uso de ingredientes autóctonos y locales de la zona aporta un sabor único y característico que diferencia a Playas de otros balnearios.					

Variable Independiente: Atractivo turístico

N°		Preguntas	1	2	3	4	5
	AT1	La gastronomía del malecón posee un valor tan importante que funciona por sí misma como un atractivo turístico principal del cantón Playas.					
	AT2	El arte culinario local genera una experiencia significativa, inolvidable y auténtica durante la estadía en el destino.					
	AT3	Las estrategias de promoción de la gastronomía local que se realizan son efectivas para atraer a más flujo turístico.					

Turista

N°		Preguntas	1	2	3	4	5
	T1	Estaría dispuesto(a) a visitar el Cantón Playas principalmente por su gastronomía, aun si no realizara actividades de playa.					
	T2	La oferta gastronómica justifica plenamente el tiempo de viaje y el gasto					

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
	económico que usted realiza en el Cantón.					

Atractivos naturales

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
AN	La riqueza gastronómica complementa perfectamente a los atractivos naturales del cantón, como son la playa y el clima.					

Infraestructura

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
I1	El malecón cuenta con la infraestructura turística (locales físicos, espacios públicos, accesos) adecuada para el expendio y consumo de alimentos.					
I2	Los establecimientos del malecón cumplen con condiciones óptimas de higiene, limpieza y comodidad para atender al público.					
I3	La atención al cliente y la hospitalidad					

N°		Preguntas	1	2	3	4	5
		brindada en los locales gastronómicos del malecón garantizan la plena satisfacción del turista.					
	I4	Recomendaría con total seguridad el malecón del cantón Playas a otras personas debido a su experiencia gastronómica.					

6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía

Fuentes principales

0%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
6%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
"Gastronomía como atractivo turístico en el malecón del cantón playas año 2026"	¿Cómo la falta de gestión estratégica limita el posicionamiento de la gastronomía en el malecón del Cantón Playas como atractivo turístico?	Objetivo general: Identificar la gastronomía como atractivo turístico en el malecón del cantón playas.	Variable independiente: Gastronomía	Platos típicos	Preparación y sazón culinaria	**Enfoque:** Cuantitativo
					Presentación visual del plato	**Alcance:** Descriptivo - Correlacional
					Variedad del menú típico	**Métodos:** Inductivo - Analítico
				Oferta gastronómica	Variedad de establecimientos	**Diseño:** No experimental, de corte transversal
				Identidad cultural	Reflejo de identidad y cultura	**Población:** Turistas que visitaron el malecón del cantón Playas (infinita)
				Ingredientes locales	Uso de técnicas ancestrales	
					Uso de ingredientes autóctonos	
					Frescura de mariscos y pescados	**Muestra:** 384 turistas (muestreo no

			probabilístico por conveniencia)
Variable Dependiente: Atractivo Turístico	Turista	Disposición a visitar por gastronomía Justificación del gasto y tiempo	**Instrumentos:** Encuesta digital (Microsoft Forms) con escala de Likert
	Infraestructura	Infraestructura turística adecuada	
	Atractivos Naturales	Complementariedad con playa y clima	
		Recomendación del destino	

Sistematización del problema

¿Qué tipos de establecimientos gastronómicos se encuentran en el malecón del cantón Playas?

¿Cuál es la

	gastronomía que se ofrece en dichos establecimientos ?
	¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la gastronomía del malecón del cantón Playas como atractivo turístico?