



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE TURISMO

TEMA:

**“RUTA GASTRONOMICA EN LA ZONA COSTERA EN EL MALECÓN DEL
CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS EN EL AÑO 2025”**

TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA:

DENISSE CAROLINA CRUZ QUINDE

TUTORA:

ING. LINZA RODRIGUEZ JESSICA SORAYA. MSc.

LA LIBERTAD - ECUADOR

2026

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, "RUTA GASTRONÓMICA EN LA ZONA COSTERA EN EL MALECÓN DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS EN EL AÑO 2025", elaborado por la Srta. Denisse Carolina Cruz Quinde, 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



Ing. Jessica Soraya Linzan Rodríguez. MSc.

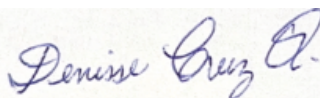
DOCENTE TUTOR

AUTORIA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado “**RUTA GASTRONOMICA EN LA ZONA COSTERA EN EL MALECÓN DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS EN EL AÑO 2025**”, constituye un requisito 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, **Denisse Carolina Cruz Quinde** con cédula de identidad número **094299819-6** declaro que la investigación es absoluta 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.

f



Denisse Carolina Cruz Quinde
C.C. No. **094299819-6**

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento en primer lugar a mi padre Celestial por darme las fuerzas y sabiduría necesaria para poder culminar mi carrera universitaria y acompañarme en el camino de la vida.

Agradezco a cada docente de la Universidad Estatal península de Santa Elena por su aporte significativos en las enseñanzas en mi proceso educativo, los cuales represento un pilar dentro de esta etapa, ayudando con sus consejos, enseñanzas y guías, de las cuales me siento profundamente agradecida

Por último, agradezco a mis compañeros de trabajo por su apoyo incondicional lo que aportó a que todo sea más ameno.

Denisse Carolina Cruz Quinde

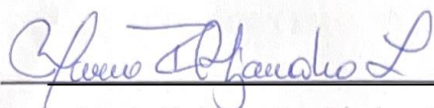
DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación a mis padres quienes me enseñaron a confiar en Dios y a buscar su guía en cada paso que doy, por brindarme su apoyo incondicional durante este proceso universitario como en mi vida personal.

A mis primas por haber creído en mí, brindando incondicionalmente su ayuda en momentos que más lo necesite, su confianza fue el motor que me impulso a seguir adelante y no haber dudado de mis conocimientos.

Me dedico esta tesis a mí misma por mi perseverancia, mi paciencia, mi disciplina, por nunca rendirme porque gracias a ello me eh convertido en la persona que soy, capaz de cumplir mis metas y mis objetivos.

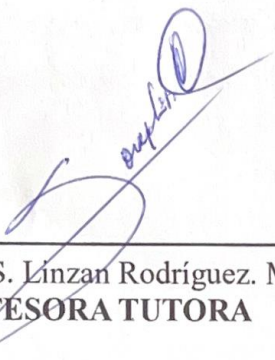
Denisse Carolina Cruz Quinde

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN


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



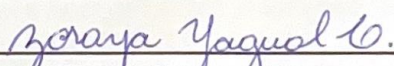
Lic. Miguel Á. Orden Mejía. PhD.
PROFESOR ESPECIALISTA



Ing. Jessica S. Linzan Rodríguez. MSc.
PROFESORA TUTORA



Ing. Jessica S. Linzan Rodríguez. MSc.
PROFESORA GUIA DE UIC



Ing. Zoraya E. Yagual Cruz
ASISTENTE ADMINISTRATIVA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIA DEL TRABAJO	3
AGRADECIMIENTO	4
DEDICATORIA	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	6
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	7
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	10
ÍNDICE DE APÉNDICE	12
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPITULO I	18
1.1 Revisión de la literatura.....	18
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos	22
1.2.1 Turismo gastronómico	22
1.2.2 Rutas gastronómicas	23
1.2.3 Oferta gastronómica.....	24
1.2.4 Identidad culinaria.....	26
1.2.5 Experiencia turística	26
1.2.6 Factibilidad y aceptación turística	27
1.2.7 Diseño de rutas gastronómicas	27
1.2.8 Marco Legal	28
CAPITULO II	30
METODOLOGÍA	30
2.1 Diseño de investigación.....	30
2.2 Métodos de investigación	31
2.3 Población	32

2.3.1 Muestreo	32
2.4 Recolección y procesamiento de datos	33
2.5. Sistema de información geográfica	34
2.6. Canva	35
2.7. IbisPaint X	35
2.8. Wunderalbel	35
2.9. MockupBro	35
CAPITULO III	36
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	36
3.1 Diagnostico situacional.....	36
3.1.1 Ubicación	36
3.1.2 Clima.....	37
3.1.3 Atractivos turísticos	37
3.1.4 Afluencia de turistas.....	37
3.1.5 Perfil del turista que visita Villamil	38
3.1.6 Capacidad turística.....	38
3.1.7 Transporte terrestre	39
a) Tricimotos (mototaxis).....	39
b) Vehículos livianos particulares y camionetas	40
c) Transporte informal turístico	40
3.1.8 Establecimiento	40
3.2. Elementos intervinientes para el diseño de la ruta gastronómica	43
3.2.1. Selección de establecimientos	43
3.1 Análisis de datos	45
3.1.2 Análisis de datos cualitativos	45
Tabla 3. Co-ocurrencias códigos.....	46

3.1.1 Análisis las encuestas realizadas en el malecón general Villamil Playas .51	
3.1.3 Análisis fichas de observación	71
DISCUSIÓN	88
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	91
BIBLIOGRAFÍA.....	92
APENDICE	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	40
Tabla 2. Datos cualitativos.....	45
Tabla 3. Co-ocurrencias códigos.....	46
Tabla 4. Género.....	51
Tabla 5. Edad	52
Tabla 6. Residencia.....	53
Tabla 7. Frecuencia de visita.....	54
Tabla 8. ¿Cómo calificaría la variedad de la oferta gastronómica del malecón?.....	55
Tabla 9. ¿Cómo valora la calidad del servicio recibido en los establecimientos del malecón?	56
Tabla 10. ¿Cómo considera la presentación de los platos en los locales que ha visitado?	57
Tabla 11. En cuanto a la higiene y manipulación de alimentos, su percepción es: ..	58
Tabla 12. La infraestructura y condiciones físicas de los establecimientos del malecón le parecen:	59
Tabla 13. ¿Considera que la relación calidad–precio en los establecimientos del malecón es:.....	60

Tabla 14. ¿Conoce los platos típicos del cantón Villamil Playas?.....	61
Tabla 15. ¿Cuáles de estos platos identifica como propios de la zona?.....	62
Tabla 16. ¿Considera que la gastronomía refleja la identidad cultural del cantón?..	63
Tabla 17. ¿Qué tan auténticos percibe los platos que ofrecen los establecimientos del malecón?	64
Tabla 18. ¿Le gustaría que exista una ruta gastronómica organizada dentro del malecón?	65
Tabla 19. ¿Estaría dispuesto/a a recorrer una ruta con 5 a 8 paradas gastronómicas?	66
Tabla 20. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a invertir en una experiencia gastronómica dentro de una ruta?.....	67
Tabla 21. ¿Qué modalidad de ruta le resulta más atractiva?.....	68
Tabla 22. ¿Considera accesible el malecón para realizar un recorrido turístico (movilidad, señalética, distancias)?.....	69
Tabla 23. ¿Cree que una ruta gastronómica mejoraría la experiencia turística del cantón Villamil Playas?.....	70
Tabla 24 Ficha técnica de la ruta.....	74
Tabla 25. Establecimientos participantes	75
Tabla 26. Datos del transporte	77
Tabla 27 ITINERARIO BREVE – FULL DAY “SABOR A MAR”	78
Tabla 28. Presupuesto del paquete turístico.....	79
Tabla 29 resumen sobre la ruta gastronómica.....	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3. Diagrama de Sankey	48
Gráfico 4. Nube de palabras.....	49
Gráfica 5. Género.....	51
Gráfica 6. Edad.....	52
Gráfica 7. Residencia	53

Gráfico 8. Frecuencia de visita.....	54
Gráfico 9. ¿Cómo calificaría la variedad de la oferta gastronómica del malecón?...55	55
Gráfico 10. ¿Cómo calificaría la variedad de la oferta gastronómica del malecón?.56	56
Gráfico 11. ¿Cómo considera la presentación de los platos en los locales que ha visitado?	57
Gráfico 12. En cuanto a la higiene y manipulación de alimentos, su percepción es:	58
Gráfico 13. La infraestructura y condiciones físicas de los establecimientos del malecón le parecen:.....	59
Gráfico 14. ¿Considera que la relación calidad–precio en los establecimientos del malecón es:	60
Gráfico 15. ¿Conoce los platos típicos del cantón Villamil Playas?.....	61
Gráfico 16. ¿Cuáles de estos platos identifica como propios de la zona?.....	62
Gráfico 17. ¿Considera que la gastronomía refleja la identidad cultural del cantón?	63
Gráfico 18. ¿Qué tan auténticos percibe los platos que ofrecen los establecimientos del malecón?.....	64
Gráfico 19. ¿Le gustaría que exista una ruta gastronómica organizada dentro del malecón?	65
Gráfico 20. ¿Estaría dispuesto/a a recorrer una ruta con 5 a 8 paradas gastronómicas?	66
Gráfico 21. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a invertir en una experiencia gastronómica dentro de una ruta?	67
Gráfico 22. ¿Qué modalidad de ruta le resulta más atractiva?	68
Gráfico 23. ¿Considera accesible el malecón para realizar un recorrido turístico (movilidad, señalética, distancias)?.....	69
Gráfico 24. ¿Cree que una ruta gastronómica mejoraría la experiencia turística del cantón Villamil Playas?	70
Gráfico 25. Diseño de la Ruta gastronómica “SABOR A MAR”, zona costera malecón Villamil Playas.	73
Gráfico 26. Marca de la ruta gastronómica.....	81

ÍNDICE DE APÉNDICE

Apéndice 1. Matriz de consistencia.....	99
Apéndice 2. Instrumento encuesta ruta gastronómica.....	102
Apéndice 3. Instrumento entrevista ruta gastronómica.....	104
Apéndice 4. Instrumento ficha de observación ruta gastronómica.....	105
Apéndice 5. Merchadising.....	107
Apéndice 8. fotografías	108

**TEMA:****“RUTA GASTRONOMICA EN LA ZONA COSTERA EN EL MALECÓN
DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS EN EL AÑO 2025”****AUTORA:**

Cruz Quinde Denisse Carolina.

TUTORA:

Ing. Linza Rodriguez Jessica Soraya. MSc.

RESUMEN

La presente investigación, titulada “Ruta Gastronómica en la Zona Costera en el malecón del Cantón General Villamil Playas en el año 2025”, tuvo como finalidad diseñar una ruta gastronómica que permita potenciar la experiencia turística y fortalecer la identidad gastronómica del cantón. Para ello, se realizó un diagnóstico situacional de la zona costera, identificando 205 establecimientos de alimentos y bebidas distribuidos entre asociaciones, comedores y cabañas, así como sus principales características, capacidades y especialidades culinarias. El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, aplicando encuestas a los visitantes, entrevistas semiestructuradas a propietarios y una ficha de observación para evaluar condiciones del servicio, infraestructura y calidad del producto ofertado. Los resultados mostraron que los turistas valoran positivamente la frescura de los mariscos, la atención brindada y la autenticidad de la comida local, sin embargo, también se identificaron limitaciones relacionadas con la infraestructura, control municipal y seguridad, factores que influyen directamente en la experiencia del visitante. Con base en el análisis cuantitativo y cualitativo, se determinó que existe una alta aceptación hacia la creación de una ruta gastronómica y un reconocimiento de la gastronomía como un elemento clave para el posicionamiento turístico del cantón. Finalmente, se diseñó la ruta “Sabor a Mar”, integrada por establecimientos representativos por su tradición, especialidad y cercanía a puntos estratégicos del malecón. La propuesta se plantea como una alternativa para ordenar la oferta culinaria, destacar los platos típicos y contribuir al desarrollo económico y turístico de General Villamil Playas.

Palabras claves: Ruta gastronómica, Identidad culinaria, Turismo costero, Gastronomía local

**TOPIC:**

“GASTRONOMIC ROUTE IN THE COASTAL AREA ON THE MALECÓN OF THE GENERAL VILLAMIL CANTON, BEACHES IN THE YEAR 2025”

AUTHOR:

Cruz Quinde Denisse Carolina.

ADVISOR:

Ing. Linza Rodriguez Jessica Soraya. MSc.

ABSTRACT

The purpose of this research, entitled “Gastronomic Route in the Coastal area on the malecón of the General Villamil Canton, Beaches in the year 2025,” was to design a gastronomic route that would enhance the tourist experience and strengthen the gastronomic identity of the canton. To this end, a situational diagnosis of the coastal area was carried out, identifying 205 food and beverage establishments distributed among associations, dining rooms, and cabins, as well as their main characteristics, capacities, and culinary specialties. The study was developed using a mixed approach, applying surveys to visitors, semi-structured interviews with owners, and an observation form to evaluate service conditions, infrastructure, and the quality of the product offered. The results showed that tourists value the freshness of the seafood, the service provided, and the authenticity of the local food. However, limitations related to infrastructure, municipal control, and safety were also identified, factors that directly influence the visitor experience. Based on quantitative and qualitative analysis, it was determined that there is high acceptance for the creation of a gastronomic route and recognition of gastronomy as a key element for the canton's tourism positioning. Finally, the “Sabor a Mar” (Taste of the Sea) route was designed, consisting of establishments that are representative for their tradition, specialty, and proximity to strategic points along the boardwalk. The proposal is presented as an alternative to organize the culinary offering, highlight typical dishes, and contribute to the economic and tourism development of General Villamil Playas.

Keywords: Gastronomic route, Culinary identity, Coastal tourism, Local gastronomy

INTRODUCCIÓN

El turismo gastronómico se ha consolidado en los últimos años como una de las tipologías más relevantes dentro del desarrollo turístico, debido a que la gastronomía ha dejado de ser un elemento complementario para convertirse en un factor motivacional determinante en la elección de los destinos. En la actualidad, los turistas buscan experiencias que integren cultura, identidad y autenticidad, donde la alimentación representa una manifestación del patrimonio cultural inmaterial y un medio para comprender las tradiciones y modos de vida de una localidad (Miranda, 2010), (Santamaria Y., Dominguez E., Sterling Z., & Pacheco C., 2024). En esta línea, diversos autores destacan que los productos culinarios locales conforman una parte esencial del atractivo turístico, ya que permiten comprender un poco más sobre la identidad y la historia de un territorio, generando motivaciones que conducen a los visitantes a desplazarse en búsqueda de experiencias auténticas (Kastenholz, Carneiro, & Cunha, 2022), (Gimenes-Minasse, 2023).

A nivel internacional, diversos estudios evidencian que la gastronomía local influye directamente en la satisfacción, motivación y fidelización del visitante, especialmente en destinos costeros donde los productos marinos constituyen un atractivo diferenciador. Asimismo, se reconoce que las rutas gastronómicas permiten estructurar la oferta culinaria, mejorar la experiencia turística y fortalecer la identidad del territorio, generando impactos positivos tanto económicos como socioculturales.

En el contexto nacional, Ecuador posee una amplia diversidad gastronómica producto de su riqueza natural, cultural y geográfica. De manera particular, en la región litoral, la cocina basada en mariscos y productos del mar se configura como uno de los principales ejes de la actividad turística. Estudios realizados en destinos costeros como Montañita y Villamil Playas demuestran que la gastronomía es una motivación clave para los visitantes, influyendo significativamente en su nivel de satisfacción y lealtad hacia el destino (Mauricio Carvache- Franco, 2021).

Dentro de este argumento, el cantón General Villamil Playas surge como uno de los lugares más emblemáticos de la provincia del Guayas, a parte de su clima y recursos naturales, los productos culinarios del mar y platos típicos como el ceviche marinerero, camarón apanado, el arroz marinerero, corvina frita, cazuela marinera o las ostras gratinadas como componente importante en su imagen turística (Mauricio Carvache- Franco, 2021). El malecón costero actúa como eje de concentración de numerosos negocios, cabañas, kioscos, módulos y espacios para alimentación. Estas áreas, en la zona del Humbolt en la parte del rompe olas hasta el sector de la avenida Jambelí, la literatura existente lo indica como uno de los lugares de importancia que demanda una administración más estructurada para consolidar su desarrollo turístico (Lindao Lázaro, 2014).

No obstante, a pesar del potencial gastronómico existente, se evidencian diversas problemáticas que afectan la experiencia turística en la zona, entre ellas la falta de organización de la oferta gastronómica, la ausencia de un inventario estructurado de establecimientos, deficiencias en infraestructura, señalética, control municipal y seguridad, así como la inexistencia de un producto turístico integrado que permita al visitante identificar y recorrer de manera ordenada la diversidad culinaria del malecón. Estas limitaciones reducen la competitividad del destino y dificultan la valorización de su identidad gastronómica.

En concordancia con esta problemática, surgen interrogantes fundamentales que guían el presente estudio: ¿De qué manera una ruta gastronómica en la zona costera del malecón de Villamil Playas puede fortalecer la experiencia turística y la identidad culinaria local en el año 2025? Asimismo, se plantea conocer cuál es la situación actual de la oferta gastronómica y del servicio en los establecimientos de la zona, qué platos típicos y especialidades locales poseen el potencial para consolidar la identidad culinaria de la ruta y cuáles serían los requerimientos de factibilidad y aceptación por parte de los visitantes para su implementación.

Frente a esta problemática, surge la necesidad de diseñar una ruta gastronómica como estrategia de ordenamiento y puesta en valor de la oferta culinaria local, que

permita articular los establecimientos representativos, poner en valor los platos típicos y fortalecer la experiencia turística en el cantón. Las rutas gastronómicas se presentan como herramientas viables para el desarrollo turístico sostenible, al contribuir a la dinamización económica y al fortalecimiento de la identidad cultural en destinos costeros.

Dentro de estas preguntas de investigación, se fija como objetivo general; diseñar una ruta gastronómica en la zona costera del malecón Villamil Playas para potenciar la experiencia turística y fortalecer la identidad culinaria del cantón en el año 2025. Para cumplir este propósito, se establecen tres objetivos específicos: Diagnosticar la situación actual de los establecimientos gastronómicos en la zona costera del malecón Villamil Playas en términos de oferta, calidad y servicio; Identificar los platos típicos y especialidades que posean potencial para ser incluidos como pilares de la ruta gastronómica.; Determinar los requerimientos de factibilidad y accesibilidad, así como el nivel de aceptación, para la implementación de la ruta gastronómica propuesta.

Para el desarrollo del estudio se utilizó un enfoque mixto, con un alcance descriptivo y propositivo, mediante la aplicación de encuestas a los visitantes, entrevistas semiestructuradas a propietarios de establecimientos y fichas de observación directa. Los datos cuantitativos fueron analizados mediante estadística descriptiva, mientras que la información cualitativa permitió complementar y profundizar la interpretación de los resultados, garantizando una visión integral del fenómeno estudiado.

Finalmente, la investigación se presenta en tres capítulos donde se desarrolló el estudio. El **capítulo I** presenta lo referente al marco referencial con los respectivos antecedentes, conceptos y las bases legales en relación con el tema del turismo gastronómico.

El **capítulo II** aborda la metodología que fue utilizada para la investigación, la recolección y análisis de datos.

El **Capítulo III** nos muestra los resultados que se han obtenido, con su discusión, conclusión y recomendaciones de esta.

CAPITULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1 Revisión de la literatura

El estudio de las rutas gastronómicas ha recibido creciente atención en el ámbito internacional, nacional y local, debido a su potencial para dinamizar la actividad turística, fortalecer la identidad cultural de los destinos y generar impactos sociales y económicos positivos en las comunidades involucradas. Diversos autores coinciden en que la gastronomía se ha convertido en un recurso estratégico dentro de la oferta turística, capaz de motivar el desplazamiento de visitantes y consolidar experiencias diferenciadas en territorios costeros y urbanos. Bajo esta premisa, la revisión de literatura presentada a continuación permite contextualizar la propuesta de una ruta gastronómica en el malecón de Villamil Playas, articulando antecedentes que abordan aspectos como la identidad culinaria, la oferta de alimentos, el diseño de rutas temáticas y la factibilidad de implementación de productos turísticos basados en la comida local.

Desde el ámbito global, numerosas investigaciones están de acuerdo en que las rutas gastronómicas son un instrumento para el crecimiento local y un ingrediente decisivo para difundir la cultura alimentaria de las regiones. (Santamaria Y., Dominguez E., Sterling Z., & Pacheco C., 2024) manifiestan que para este tipo de rutas es posible que inciten y estimulen al turismo a consolidar la intervención local, al sector privado e instituciones públicas debido al propiciamiento de una propuesta sustentable que se caracterice en la combinación del legado, identidad y sobre todo en las experiencias relevantes.

Del mismo modo, (Miranda, 2010) destaca que la gastronomía constituye uno de los principales atractivos turísticos en un porcentaje relevante de viajeros, convirtiéndose en un motivador de viaje que permite diferenciar destinos y fortalecer su posicionamiento cultural.

En esta misma línea, (Montserrat, Sánchez Sellero, & Suarez Porto, 2024), analizan las rutas enogastronómicas en España, demostrando que estos recorridos contribuyen a la conservación de costumbres y dinamizan zonas rurales, especialmente cuando se estructuran en torno a productos identitarios; de esta manera, enfatizan que la ruta funciona como una estrategia competitiva para atraer visitantes y promover economías locales.

(Serrano Rodriguez, 2022), dentro de su estudio sobre el camino de la costa en argentina, hace referencia a la capacidad de como los espacios públicos logran atraer y de crear rutas que sean una unión de la accesibilidad y los servicios básicos. Sin embargo, su investigación central no es la gastronomía en el turismo, sus conclusiones afirman el incluir elementos organizativos y servicios prácticos de un recorrido ser vistos como una necesidad para afirmar su viabilidad. Estos datos son indispensables para la relevancia de Villamil Playas para la ruta gastronómica para el desarrollo y la demanda del área.

En el ámbito a nivel nacional, la literatura especialidad relacionada con rutas gastronómicas refleja una atención en ascendencia por ubicar la cocina ecuatoriana en un punto relevante de la experiencia turística. (Romero Corral, 2018) demuestra que la gastronomía puede funcionar como una motivación importante, capaz de generar viajes en centros históricos como Quito, donde la diversidad culinaria permite organizar itinerarios que combinen historia, costumbres y gastronomía locales. Este resultado es importante para Playas, ya que valida que la identidad culinaria es un factor competitivo que mejora la reputación del destino.

De forma similar, (Magallán Malavé, 2025) Plantea una ruta del camarón en Salinas como estrategia para fomentar la llegada de visitantes en la provincia de Santa Elena, evidenciando que la elección de un atractivo emblemático y el acotamiento de negocios destacados permiten estructurar un itinerario consistente, interesante y practico. Su procedimiento que incluye evaluación inicial, determinación del potencial, localización geográfica y selección de lugares estratégicos sirve como ejemplo similar para la elaboración de la ruta gastronómica en Villamil Playas,

especialmente porque ambas zonas poseen como similitud una base culinaria relacionada con los mariscos.

Otros estudios como el de (Cobos Criollo & Alvarez Cajamarca, 2022), sobre una ruta gastronómica en el Azuay, evidencian la importancia de la promoción y la valoración del patrimonio alimentario como mecanismos para dinamizar el turismo local. A su vez, (Sánchez Guerrero, 2021) y su equipo resaltan que la identidad culinaria es uno de los elementos que más influye en la elección de un destino, por lo que estructurar una ruta basada en sabores tradicionales permite generar una conexión emocional entre el visitante y el territorio.

En la costa ecuatoriana, (Zambrano C, 2018) demuestra que las rutas patrimoniales gastronómicas permiten al turista experimentar nuevas sensaciones y conocer la diversidad del litoral, lo cual constituye un fundamento directo para el caso de Villamil Playas.

A nivel local, los estudios son esencialmente relevantes para tener la realidad que vive la gastronomía de playas a su vez mostrando el potencial turístico en su máxima expresión tal como recalcan en el trabajo de (Acosta Alvarado, Criollo Suarez, Garcia Medina, Jordán Crespín, & Álvarez Plúa, 2025), donde analizan enfáticamente la oferta de alimentos y bebidas específicamente en el sector rompe olas de Humbolt, siendo este un ejemplo claro donde se evidencia la gran relevancia de la actividad gastronómica en la economía, llevando a la necesidad de mejorar todos los aspectos relacionados con la calidad del servicio, la visibilidad y organización de los establecimientos quienes pertenecen a este sector, además de estudios de (Merizalde Oñate, 2024) en el cual subraya que una ruta turística aunque no sea gastronómica requieren de servicios complementarios como alimentación, señalización y espacios adecuados para que todo aquel que la visite pueda circular con tranquilidad por ello todos estos elementos coinciden con las necesidades del malecón de Villamil Playas.

En relación con el turismo gastronómico en destinos costeros (Mauricio Carvache- Franco, 2021) desarrollaron el estudio titulado *Segmentation based on gastronomic motivations in a coastal destination*, cuyo objetivo fue segmentar a los

turistas en función de sus motivaciones gastronómicas en un destino de sol y playa. La investigación se llevó a cabo mediante un enfoque cuantitativo, aplicando encuestas a visitantes y utilizando técnicas estadísticas de análisis multivariante. Los resultados evidenciaron que la gastronomía local constituye un factor determinante en la motivación de viaje, permitiendo identificar distintos perfiles de turistas interesados en la autenticidad culinaria, la calidad de los productos y la experiencia gastronómica como parte integral del destino turístico.

De manera complementaria, (Franco, 2025) realizaron el estudio *Motivation, satisfaction, and loyalty to local gastronomy for tourism: A study in Montañita, Ecuador*, con el propósito de analizar la relación entre la motivación gastronómica, la satisfacción y la lealtad del turista hacia la gastronomía local. El estudio, de enfoque cuantitativo, se aplicó a visitantes nacionales e internacionales mediante encuestas estructuradas. Los resultados demostraron que la gastronomía influye significativamente en la satisfacción del visitante y en su intención de regresar o recomendar el destino, resaltando la importancia de gestionar adecuadamente la oferta gastronómica como estrategia para fortalecer la experiencia turística en destinos costeros ecuatorianos.

Asimismo, en el contexto específico de General Villamil Playas, (Franco, 2025) desarrollaron el estudio *Segmentation of coastal marine demand from a National Recreational Area: Villamil Beach, Ecuador*, cuyo objetivo fue analizar la demanda turística en áreas recreativas marinas del cantón. A través de un enfoque cuantitativo y el uso de encuestas a turistas, los autores identificaron distintos segmentos de visitantes según sus intereses y comportamientos. Los hallazgos evidencian que la oferta gastronómica basada en productos marinos constituye un componente relevante de la experiencia turística, destacando la necesidad de estructurar y organizar la oferta culinaria para mejorar la competitividad del destino.

En conjunto, los antecedentes revisados evidencian que la planificación de una ruta gastronómica constituye un proceso integral que requiere un diagnóstico situacional del territorio, la identificación y selección de establecimientos

representativos, el análisis de la identidad culinaria local y la evaluación de su viabilidad turística. Asimismo, los estudios analizados señalan que, en destinos costeros, la gastronomía basada en productos marinos influye de manera significativa en la motivación, satisfacción y experiencia del visitante. Estos aportes teóricos y empíricos sustentan la necesidad de desarrollar una propuesta de ruta gastronómica en el cantón General Villamil Playas, orientada a organizar la oferta existente y a poner en valor la cocina costera como elemento diferenciador del destino.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos

El desarrollo teórico de esta investigación se fundamenta en los conceptos esenciales que sustentan el diseño de una ruta gastronómica, considerando el turismo culinario como un eje de identidad, experiencia y desarrollo local. Estos elementos permiten comprender la relevancia que posee la gastronomía dentro de la actividad turística y justifican la construcción de un producto articulado como la ruta propuesta en el malecón de Villamil Playas.

Los viajes culinarios se ha afianzado como una expresión de la cultura que ayuda a descifrar los movimientos comunitarios de un territorio, ya que la alimentación funciona como medio de herencia y carácter compartido. Desde esta óptica, (Nieto Mejia, 2020) señala que la gastronomía y el turismo mantienen una conexión llena de significado, donde los patrones de consumo de alimentos dejan ver creencias culturales profundas. Del mismo modo, (Pisarski J., Zepeda A., & Valduga, 2024) explican que el turismo gastronómico se ha convertido en un motor para el crecimiento de la comunidad en América Latina, pues fortalece al sector productivo, dinamiza la oferta e incentiva la revalorización de los saberes culinarios.

1.2.1 Turismo gastronómico

El turismo gastronómico ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años debido al interés de los visitantes por descubrir sabores, técnicas e historias culinarias propias de cada territorio. Este tipo de turismo supera el simple acto de alimentarse y se convierte en una experiencia cultural y sensorial que conecta

al viajero con las prácticas alimentarias locales, tal como mencionan (López G. & Margarida, 2011). Asimismo, (Mauricio Carvache- Franco, 2021) explican que la gastronomía funciona como una motivación directa para la visita de destinos, especialmente aquellos ubicados en zonas costeras donde los productos del mar constituyen parte esencial de la identidad.

En el contexto ecuatoriano, la conexión entre gastronomía y turismo se ha intensificado debido a la diversidad culinaria del país y a la atención en crecimientos por disfrutar preparaciones típicas que conserven carta original. (Nieto Mejía, 2020) plantea que la comida constituye un elemento social que personifica la historia y el modo de vida de las poblaciones, lo que potencia la experiencia turística. De igual forma, (Rivera, Triviño, Arandia, & Robles, 2020) subrayan que la identidad culinaria ecuatoriana coopera al optimizar del patrimonio cultural.

A nivel latinoamericano, (Pisarski J., Zepeda A., & Valduga, 2024) argumentan que el turismo gastronómico se ha transformado en un impulsor del crecimiento local, ya que potencia la economía de los sitios turísticos y promueve la interacción entre visitantes, productores y emprendedores culinarios. Este enfoque también se relaciona con la sostenibilidad turística, pues según (Blanco Benítez, Calderón Ávila, & Yepes Gonzalez, 2025), constatan las prácticas gastronómicas responsables permiten salvaguardar los recursos locales y afianzar una imagen positiva del destino. Finalmente, estudios como los de (Carolina G., Villalva G., Villalva G., & Romero M., 2024) muestran que los turistas buscan experiencias culinarias auténticas que integren sabor, cultura y tradición, reforzando así la importancia del turismo

1.2.2 Rutas gastronómicas

Las rutas gastronómicas se conciben como productos turísticos integrales que articulan uno o varios recorridos construidos en torno a alimentos, bebidas, técnicas culinarias y prácticas tradicionales presentes en un territorio específico. Su relevancia radica en que permiten estructurar de forma ordenada la oferta culinaria, facilitando

que el visitante acceda a una experiencia coherente, dinámica y culturalmente significativa. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, estas rutas funcionan como un mecanismo para valorizar el patrimonio gastronómico, ya que convierten los recursos culinarios locales en un atractivo turístico organizado y accesible (Santamaria Y., Dominguez E., Sterling Z., & Pacheco C., 2024).

Asimismo, diversos estudios han resaltado que este tipo de recorridos son mecanismos exitosos para activar el turismo, afianzar la identidad culinaria del destino e incentivar la economía local. En este sentido, (Sánchez Guerrero, 2021) señala que las rutas alimentarias dan a conocer los productos típicos y cimientan la oferta turística como una ventaja única frente a otros destinos. Complementando esta perspectiva, (Romero Corral, 2018) afirma que la creación de rutas gastronómicas permite posicionar la culinaria como una oferta central turística única.

Del mismo modo, (Villagómez Buele, Arteaga Peñafiel, & Molina Bravo, 2019) sostienen que estos recorridos representan herramientas estratégicas para ordenar y potenciar los recursos culinarios del territorio, puesto que articulan establecimientos, productos locales y prácticas tradicionales bajo una propuesta turística coherente que aporta al desarrollo territorial. A esta reflexión se suman (Blanco Benítez, Calderón Ávila, & Yepes Gonzalez, 2025), quienes resaltan que las rutas gastronómicas bien diseñadas fortalecen la sostenibilidad turística, ya que promueven la conservación de la identidad cultural, resaltan la autenticidad culinaria del destino y fomentan la continuidad de las prácticas alimentarias tradicionales.

Es así, como las rutas gastronómicas se vinculan a las estrategias que son de prioridad para la estructuración e impulso gastronómico y turístico sustancialmente para sitios como Villamil Playas donde la herencia costera de la zona permite a los menús tener especialidades autóctonas, a su vez cuentan con las condiciones necesarias para diseñar una oferta de viaje culinaria.

1.2.3 Oferta gastronómica

La oferta gastronómica se refiere al conjunto de platos, productos, preparaciones, técnicas culinarias y servicios alimentarios disponibles en una zona

determinada. Su importancia radica en que constituye uno de los principales elementos de atracción turística, especialmente en destinos costeros donde la comida típica forma parte esencial de la experiencia (Romero Corral, 2018)

En territorios como Villamil Playas, la oferta se caracteriza por la presencia de platos elaborados a base de mariscos, preparaciones tradicionales y combinaciones que reflejan la cultura alimentaria local. Estudios previos realizados en el cantón evidencian que los visitantes valoran positivamente la variedad y calidad de los platos ofrecidos, así como la autenticidad que transmiten los establecimientos de la zona (Mauricio Carvache- Franco, 2021). Estas preferencias revelan que la gastronomía local posee un potencial significativo para convertirse en un eje articulador de productos turísticos especializados, como las rutas gastronómicas.

Asimismo, estudios como la de (Pita L, Pibaque P, Santos M, & Toala B, 2021) plantean que los activos de la cocina, cuando están adecuadamente identificados y organizados, pueden transformarse en atractivos turísticos capaces de actividad económica. Esto requiere tomar en cuenta no solo los platos representativos, sino también sabiduría popular, los procedimientos de cocción y la provisión de ingredientes locales. Por lo tanto, el análisis de la oferta gastronómica es una etapa básica para diseñar una ruta, ya que permite establecer qué elaboraciones poseen mayor importancia identitaria, autenticidad y aprobación para el visitante.

Del mismo modo, (Pisarski J., Zepeda A., & Valduga, 2024) resaltan que las recetas de la tradición de América Latina funcionan como un dispositivo para consolidar el progreso, siempre que se explote de manera equilibrada y se conecte con emprendimientos turísticos diseñados. Así, la oferta gastronómica no solo satisface una demanda de mercado, sino que también promueve la protección de la autenticidad en la comida, el movimiento financiero y la participación de la población residente en la actividad turística.

1.2.4 Identidad culinaria

La identidad culinaria se configura como parte esencial del patrimonio cultural intangible, pues refleja los saberes heredados y la memoria colectiva de un territorio, en el ámbito costero, los productos del mar, los condimentos frescos y las técnicas tradicionales se integran para formar una identidad culinaria particular que se consolida como parte del patrimonio cultural inmaterial (Silva, 2015). Esta identidad se conforma a lo largo del tiempo y refleja la historia, geografía y costumbres de sus pobladores.

En Ecuador, donde la diversidad geográfica ha permitido la existencia de cocinas únicas en cada región, la identidad gastronómica se manifiesta a través de combinaciones de sabores, aromas y saberes heredados. La revalorización de esta identidad se ha convertido en un factor determinante en la elección del destino, ya que muchos turistas buscan experiencias auténticas que les permitan disfrutar de comidas emblemáticas y representativas del lugar (Sánchez Guerrero, 2021)

(Rivera, Triviño, Arandia, & Robles, 2020) indican que las prácticas alimentarias constituyen expresiones vivas de la identidad cultural de una comunidad, y que su preservación favorece el fortalecimiento del sentido de pertenencia y la diversificación de la oferta turística. Por ello, la gastronomía local no solo alimenta, sino que comunica historias y tradiciones que enriquecen la experiencia del visitante.

1.2.5 Experiencia turística

La experiencia turística se comprende como las emociones, vivencias y lo que estimula al visitante durante su estadía en el destino, en el ámbito gastronómico esa vivencia es importante dado que el consumidor ve todo como una representación cultural y emocional. (Gimenes-Minasse, 2023).

El visitante de hoy en día anhela recuerdos inolvidables, y en el caso de la gastronomía, estas surgen a partir del gusto, el nivel del servicio, el origen del plato, degustación de este y el entorno que lo rodea (López G. & Margarida, 2011), un

itinerario de sabores debe unificar esos aspectos para ofrecer un recorrido consistente, propio y formativo, capaz de transfigurar un alimento básico en un momento trascendente.

1.2.6 Factibilidad y aceptación turística

La factibilidad técnica en el contexto de las rutas gastronómicas concierne a la posibilidad de ejecución y operativa para llevar a cabo un recorrido que sea disponible para todos, libre de riesgos y práctico para el visitante. Esto supone evaluar atributos como los servicios presentes, la movilidad, la cercanía de los locales y la logística necesaria de la ruta (Serrano Rodríguez, 2022).

Por su parte, la aceptación turística está relacionada con el interés real del visitante en participar del producto, así como con la satisfacción generada por la calidad de la gastronomía ofrecida. Investigaciones como las de (Mauricio Carvache-Franco, 2021) demuestran que la motivación para consumir comida típica en la playa y la preferencia por los productos del mar son elementos determinantes para asegurar la demanda del recorrido. Así, un proyecto de ruta es viable cuando responde tanto a las necesidades del turista como a las condiciones del territorio.

1.2.7 Diseño de rutas gastronómicas

La planificación de rutas gastronómicas es el procedimiento que interconecta todos los aspectos citados para conformar un atractivo turístico planificado. Este diseño conlleva el acopio y evaluación de información territorial, el reconocimiento de los locales adherentes, el mapeo del recorrido y el concepto principal de la temática central del circuito.

Como sostienen (Cobos Criollo & Alvarez Cajamarca, 2022), este desarrollo debe estar apoyado en una planificación estratégica que toma en cuenta la representatividad gastronómica, la originalidad de los platos y el valor turístico de la localidad de la ruta. De igual manera, (Magallán Malavé, 2025) destaca la

trascendencia de integrar aspectos promocionales para la difusión eficaz del producto, procurando que este sea llamativa, destacable y sostenible.

1.2.8 Marco Legal

Como mencionan (Cobos Criollo & Alvarez Cajamarca, 2022), este proceso debe estar basado en una planificación estratégica que considere la representatividad gastronómica, la calidad del servicio, la autenticidad de los platos y el valor turístico de los puntos seleccionados. De igual manera, (Magallán Malavé, 2025) destaca la importancia de integrar criterios de marketing para la promoción efectiva del producto, garantizando que este sea atractivo, competitivo y sostenible.

Este estudio se respalda en el marco jurídico ecuatoriano que regula la actividad turística, la gestión del espacio público y el fomento de los productos turísticos vinculados a la gastronomía, a su vez estas disposiciones permiten comprender las obligaciones institucionales y los derechos que intervienen en la planificación, ordenamiento y promoción de una ruta gastronómica en la zona costera del malecón de Villamil Playas.

La (Asamblea Constituyente de, 2008) establece en su artículo 83 el preservar el deber tangible e intangible el patrimonio cultural, que incluye las tradiciones. De la misma forma el artículo 52 reconocer a los consumidores el derecho de recibir bienes y servicios de calidad, que da relación la ruta que se diseñara para atraer a los turistas y presentar la calidad que tanto habían esperado los nuevos turistas.

En relación con este marco, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), (Ejecutiva, 2018), atribuye a los Gobiernos Autónomos Descentralizados municipales la responsabilidad de controlar el aprovechamiento de áreas públicas, autorizar el funcionamiento, fomentar negocios de la zona y consolidar el turismo dentro de su territorio. Consecuentemente, el municipio de General Villamil Playas tiene la potestad directa para autorizar, fiscalizar y asistir la implementación de una ruta gastronómica en el malecón.

Por otro lado, (Borbúa, 2015) enfatiza que la Ley de Turismo y su respectivo reglamento establece que el turismo es un ámbito de importancia nacional, cuyo objetivo es impulsar la cultura, la economía y promover productos turísticos novedosos. Esta normativa admite el valor de la gastronomía como importante en la oferta turística, por lo que sustenta la formación de rutas culinarias como estrategia para variar las opciones del destino y mejorar la experiencia.

Asimismo, el Ministerio de Turismo, mediante lineamientos gubernamentales actuales, incentiva la revitalización turística a través del *Proyecto de Inversión para la Promoción Turística del Ecuador* (Minsiterio de turismo, 2024). Este documento pone en relieve potenciar las localidades mediante experiencias distintivas, entre ellos los gastronómicos, dado sus amplias posibilidades para generar movimiento en el comercio local e imagen de la zona. Por consiguiente, la ruta gastronómica proyectado es coherente con esta directriz publica que coloca en primer lugar la sostenibilidad, la renovación y la valorización cultural.

De igual manera, la normativa aplicable incluye disposiciones legales relacionadas con la salubridad y seguridad de los comestibles, entre las que se encuentran los requisitos de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) (Hidalgo Morales & Tamayo Arrieta, 2024). Estas normas definen directrices para el tratamiento de productos, las condiciones sanitarias de los trabajadores, las adecuaciones de las instalaciones y el trato al usuario, aspectos indispensables para avalar el nivel del servicio en los locales que formarán parte de la ruta.

De esta forma, los reglamentos municipales (Municipio de Playas, 2025) están particularmente por el uso de las actividades comercio es las regulaciones un gran y amplio respaldo legal ya que las reglas de supervisión y mantenimiento, se harán en base a la propuesta. Estos reglamentos crean un espacio operable y ayudando a la accesibilidad.

Este fundamento normativo nos presenta la justificación de este estudio en como los sectores y las municipalidades pueden velar por nuestro recorrido gastronómico para que se cumpla todos los fundamentos legales de seguridad y sostenibilidad.

CAPITULO II

METODOLOGÍA

2.1 Diseño de investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un diseño no experimental, debido a que las variables no fueron manipuladas, sino observadas y analizadas tal como se presentan en su contexto real, específicamente en la zona costera del malecón del cantón General Villamil Playas.

El alcance del estudio es descriptivo y propositivo. Es descriptivo porque permitió caracterizar la situación actual de la oferta gastronómica, el perfil de los establecimientos y la percepción de los turistas respecto a la experiencia gastronómica en el malecón. Asimismo, es propositivo porque, a partir del diagnóstico situacional obtenido, se planteó el diseño de una ruta gastronómica como alternativa para fortalecer la experiencia turística y dinamizar la actividad económica local.

Se adoptó un enfoque mixto, integrando técnicas cualitativas y cuantitativas de manera concurrente, es decir, los datos se recolectaron en un mismo periodo de tiempo y posteriormente se analizaron de forma complementaria. El enfoque cuantitativo permitió medir la percepción y preferencias de los turistas mediante encuestas, mientras que el enfoque cualitativo facilitó la comprensión del contexto local a través de entrevistas a propietarios y la observación directa de los establecimientos gastronómicos.

Este diseño metodológico permitió obtener una visión integral del fenómeno estudiado y sustentar adecuadamente la propuesta de la ruta gastronómica en el malecón de Villamil Playas.

2.2 Métodos de investigación

Para el desarrollo de la investigación se emplearon los siguientes métodos, seleccionados en función de su pertinencia y aporte al cumplimiento de los objetivos planteados.

Método descriptivo

Este método permitió describir y caracterizar la realidad actual del malecón de Villamil Playas, considerando aspectos como la tipología de los establecimientos gastronómicos, los servicios ofrecidos, la afluencia turística y las percepciones de los visitantes respecto a la experiencia gastronómica. Su aplicación fue fundamental para el diagnóstico situacional de la zona de estudio.

Método analítico

El método analítico se utilizó para examinar de manera detallada los componentes que conforman la oferta gastronómica del perfil costero, permitiendo descomponer la información obtenida en elementos específicos como infraestructura, atención al cliente, variedad de platos y condiciones del entorno. Este análisis facilitó la identificación de fortalezas y debilidades relevantes para el diseño de la ruta gastronómica.

Método inductivo

Mediante el método inductivo se interpretaron los resultados obtenidos a partir de encuestas, entrevistas y observación directa, permitiendo establecer conclusiones generales basadas en datos particulares. Este método contribuyó a fundamentar la

propuesta de la ruta gastronómica como una alternativa viable para mejorar la experiencia turística en el malecón de Villamil Playas.

2.3 Población

La población objeto de estudio estuvo conformada por dos grupos principales en ella los establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el perfil costero del malecón del cantón General Villamil Playas y los turistas que visitan dicha zona.

En cuanto a los establecimientos gastronómicos, el perfil costero de Villamil Playas comprende aproximadamente 14 kilómetros de extensión, dentro de los cuales se identifican 205 establecimientos entre comedores, cabañas y asociaciones gastronómicas, distribuidos desde el sector del malecón central hasta el área de El Esterillo. Estos establecimientos constituyen un elemento clave de la oferta turística local y fueron considerados como parte de la población de estudio para el análisis de la actividad gastronómica.

Respecto a los turistas, la población estuvo conformada por los visitantes nacionales y extranjeros que acuden al malecón de Villamil Playas durante la temporada de mayor afluencia turística, quienes participaron como fuente primaria de información para conocer la percepción sobre la experiencia gastronómica del destino.

2.3.1 Muestreo

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que no existe un registro oficial que determine la cantidad exacta de visitantes que llegan al malecón, por ello se realizó considerando criterios específicos relacionados con los objetivos del estudio y la accesibilidad a los sujetos de investigación.

En relación con los turistas, se aplicaron un total de 300 encuestas a visitantes que se encontraban en el malecón del cantón General Villamil Playas, durante el período de levantamiento de información. La aplicación de las encuestas se realizó durante el feriado nacional del Día de los Difuntos, en el mes de noviembre, así como durante fines de semana, momentos en los que se registra una mayor afluencia turística en el cantón.

La selección de los encuestados se efectuó de manera directa en el sitio de estudio, priorizando a turistas nacionales y visitantes que se encontraban consumiendo o recorriendo establecimientos de alimentos y bebidas del perfil costero, lo que permitió obtener información relevante sobre su percepción y experiencia gastronómica.

Por otra parte, para el componente cualitativo del estudio, se consideraron establecimientos de alimentos y bebidas ubicados dentro del perfil costero del malecón, seleccionados en función de criterios como su ubicación, afluencia de clientes, tipo de servicio ofrecido y la disposición de los propietarios o administradores para participar en la investigación. Estos establecimientos aportaron información clave para el análisis de la oferta gastronómica y para la formulación de la propuesta de la ruta gastronómica.

2.4 Recolección y procesamiento de datos

La recolección de datos de la presente investigación se realizó mediante un enfoque mixto, empleando técnicas e instrumentos tanto cuantitativos como cualitativos, con el propósito de obtener información integral sobre la factibilidad y aceptación de la ruta gastronómica en el malecón del cantón General Villamil Playas.

En la fase cuantitativa, se aplicaron 300 encuestas dirigidas a turistas nacionales y visitantes que se encontraban en el malecón de General Villamil Playas. La aplicación de las encuestas se llevó a cabo durante el feriado de Día de los Difuntos en el mes de noviembre, así como en fines de semana posteriores, periodo considerado de alta afluencia turística. El instrumento estuvo estructurado en preguntas cerradas y de

opción múltiple, orientadas a identificar el perfil del visitante, su percepción sobre la oferta gastronómica local, el interés en participar en una ruta gastronómica y el nivel de aceptación de la propuesta.

En la fase cualitativa, se utilizaron 6 entrevistas semiestructuradas dirigidas a propietarios y administradores de establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el malecón, así como 13 fichas de observación aplicadas durante las visitas a los establecimientos seleccionados. Estos instrumentos permitieron recopilar información relacionada con las características del servicio, condiciones de infraestructura, oferta gastronómica, disposición para integrarse a la ruta y aspectos vinculados a la experiencia turística.

Para el procesamiento de los datos cuantitativos, la información obtenida de las encuestas fue tabulada y analizada mediante estadística descriptiva, utilizando frecuencias y porcentajes, lo cual permitió interpretar de manera clara las tendencias y percepciones de los turistas. Este tipo de análisis resultó suficiente y pertinente debido al carácter descriptivo y propositivo del estudio.

Los datos cualitativos obtenidos a través de las entrevistas y fichas de observación fueron organizados y analizados mediante la identificación de categorías y patrones de respuesta, lo que facilitó la comprensión de las opiniones, criterios y niveles de aceptación de los actores involucrados en la propuesta de la ruta gastronómica.

2.5. Sistema de información geográfica

La aplicación (QGIS) permitió que la información recolectada en campo pueda distribuirse ordenadamente para diseñar la ruta gastronómica "SABOR A MAR" donde por medio de este sistema es posible divisar cada punto de los establecimientos existentes a través de un mapa.

2.6. Canva

Por medio de esta herramienta se diseñaron los folletos promocionales, volantes, y pulido del logo de la marca, ya que con el fácil manejo de este.

2.7. IbisPaint X

Esta aplicación permite crear el logo de la marca con aquellas ideas que se tienen en mente, el logo servirá para los turistas e identificación de quienes integran la Ruta Gastronómica.

2.8. Wunderalbel

Esta herramienta permitirá diseñar pulseras personalizadas que ayudara identificar a los turistas quienes permanecerán en el transcurso de la Ruta Gastronómica.

2.9. MockupBro

Se diseño para la ruta gastronómica diversos productos como merchandising, como gorra y termo. Esta herramienta me permitirá visualizar cómo se verían los productos con los diseños de la marca, antes de producirlos.

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Diagnostico situacional

3.1.1 Ubicación

El cantón General Villamil Playas está situado al suroeste de la provincia del Guayas, con una extensión de 280 km², y una población aproximada de 58.768 habitantes, cifra que se duplica en temporada alta (enero–abril) y durante festividades como Carnaval. Se localiza a 96 km de Guayaquil, lo que facilita el flujo constante de visitantes, convirtiéndolo en uno de los principales balnearios de la costa ecuatoriana debido a su clima cálido y a sus 14 km de playas continuas, (Guayas, 2025).

Grafica 1. Ubicación del cantón General Villamil Playas



Fuente: Wikipedia enciclopedia libre Playas

3.1.2 Clima

General Villamil Playas presenta un clima **tropical seco**, condicionado por la influencia de la corriente fría de Humboldt. Esto genera temperaturas cálidas que se mantienen durante todo el año, con promedios que fluctúan entre **23 °C y 26 °C**, y con niveles de precipitación reducidos que se concentran en los primeros meses del año, a su vez estas características favorecen la actividad turística permanente, especialmente las relacionadas con sol y playa (Guayas, 2025).

3.1.3 Atractivos turísticos

General Villamil Playas es reconocido por su extenso perfil costero de 14 kilómetros, donde se distribuyen balnearios y espacios recreativos que reciben visitantes durante todo el año. Entre los atractivos más representativos se encuentran:

- Malecón de Playas, principal punto de encuentro turístico.
- Letras turísticas PLAYAS, ubicadas en la zona del rompeolas.
- Playa el faro, que se encuentra yendo a la vía Engabao, donde se pueden practicar actividades acuáticas extremas como surf.
- Cabalgatas por la playa, actividad típica en la zona costera.
- Miradores naturales, presentes a lo largo del malecón.

Estos atractivos conforman la base de la oferta turística que complementa la gastronomía marina del malecón (Lindao Lázaro, 2014)

3.1.4 Afluencia de turistas

Durante temporada alta especialmente entre enero y abril la afluencia turística en General Villamil Playas aumenta de manera considerable, llegando incluso a duplicar la población residente, ya que en los meses de Carnaval, Semana Santa y feriados nacionales concentran la mayor cantidad de visitantes. (De La A Mite, 2025) menciona en su trabajo de titulación que el cantón Playas señala que los flujos turísticos muestran un comportamiento estacional marcado, donde el clima cálido y las actividades recreativas influyen directamente en la llegada de turistas.

3.1.5 Perfil del turista que visita Villamil

El perfil del turista que visita General Villamil Playas corresponde, en su mayoría, a visitantes nacionales provenientes de la provincia del Guayas, quienes viajan en grupos familiares o con amigos. Predominan personas jóvenes entre 18 y 40 años, motivadas por actividades de sol y playa, prácticas recreativas y la gastronomía marina. Según (De La A Mite, 2025), la mayoría de los turistas permanece en el destino por periodos cortos entre pocas horas y un fin de semana con un gasto promedio moderado y una alta preferencia por establecimientos ubicados en la franja costera.

3.1.6 Capacidad turística

El perfil costero de General Villamil Playas comprende **14 kilómetros**, dentro de los cuales se contabilizan **205 establecimientos de alimentos y bebidas**, distribuidos entre cabañas, comedores y asociaciones gastronómicas. Este corredor concentra la actividad turística del cantón y constituye el espacio principal para la oferta gastronómica basada en mariscos frescos. La capacidad turística también está marcada por la presencia de diversas asociaciones, entre las que se destacan:

- Asociación de Comedores “ASOMISHI”: 5 comedores dirigido por la presidenta Ángela Cortés.
- Asociación Ocaso Playas Mar (presidente Carlos Escalante): 12 comedores.
- Asociación Techitos Azules (presidenta Sarita Suárez): 16 comedores.
- Patios gastronómicos frente a la cancha de vóley:
 - Cada patio cuenta con 15 comedores.
 - Existen asociaciones como *Dos de Mayo* y *El Sol Brilla Para Todos*.
- Zona Tesomembrana hasta El Esterillo: 59 comedores distribuidos entre varias asociaciones:
 - Dos de mayo
 - El Sol Brilla Para Todos
 - Sol y Mar
 - Aventura del Mar

Desde allí los demás comedores que comprenden la zona costera está conformado por comedores cabañas hamacas 30 comedores desde la bajada del shopping hasta kilómetro de sinfonía del mar entre ellas son asociación 15 de junio presidente Lucía Bradley 64 socios comedores desde la lista actualizada, por la bajada de San Vicente 6 comedores entre ellas:

- Asociación Barco Barado
- Asociación San Alejo
- Asociación Destino Azul
- Asociación Playa Bella
- Asociación Playa Mar

Toda esta estructura constituye la capacidad gastronómica actualizada del perfil costero de Playas.

3.1.7 Transporte terrestre

En el ámbito del transporte que posee General Villamil Playas es únicamente de manera terrestre, esta se consolida con la presencia de unidades formales e informales quienes permiten la movilización dentro de este sitio, de la misma manera en la recolección de información de campo se logró visualizar la palpable diferencia de esta con otros destinos, ya que esta no posee una terminal terrestre propia es decir se movilizan por medio de tres cooperativas de las cuales se llaman, cooperativa Manglaralto, cooperativa Posorja, cooperativa Villamil que va de Guayaquil a progreso.

A nivel interno, la movilidad se realiza principalmente mediante:

a) Tricimotos (mototaxis)

Son uno de los medios de transporte más utilizados por turistas y habitantes. Funcionan como taxis locales y circulan por toda la franja costera, el malecón y las zonas residenciales, facilitando recorridos cortos y rápidos.

b) Vehículos livianos particulares y camionetas

Muchos turistas llegan en vehículos propios desde Guayaquil y cantones cercanos, por lo que el tránsito vehicular aumenta durante fines de semana, feriados y temporada alta.

c) Transporte informal turístico

Existen carritos pequeños de alquiler que algunos visitantes utilizan para movilizarse por el malecón o sectores cercanos. No forman parte de un sistema regulado, pero sí son visibles durante la temporada alta. Esta frecuencia facilita la llegada de turistas nacionales durante todo el año, especialmente en feriados o temporadas de mayor movimiento (Municipio de Playas, 2025).

3.1.8 Establecimiento

Según (Alemán, 2024), los negocios deben cumplir una función doble como la de aportar un valor diferenciado a lo ofrecido y el poder satisfacer las necesidades alimentarios con sus experiencias gastronómicas

Tabla 1

Establecimientos de alimentos y bebidas

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	CAPACIDAD	PLAYA
1	Lo Mejor D' Mary	Bajada del Humboldt	1 mesa 4 sillas	Rompeolas
2	Don Guacho	Bajada del Humboldt	2 mesas 8 sillas	Rompeolas
3	Demajce	Bajada del Humboldt	1 mesa 4 sillas	Rompeolas
4	Cevichería D' Mary	Bajada Humboldt	2 mesas 8 sillas	Rompeolas
5	Comedor y Piqueos Pamelita	Bajada del Humboldt	3 mesas 9 sillas	Rompeolas
6	Comedor Playa Mar	Av Jambeli	10 sillas 30 mesas	Malecón
7	Comedor Jaweth	Av Jambeli	6 mesas 18 sillas	Malecón
8	Bocaditero	Av Jambeli	8 mesas 24 sillas	Malecón

9	Alarcon JR	Av Jambeli	4 mesas 26 sillas	Malecón
10	Comedor María	Av Jambeli	7 mesas 28 sillas	Malecón
11	Comedor Jesenia	Av Jambeli	6 mesas 18 sillas	Malecón
12	LOL M&K	Av Jambeli	5 mesas 15 sillas	Malecón
13	Comedor Anita	Av Jambeli	4 mesas 16 sillas	Malecón
14	Comedor Esperanza	Av Jambeli	3 mesas 18 sillas	Malecón
15	Comedor 100pre Jenny	Av Jambeli	4 mesas 16 sillas	Malecón
16	Comedor Brisas Marina	Av Jambeli	3 mesas 15 sillas	Malecón
17	Comedor Don Vencho	Av Jambeli	4 mesas 20 sillas	Malecón
18	Comedor 3 Hermanos	Av Jambeli	2 mesas 12 sillas	Malecón
19	Comedor Sonia	Av Jambeli	3 mesas 18 sillas	Malecón
20	Comedor Mary	Av Jambeli	4 mesas 22 sillas	Malecón
21	Comedor Hermanos Urandos	Av Jambeli - Bajada del shooping	3 mesas 30 sillas	El Estero
22	Comedor Doña Cecy	Av Jambeli - Bajada del shooping	4 mesas 35 sillas	El Estero
23	Comedor Mirla Mercedes	Av Jambeli - Bajada del shooping	6 mesas 18 sillas	El Estero
24	El Hijo de Doña Ceci	Av Jambeli - Bajada del shooping	5 mesas 30 sillas	El Estero
25	Comedor Adriana	Av Jambeli - Bajada del shooping	5 mesas 25 sillas	El Estero
26	Comedor Bienita	Av Jambeli - Bajada del shooping	4 mesas 20 sillas	El Estero
27	Comedor Genesis	Av Jambeli - Bajada del shooping	5 mesas 30 sillas	El Estero
28	Comedor Laura	Av Jambeli - Bajada del shooping	6 mesas 18 sillas	El Estero

29	Comedor Angely	Av Jambeli - Bajada	5 mesas 30 sillas	El Estero del shooping
30	Comedor Tio Jhonny	Av Jambeli - Bajada	7 mesas 28 sillas	El Estero del shooping
31	Comedor Anita	Av Jambeli - Bajada	5 mesas 24 sillas	El Estero del shooping
32	Comedor Sunset	Bajada 26 Kilometro 5	5 mesas 20 sillas	Las Valentinas
33	Comedor Marthita	Bajada 26 Kilometro 5	5 mesas 20 sillas	Las Valentinas
34	Comedor Don Peter	Bajada 26 Kilometro 5	4 mesas 16 sillas	El Arenal
35	Comedor Delicias del Mar	Kilometro 6	4 mesas 16 sillas	El Arenal
36	Comedor Don Viche	Kilometro 6	4 mesas 16 sillas	El Arenal
37	Restauran Brisas del Mar	Puerto Engabao	6 mesas 36 sillas	Playa Paraíso
38	Comedor Arisneth	Puerto Engabao	3 mesas 18 sillas	Playa Paraíso
39	Comedor Sabor Mañanita	Puerto Engabao	3 mesas 6 sillas	Playa Paraíso
40	Comedor Marycris	Puerto Engabao	4 mesas 36 sillas	Playa Paraíso
41	Comedor Mira Mercedes	Puerto Engabao	4 mesas 20 sillas	Puerto Engabao
42	Comedor Hermanos Saicos	Puerto Engabao	3 mesas 15 sillas	Puerto Engabao
43	Doña Clementina	Bajada Humboldt	2 mesas 6 sillas	Rompeolas
44	Bendicion de Di	Bajada Humboldt	1 mesa 4 sillas	Rompeolas
45	Michela	Bajada Humboldt	1 mesa 4 sillas	Rompeolas
46	Frituras vivi	Bajada Humboldt	1 mesa 4 sillas	Rompeolas

47	Cevichería Alex	Bajada Humboldt	4 mesas 24 sillas	Rompeolas
48	Lo mejor D mary	Bajada Humboldt	4 mesas 24 sillas	Rompeolas
49	Comedor Don	Av Jambeli	5 mesas 20 sillas	Malecón
50	Cabña My Lady	Av Jambeli	4 mesas 24 sillas	Malecón

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

3.2. Elementos intervinientes para el diseño de la ruta gastronómica

3.2.1. Selección de establecimientos

En la zona costera del Malecón de General Villamil Playas se identifican 205 establecimientos dedicados a la oferta gastronómica, distribuidos entre cabañas, comedores, asociaciones y locales independientes. Esta información fue proporcionada por dirigentes comunitarios, representantes de asociaciones de la franja turística y el levantamiento realizado durante el trabajo de campo.

Para la elaboración de la Ruta Gastronómica “*Sabor a Mar*”, se emplearon criterios de selección orientados a garantizar que los establecimientos participantes representen adecuadamente la identidad culinaria local. Entre los criterios considerados se incluyen:

Grafica 2. Criterios



Elaborado por: Cruz Q. Denisse C.

Centrándonos en este análisis de los 205 establecimientos con la respectiva revisión del perfil, se pudo determinar que para la ruta se tuvo que delimitar a los comedores que cumplieran con los criterios establecidos. Posteriormente, se realizaron visitas para dialogar con propietarios y administradores, con el fin de conocer su disponibilidad, capacidades y apertura a participar en una ruta gastronómica formal. Tras este proceso, se seleccionaron 6 establecimientos y una asociación quienes manifestaron interés en integrarse a la propuesta; Comedor Rosa de Sarón; Asociación de Comerciantes de Mariscos Anexos; Cevichería Alexandra; Comedor Bendición de Dios; Comedor Don Guacho; Comedor Lo Mejor de Mary; Cabaña My Lady.

Estos negocios destacan por su especialidad culinaria, su trayectoria, la calidad de sus productos y su cercanía a los puntos de interés turístico del malecón, es por ello que la selección permite estructurar un recorrido coherente, accesible y representativo de la gastronomía marina propia del cantón.

3.1 Análisis de datos

3.1.2 Análisis de datos cualitativos

En este apartado se exponen los hallazgos cualitativos obtenidos a partir de las entrevistas realizadas a seis informantes claves, quienes aportaron datos fundamentales para el desarrollo del análisis investigativo. Esta información fue procesada y analizada mediante un enfoque manual asistido por herramientas de Inteligencia Artificial (IA). El proceso inició con la carga de las transcripciones en dichas plataformas tales como Sankey Matic y Wordclouds, que facilitaron la identificación preliminar de códigos temáticos y la generación de una nube de palabras para visualizar frecuencias léxicas. Posteriormente, se revisaron, depuraron y validaron manualmente estos códigos sugeridos, asegurando el rigor del análisis cualitativo, lo que posibilitó la codificación fue la identificación de patrones y categorías que enriquecen el análisis y respaldan la creación de estrategias de innovación tecnológica. La tabla que se muestra a continuación distribuye los códigos generados a partir de las entrevistas, identificando el número total de códigos asignados a cada uno de los seis informantes clave:

Tabla 2. Datos cualitativos

Entrevista	Códigos	%
E1. Cabaña "Bendición de Dios"	63	16.7%
E2. Comedor "Rosa de SARÓN"	62	16.5%
E3. Cevichería Alexandra	63	16.7%
E4. Cabaña "Lo Mejor de Mary"	63	16.7%
E5. Comedor Don Guacho	62	16.5%
E6. Cabaña My lady	61	16.2%
Total códigos	374	100%

Fuente: Entrevistas actores claves

Elaborado por: Cruz Q. Denisse C.

Dentro del presente análisis cuantitativo observamos como los códigos ayudan para entender la distribución de la información dada por los informantes claves, dando

una forma clara sobre la estacionalidad y la importancia en sus respuestas a los temas estudiados lo cual es una base para la creación de estrategias.

Es por ello por lo que esta codificación expone los resultados relacionados con las co-ocurrencias permite profundizar en las conexiones entre diferentes códigos, dando a conocer los patrones y vínculos de gran relevancia que beneficia la discusión sobre los temas abordados por los actores clave. En esta parte se presenta la tabla correspondiente, la cual destaca las co-ocurrencias más relevantes y su papel dentro del marco del estudio. A continuación, se presenta una **tabla de Co-ocurrencias simulada** basada en el análisis cualitativo de las 6 entrevistas, mostrando la frecuencia con la que los temas principales aparecieron juntos:

Tabla 3. Co-ocurrencias códigos

Co ocurrencia	Apoyo ruta gastronomica	Debilidades Infraestructura	Fortaleza servicio	Rol gastronomía Tur	Seguridad	Control municipal	Producto fresco
Apoyo ruta gastronomica	0	12	10	25	8	10	5
Debilidades Infraestructura	12	0	4	7	30	28	3
Fortaleza servicio	10	4	0	15	3	2	20
Rol gastronomía tur	25	7	15	0	6	5	18
Seguridad	8	30	3	6	0	22	1
Control municipal	10	28	2	5	22	0	2
Producto fresco	5	3	20	18	1	2	0

Fuente: Entrevistas actores claves

Elaborado por: Cruz Q. Denisse C.

Este análisis cualitativo de clasificación de las coocurrencias permite identificar como la palabra mismo lo dice las correlaciones de primera entre aquellos recursos que cuentan los locales y las barreras externas las cuales enfrentan, cabe recalcar que estas correspondencias suministran un abordaje estructurado sobre la sostenibilidad y las medidas indispensables para poner en practica con efectos sumamente favorables para la ruta del malecón de Villamil Playas.

En primer lugar, es crucial destacar la interdependencia entre las ventajas del servicio y el producto fresco (co-ocurrencia de 20). Esto significa que el valor agregado actual de los negocios del malecón se basa en dos pilares: la calidad del ingrediente local (mariscos) y el trato amable en la atención. Los propietarios reconocen que esta combinación es la causa central por el cual el viajero interno regresa. Sin embargo, estas acciones propias se encuentran restringidos por factores externos.

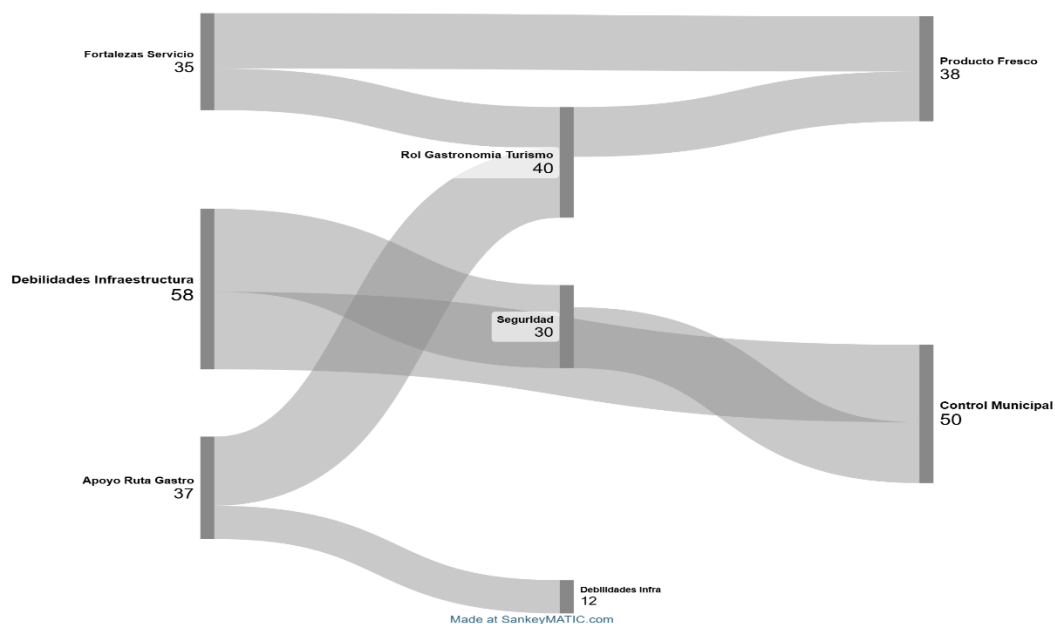
La coocurrencia entre las faltas en la infraestructura junto con la seguridad y la importante falta de control se hace mas notable con los valores 22 y 30. Estos resultados nos indican sobre la vulnerabilidad y una falta de la gestión municipal, son los obstáculos que pueden llegar a afectar al cliente.

A pesar de estos impedimentos, la información indica una conexión solida entre el respaldo a la ruta gastronómica y la contribución de la gastronomía en el turismo (co-ocurrencia de 25). Esto confirma que existe una buena acogida a la propuesta. Las partes interesadas ven la ruta no solo como un plan de promoción, sino como una herramienta de planificación y fomento que puede atenuar las limitaciones vigentes al especializar y mostrar su oferta de manera coordinada.

Pese a estos problemas, los resultados no muestran una correlación entre la gastronomía en el turismo y ese respaldo por una ruta en la coocurrencia de 25, esto confirma el recibimiento para la propuesta, con las partes interesadas al ver a la ruta como una herramienta para una planificación idónea y un fomento a la oferta turística

Los descubrimientos apuntan que para que la ruta gastronómica sea rentable, no basta con resaltar oferta culinaria superior y el servicio eficiente. El proyecto debe incorporar estrategias que aborden las percepciones de aspectos críticos. Al consolidar estos elementos, se puede lograr una experiencia más apetecible, segura y planificada que fomente la estancia prolongada, la lealtad del destino Villamil playas.

Gráfico 1. *Diagrama de Sankey*



Fuente: *co-ocurrencias códigos*

Elaborado por: *cruz q. Denisse c.*

Para la interpretación del diagrama de Stanley con los resultados de coocurrencia y su relación, para poder observar sus fortalezas, identidad y la gestión municipal, en cómo se relacionan con el aporte de la ruta gastronómica, el gráfico muestra la ruta y su implantación en la experiencia del visitante puede ser positiva.

Los puntos que se conectan con las fortalezas en el servicio junto con la gastronomía demuestran como la puesta en valor del proyecto a los establecimientos se basa en la atención del cliente principalmente en la comida local como atractivo.

El diagrama también resalta los cambios significativos con barreras a destacar donde también se observó una relación entre la infraestructura y las debilidades estos elementos se presentan como freno para un desarrollo, por lo que se sugiere que darle énfasis en los problemas estructurales, la experiencia del consumidor se ver mejorada.

El diagrama de Sankey nos muestra el apoyo de la ruta se presenta como una estrategia central el flujo de las fortalezas como de las debilidades indican que estas rutas pueden

Por otro lado, palabras que indican problemas principales como "infraestructura", "seguridad" y "control municipal" resultan de importancia en este análisis. Estos resultados respaldan que las fallas de la administración como, control de vendedores informales y la percepción de falta de seguridad se constituyen de impedimentos que perjudican la "experiencia" del consumidor, al margen del valor comunitario.

De este modo las palabras tienen como indicado el proceso como las palabras rutas y organización lo que es una mención entre el respaldo al proyecto de la ruta y la gastronomía en el turismo lo que nos indica que es favorable para propuesta para estructuración y el respectivo posicionamiento.

Así mismo, en la nube de palabras manifiesta que la ruta es efectiva no solo con la oferta y su atención, sino que el proyecto mismo logra integrar estrategias que contrarrestan las adhesas relaciones con la seguridad y los servicios brindados. Con potencias eso se lograría mayor interés en el recorrido para el destino de Villamil Playas.

Insights

De acuerdo con el análisis cualitativo de coocurrencias con los datos de las entrevistas de dueños y directivos de los locales en el malecón, surgió puntos importantes sobre la posibilidad de la ruta gastronómica. Un elemento determinante para tener una oferta gastronómica es que esta sea manejada junto a productos frescos, como los mariscos, tal y cual como mencionan los propietarios que el argumento central del turista nacional es destacado.

Se identificaron los obstáculos significativos que limitan las iniciativas propias, la coocurrencia más destacada es sobre el servicio, la seguridad y falta de control municipal. Estos mismo actúan como un impedimento para el desarrollo, si no se abordan traería fallas sistemáticas a la experiencia del visitante. La propuesta de la ruta es importante tener estos puntos en cuenta ya que tendrán un impacto significativo si no son tomados en cuenta

3.1.1 Análisis las encuestas realizadas en el malecón general Villamil Playas

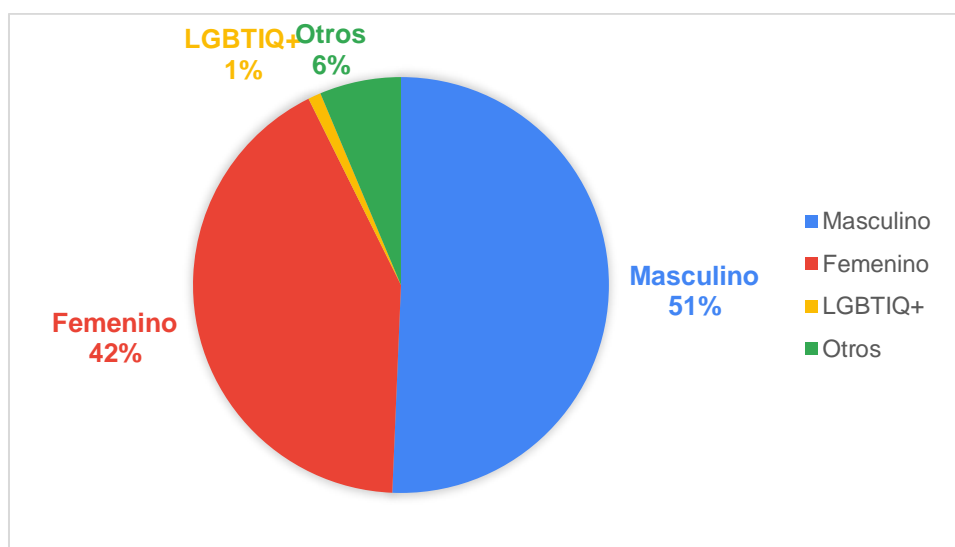
Tabla 4. Género.

Datos	Cantidad	Porcentaje
Masculino	152	51%
Femenino	126	42%
LGBTIQ+	3	1%
Otros	19	6%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfica 3. Género.



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

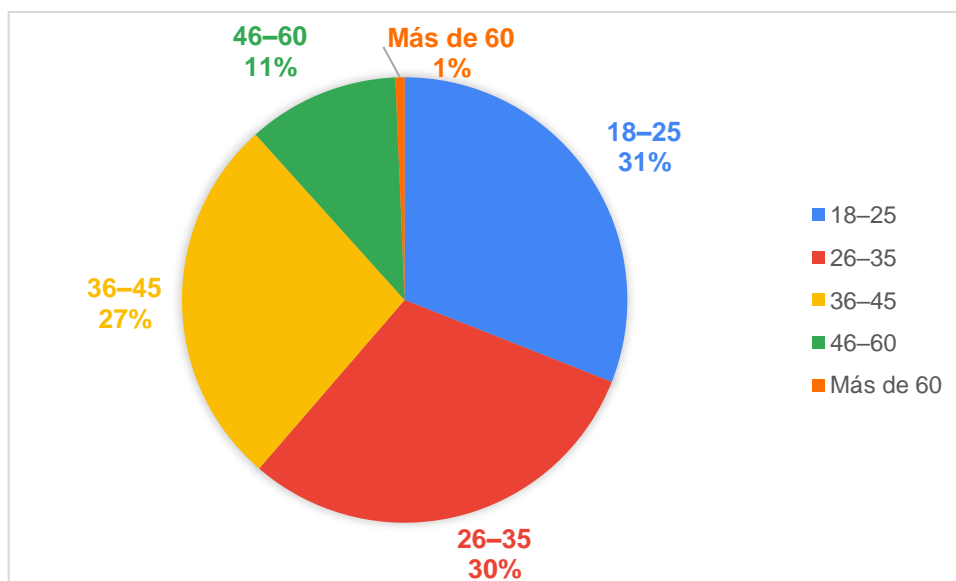
Los resultados evidencian un punto significativo del género masculino que presenta un 51%, de cierto punto de vista también muestra equilibrio tanto en el masculino como en el femenino 42%.

Tabla 5. Edad

Datos	Cantidad	Porcentaje
18-25	93	31%
26-35	91	30%
36-45	81	27%
46-60	33	11%
Más de 60	2	1%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfica 4. Edad

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Se revela una presencia de jóvenes adultos que se encuentran de un rango de 18-25 con un 31%, de esa misma forma con 26-35 con 30%. Esto puede representar de que se están inclinando en un punto de rango productivo laboralmente.

Tabla 6. Residencia

Datos	Cantidad	Porcentaje
Local	82	27%
Nacional	177	59%
Extranjero	41	14%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfica 5. Residencia

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

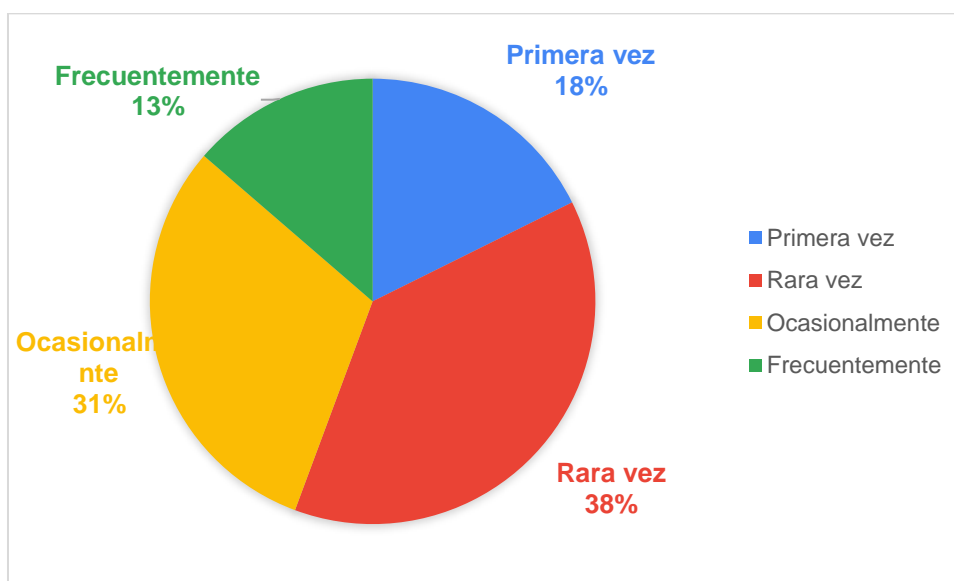
En cuanto a la residencia se ve una gran predominancia a lo nacional con un 59% que da a entender que gran parte son de diferentes partes del Ecuador, lo que resulta enriquecedor para nuestro planteamiento.

Tabla 7. Frecuencia de visita

Datos	Cantidad	Porcentaje
Primera vez	53	18%
Rara vez	114	38%
Ocasionalmente	92	31%
Frecuentemente	41	14%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 6. Frecuencia de visita.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

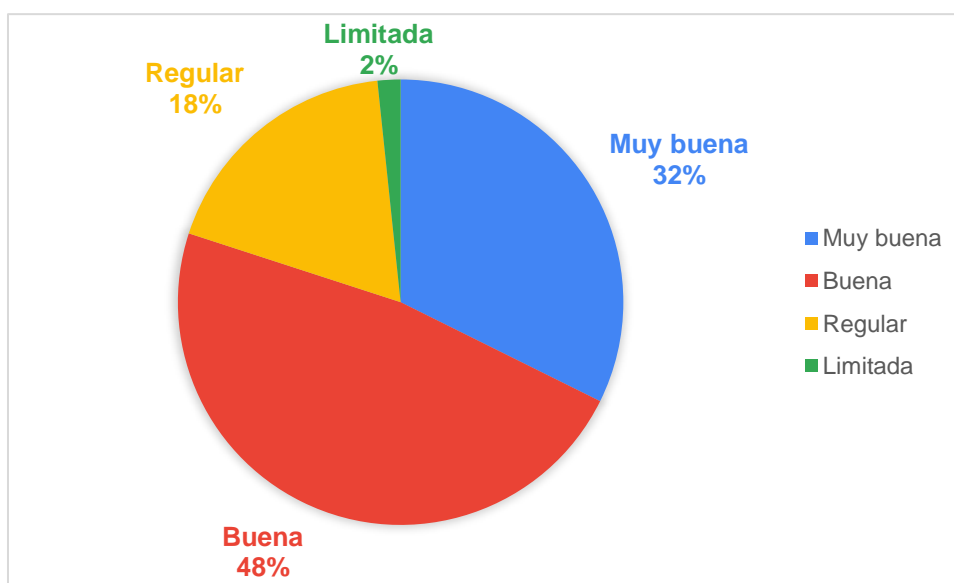
El análisis correspondiente podemos observar que un rango intermedio presenta que rara vez dan una visita a esta playa y un porcentaje menor es realmente el que va por primera vez dando un 18%

Tabla 8. ¿Cómo calificaría la variedad de la oferta gastronómica del malecón?

Datos	Cantidad	Porcentaje
Muy buena	97	32%
Buena	143	48%
Regular	55	18%
Limitada	5	2%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 7. ¿Cómo calificaría la variedad de la oferta gastronómica del malecón?

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Respecto a las calificaciones que dan los consumidores podemos observar que hay una buena aceptación con un 48% dando así que es una valoración bastante aceptable para el lugar, pero también generando cuestiones de que podría ser mejor.

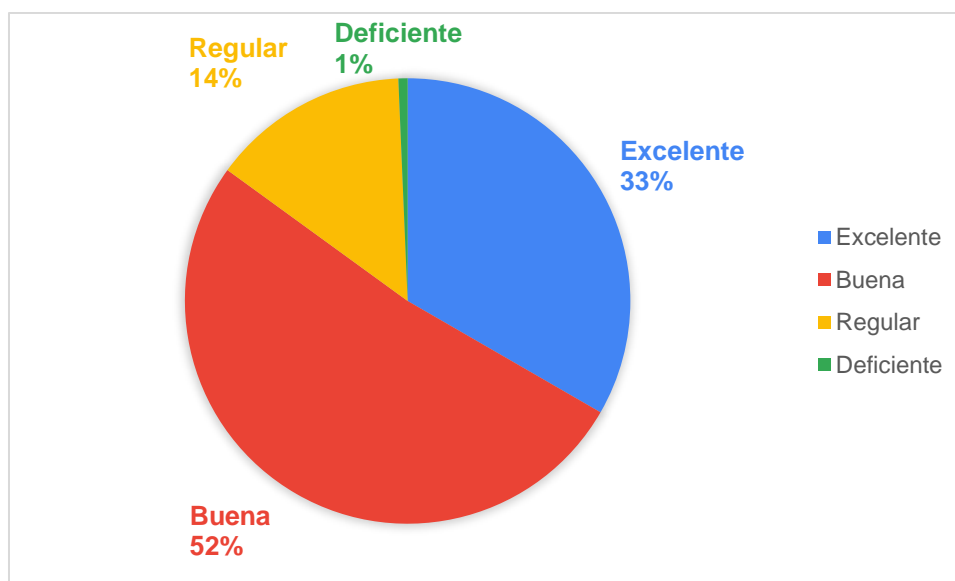
Tabla 9. ¿Cómo valora la calidad del servicio recibido en los establecimientos del malecón?

Datos	Cantidad	Porcentaje
Excelente	100	33%
Buena	155	52%
Regular	43	14%
Deficiente	2	1%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 8. ¿Cómo calificaría la variedad de la oferta gastronómica del malecón?



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

El análisis de la valoración de la calidad brindada nos refleja con un 52% siendo buena y que los establecimientos han sabido como mantener una calidad presente estando la calidad de lo ofrecido.

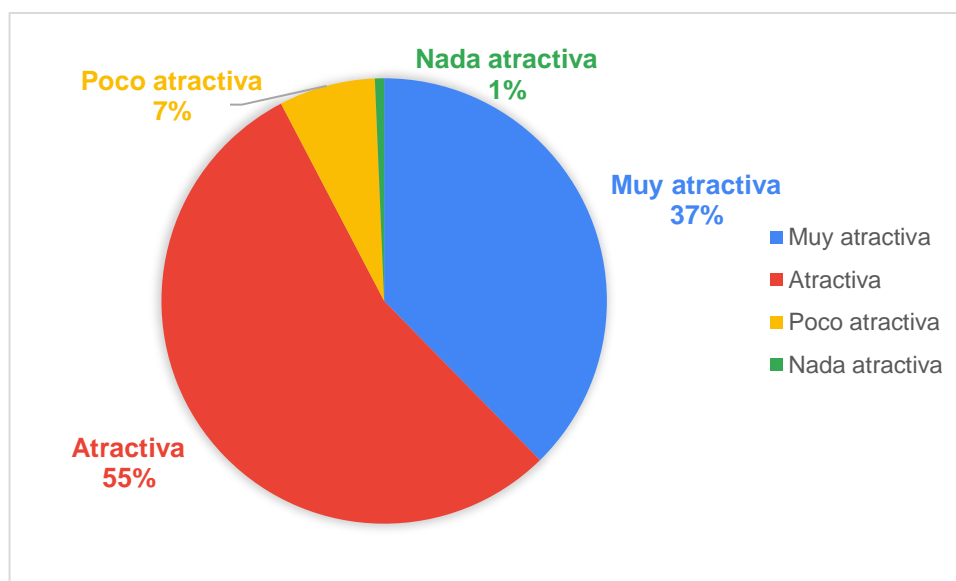
Tabla 10. *¿Cómo considera la presentación de los platos en los locales que ha visitado?*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Muy atractiva	113	38%
Atractiva	164	55%
Poco atractiva	21	7%
Nada atractiva	2	1%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 9. *¿Cómo considera la presentación de los platos en los locales que ha visitado?*



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

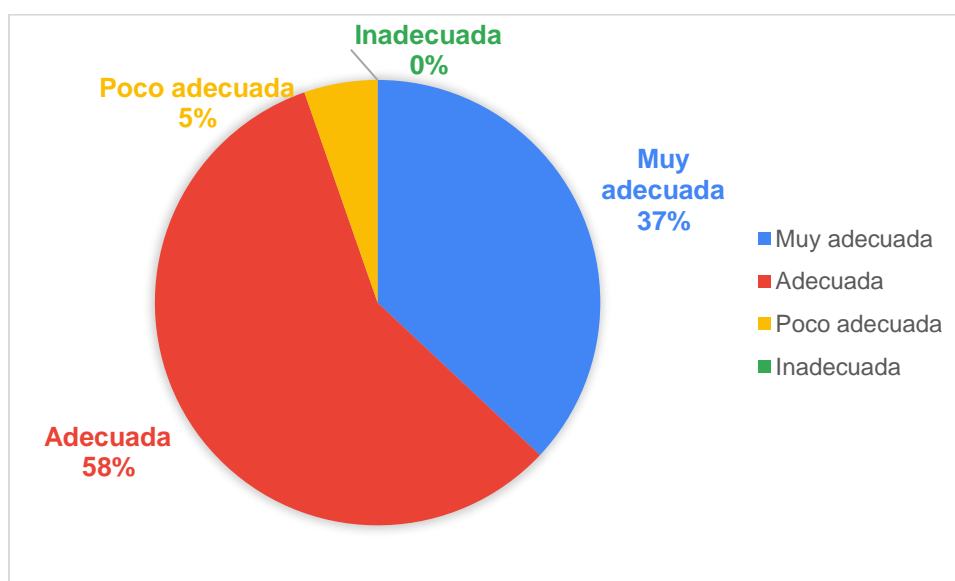
Las encuestas indican la apariencia de los platos presentados ha sido del agrado siendo atractivo para el consumidor reflejado con un 55% que lo ve como atractivo estos platos locales que se les han presentado.

Tabla 11. *En cuanto a la higiene y manipulación de alimentos, su percepción es:*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Muy adecuada	111	37%
Adecuada	173	58%
Poco adecuada	16	5%
Inadecuada	0	0%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 10. *En cuanto a la higiene y manipulación de alimentos, su percepción es:*

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Los resultados obtenidos reflejan que la percepción de los visitantes en cuanto a cuestiones de higiene es valorativamente favorable dando un 58% que lo ven que es adecuado muy seguido de un muy adecuado 37%

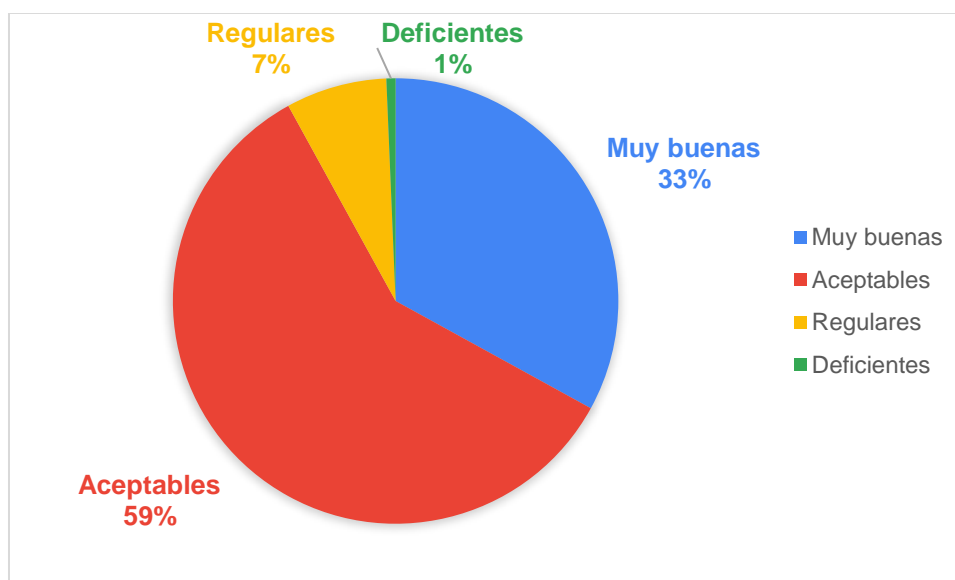
Tabla 12. *La infraestructura y condiciones físicas de los establecimientos del malecón le parecen:*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Muy buenas	99	33%
Aceptables	177	59%
Regulares	22	7%
Deficientes	2	1%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 11. *La infraestructura y condiciones físicas de los establecimientos del malecón le parecen:*



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Se observa que lo que se percibe dentro de la infraestructura es positivo con un 59% aceptable, lo que nos exhibe que las condiciones y los establecimientos se mantienen decentemente y mantenimiento no es escaso.

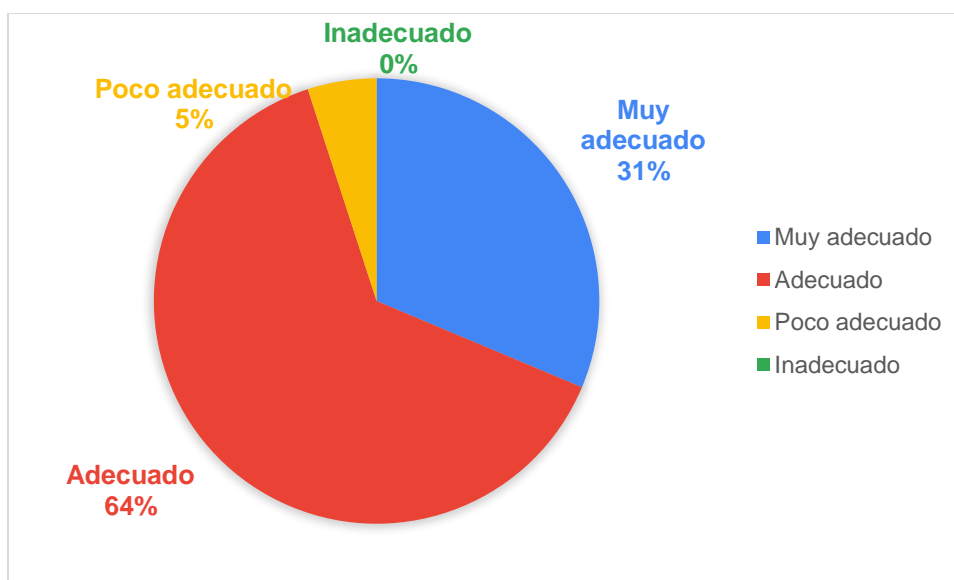
Tabla 13. *¿Considera que la relación calidad–precio en los establecimientos del malecón es:*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Muy adecuado	94	31%
Adecuado	191	64%
Poco adecuado	15	5%
Inadecuado	0	0%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 12. *¿Considera que la relación calidad–precio en los establecimientos del malecón es:*



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

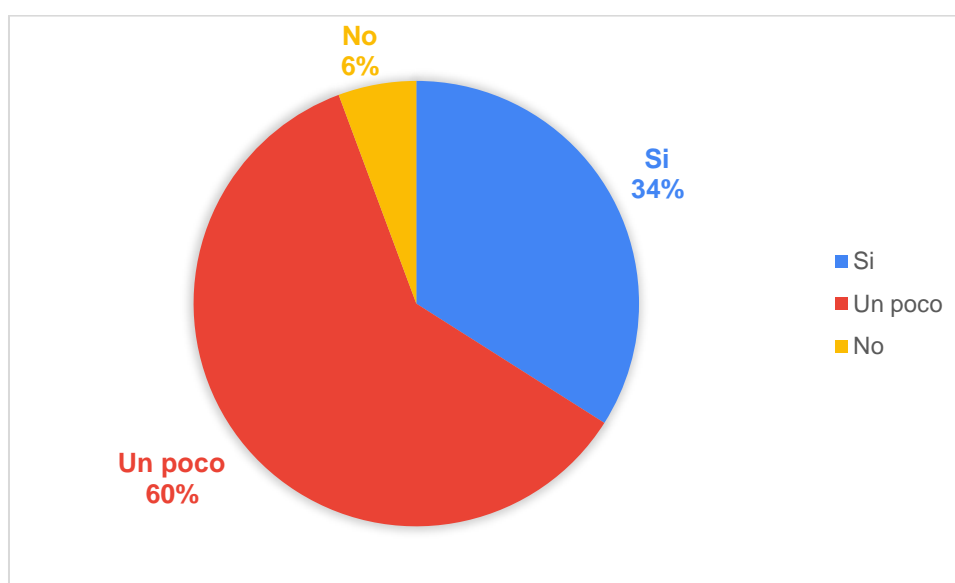
Podemos analizar que para los visitantes la correspondencia entre un servicio de calidad y el precio del mismo es visto de manera adecuada con un 64% en el malecón.

Tabla 14. *¿Conoce los platos típicos del cantón Villamil Playas?*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Si	102	34%
Un poco	181	60%
No	17	6%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 13. *¿Conoce los platos típicos del cantón Villamil Playas?*

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

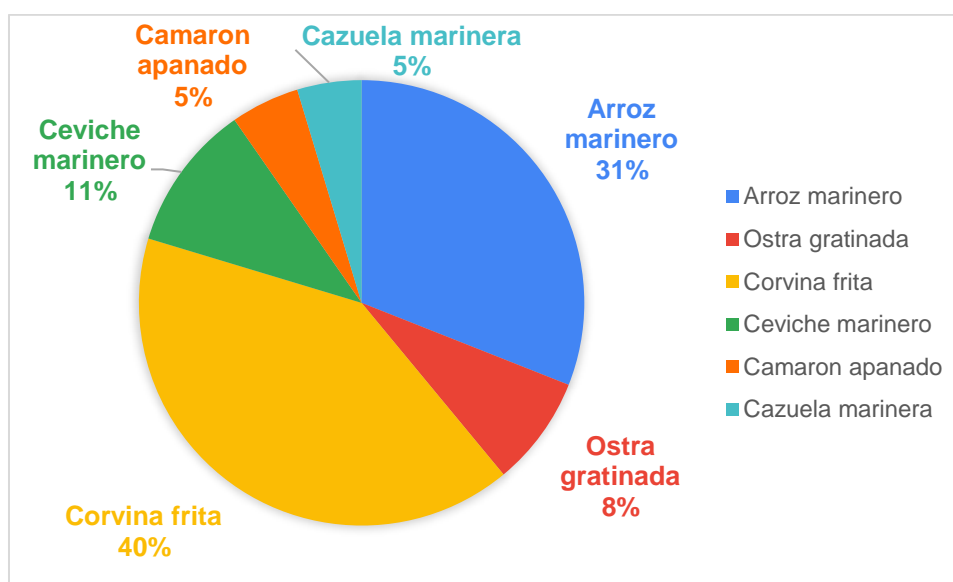
Dentro del conocimiento acerca de los platos locales por parte de los visitantes es de un 60% considerado un poco, lo que nos da una idea de que una gran parte conoce los platos básicos de la zona.

Tabla 15. ¿Cuáles de estos platos identifica como propios de la zona?

Datos	Cantidad	Porcentaje
Arroz marintero	93	31%
Ostra gratinada	24	8%
Corvina frita	122	41%
Ceviche marintero	32	11%
Camarón apanado	15	5%
Cazuela marinera	14	5%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 14. ¿Cuáles de estos platos identifica como propios de la zona?

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Una gran parte de los visitantes esta segura de que la corvina frita con un 40% es un plato que es identificativo de la zona y muy por detrás el camarón apanado y la cazuela marinera presentando ambos un 5%

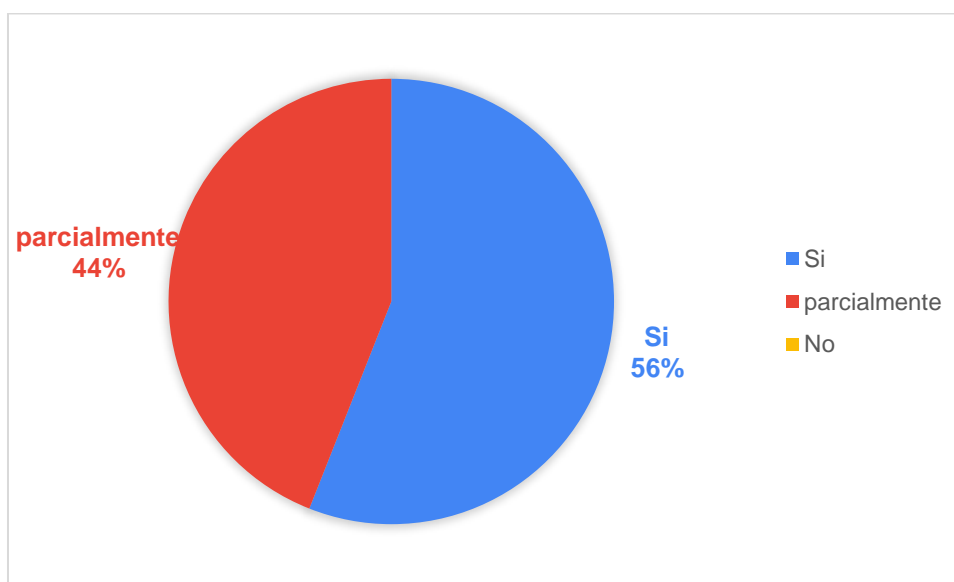
Tabla 16. *¿Considera que la gastronomía refleja la identidad cultural del cantón?*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Si	168	56%
parcialmente	132	44%
No	0	0%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 15. *¿Considera que la gastronomía refleja la identidad cultural del cantón?*



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

En el punto de vista de los visitantes podemos observar que la gastronomía si representan la identidad cultural del cantón con un 56% con sí, pero una parte ve esto como solo una parte con un 44% parcialmente.

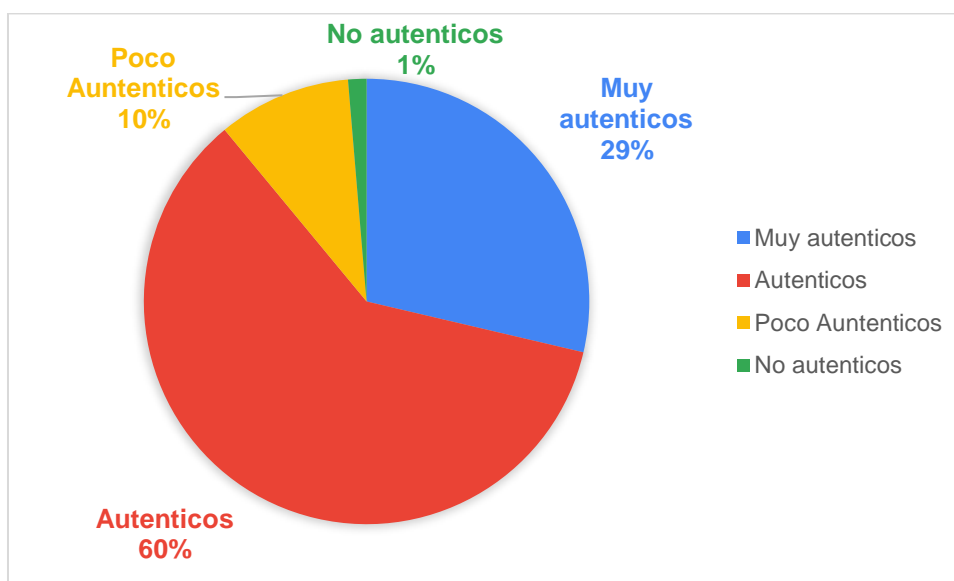
Tabla 17. ¿Qué tan auténticos percibe los platos que ofrecen los establecimientos del malecón?

Datos	Cantidad	Porcentaje
Muy auténticos	86	29%
Auténticos	181	60%
Poco Auténticos	29	10%
No auténticos	4	1%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 16. ¿Qué tan auténticos percibe los platos que ofrecen los establecimientos del malecón?



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Se observa que los visitantes ven como auténticos con un 60% los platos que llegan a ofrecer los establecimientos del malecón, esto nos refleja que en la zona hay muchas partes que mantienen presentes la intensidad y la variedad.

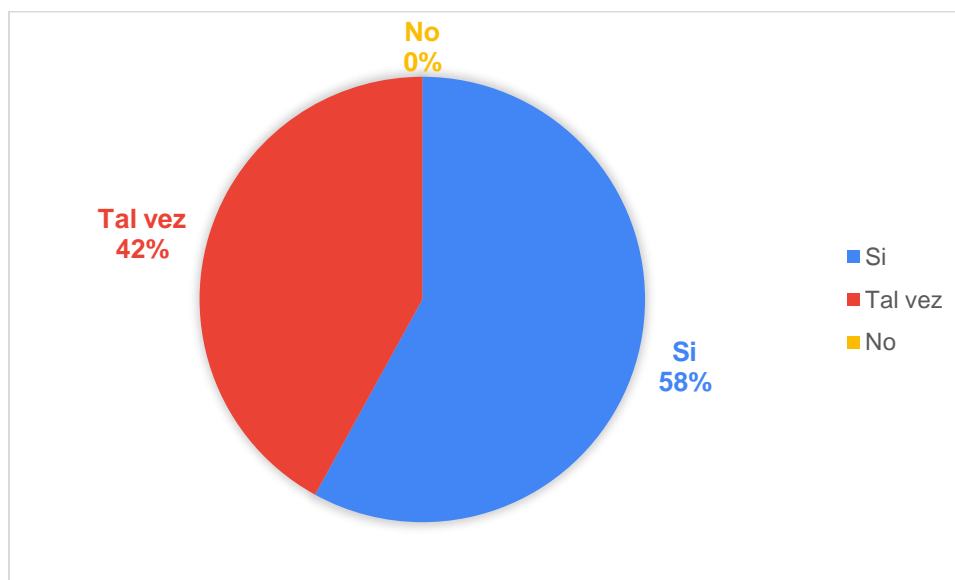
Tabla 18. *¿Le gustaría que exista una ruta gastronómica organizada dentro del malecón?*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Si	174	58%
Tal vez	126	42%
No	0	0%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 17. *¿Le gustaría que exista una ruta gastronómica organizada dentro del malecón?*



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Podemos ver que a una parte grande de los visitantes le gustaría que haya una ruta gastronómica, con un 58% con un si, siguiéndole otra parte que piensa que tal vez 42% esto muestra que podría ser viable la realización de una ruta.

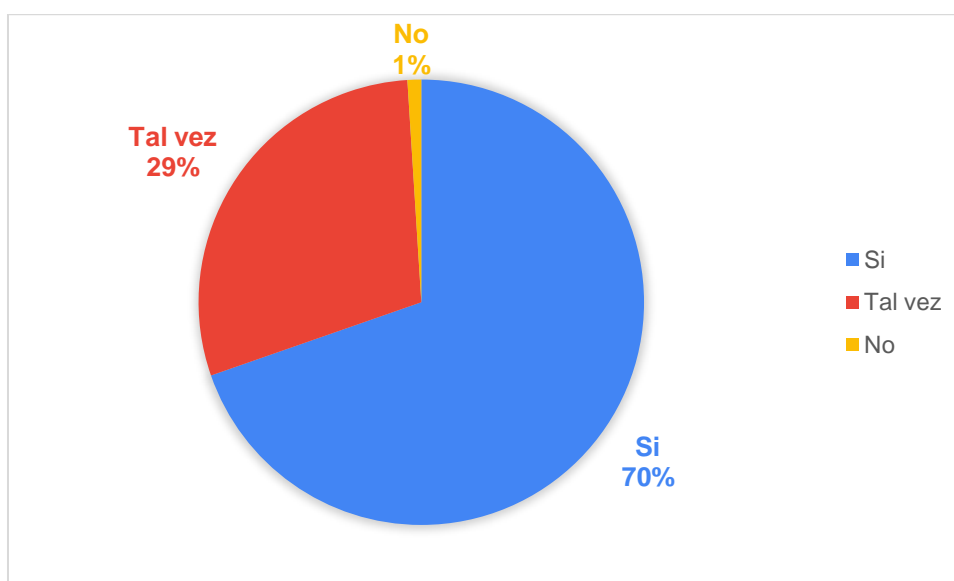
Tabla 19. *¿Estaría dispuesto/a a recorrer una ruta con 5 a 8 paradas gastronómicas?*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Si	209	70%
Tal vez	88	29%
No	3	1%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 18. *¿Estaría dispuesto/a a recorrer una ruta con 5 a 8 paradas gastronómicas?*



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Una gran parte de los visitantes está dispuesta a la realización del recorrido y su participación con un gran si del 70% afirmando así la realización de una ruta que vaya en guía de la gastronomía local.

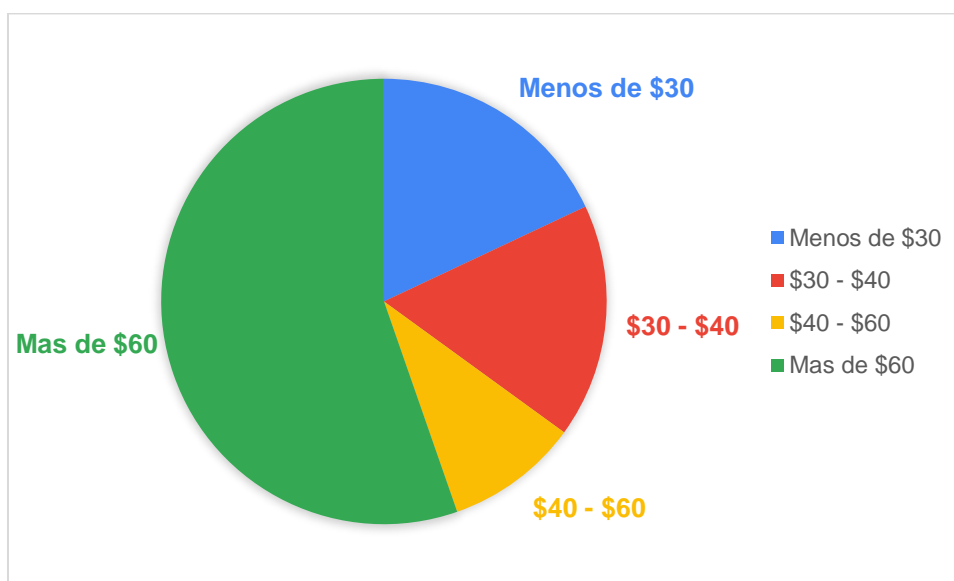
Tabla 20. *¿Cuánto estaría dispuesto/a a invertir en una experiencia gastronómica dentro de una ruta?*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$30	54	18%
\$30 - \$40	51	17%
\$40 - \$60	29	10%
Más de \$60	166	55%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 19. *¿Cuánto estaría dispuesto/a a invertir en una experiencia gastronómica dentro de una ruta?*



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

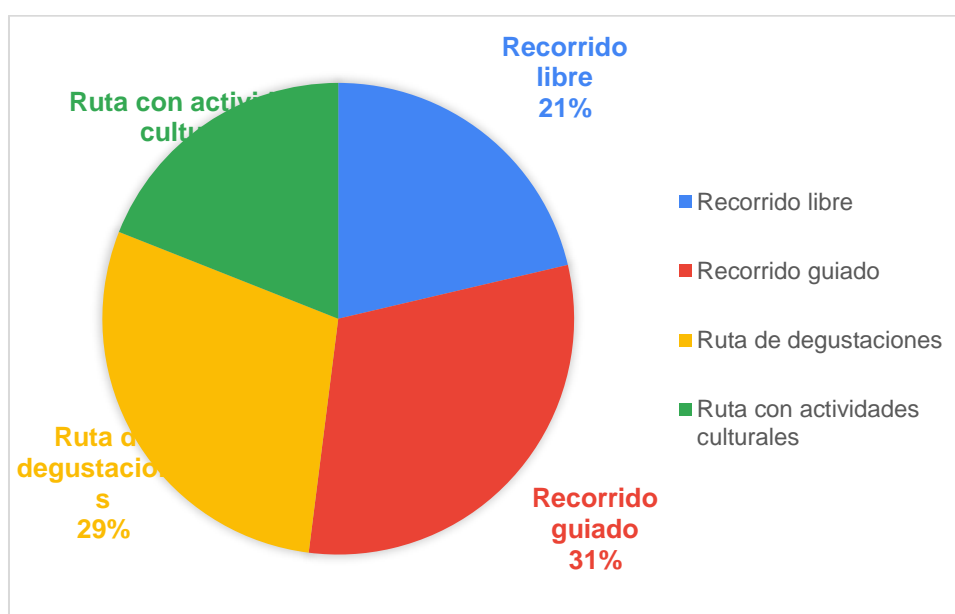
Dentro de los visitantes se muestra que una parte mayoritaria estaría dispuesta a pagar más de \$60 con un 55% en una experiencia de una ruta gastronómica, que nos representa que es atractiva la idea de una ruta y están dispuestos a pagar por servicios de calidad.

Tabla 21. ¿Qué modalidad de ruta le resulta más atractiva?

Datos	Cantidad	Porcentaje
Recorrido libre	64	21%
Recorrido guiado	92	31%
Ruta de degustaciones	87	29%
Ruta con actividades culturales	57	19%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 20. ¿Qué modalidad de ruta le resulta más atractiva?

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Uno de los principales intereses dentro de la ruta gastronómica se ha fijado en un recorrido guiado con un 31%, esto nos hace plantear la idea de incluir un guía capacitado dentro de la creación de la ruta.

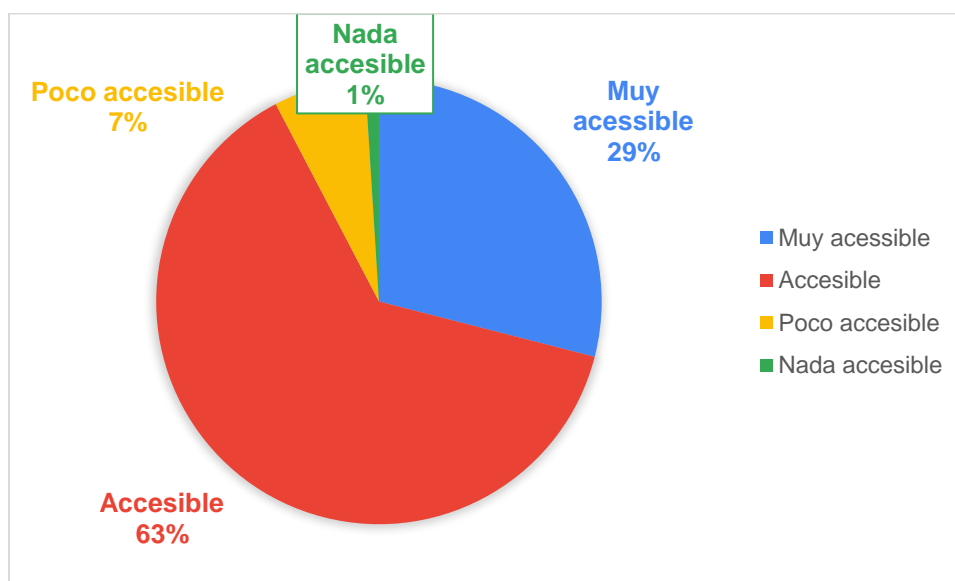
Tabla 22. *¿Considera accesible el malecón para realizar un recorrido turístico (movilidad, señalética, distancias)?*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Muy accesible	87	29%
Accesible	190	63%
Poco accesible	20	7%
Nada accesible	3	1%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 21. *¿Considera accesible el malecón para realizar un recorrido turístico (movilidad, señalética, distancias)?*



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Dentro de las percepciones de los visitantes creen que si es accesible la realización de un recorrido turístico con un 63%, lo que nos muestra que dentro de la planificación los puntos de la movilidad y las distancias hacen a la ruta viable.

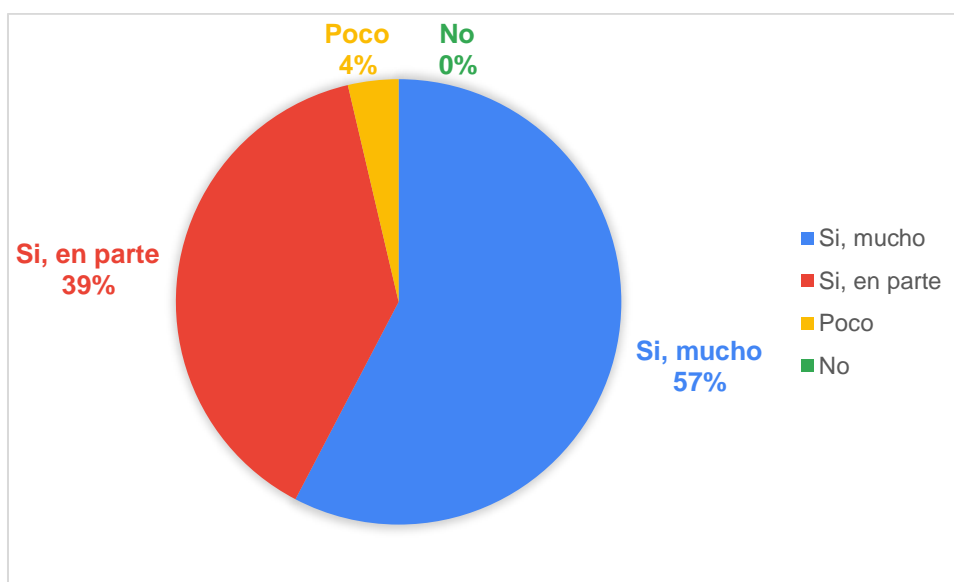
Tabla 23. *¿Cree que una ruta gastronómica mejoraría la experiencia turística del cantón Villamil Playas?*

Datos	Cantidad	Porcentaje
Si, mucho	173	58%
Si, en parte	116	39%
Poco	11	4%
No	0	0%
Total	300	100%

Fuente: Encuestas a turistas.

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 22. *¿Cree que una ruta gastronómica mejoraría la experiencia turística del cantón Villamil Playas?*



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Una gran parte de los visitantes con un 57% ven de manera positiva la creación de una ruta gastronómica ayudaría en la experiencia turística en la zona de Villamil Playas, se ve reflejado que hay un interés y un apoyo por parte de los visitantes en lo que es el turismo y la relación de una ruta gastronómica.

3.1.3 Análisis fichas de observación

La observación en los diferentes locales fue realizada en el malecón Villamil playas donde se pudo detectar las características similares que comparte como el servicio, la infraestructura y la identidad culinaria sirvieron para valorar todo sobre la futura ruta gastronómica, es decir en cuestión de platos la mayoría tiene gran variedad como mariscos arroz marinero y ceviches.

Esta variedad, junto con la presencia reiterada de especialidades del lugar, afirma el valor de la gastronomía como un producto principal para el turismo, tal como lo afirma (Romero Corral, 2018) al enfatizar el valor de la cocina marina como incentivo primordial. Asimismo, algunos emprendimientos han añadido conceptos novedosos dentro de un esquema convencional, lo cual crea expectativa en los visitantes y coopera a la formación de un momento gastronómica atractivo.

En relación con la identidad culinaria, se observó que la mayoría de los establecimientos mantiene preparaciones tradicionales y emplea insumos locales, especialmente productos pesqueros obtenidos directamente en la zona. Esto coincide con lo planteado por Silva (2015), quien afirma que la identidad culinaria se expresa en las prácticas, técnicas e ingredientes transmitidos por generaciones. Durante los recorridos también se destacó la presencia constante de actividades pesqueras en la playa, las cuales fortalecen el vínculo cultural que da sentido a una ruta gastronómica basada en la autenticidad y la tradición local. Sin embargo, se identificó que en algunos casos la transmisión del valor cultural hacia el turista aún es limitada, debido a la falta de narrativa gastronómica y de elementos visuales o informativos que refuercen la historia detrás de los platos.

En cuanto al estándar de servicio, se pudo comprobar que en la mayoría de los negocios el trato de los empleados es cordial, ágil y dirigida al comensal, aunque existen requerimientos de formación en trato al público, gestión de grupos y amplio saber sobre la oferta. Estos aspectos son principales para garantizar experiencias notables, como lo indican (López G. & Margarida, 2011) quienes destacan que la experiencia se edifica tanto por el paladar como por el trato personal ya que, si bien algunos establecimientos presentaron un control aceptable de la atención, otros buscan

mejorar destrezas específicas, especialmente en temporadas de mayor afluencia donde aumenta la demanda y la demanda del visitante.

Con respecto a las instalaciones, una cantidad de negocios presentaron un mantenimiento responsable a diferencia de otros, no obstante, se visualizó diferencias entre la construcción formal entre locales divididos en cabañas, kioskos, módulos y restaurantes, otro punto fue la señalización que requieren tener para acceder a los establecimientos, es realmente llamativo ubicarse rápidamente, dado que presentan unos puntos débiles que se deben prestar relación estos inconvenientes reportados son factores que de alguna forma afecta a la experiencia.

La higiene y la manipulación de alimentos fue, en general, adecuada, con áreas de cocina y atención limpias, manejo apropiado de desechos y personal que utiliza implementos básicos de higiene. Sin embargo, se identificaron casos donde no existen uniformes estandarizados o vestimenta que proyecte identidad local, lo cual es relevante considerando que la presentación del personal también forma parte de la experiencia gastronómica y contribuye a la construcción de una imagen diferenciada del destino.

En términos de experiencia turística, se evidenció un entorno favorable y con movimiento en la mayoría de los negocios, con circulación de visitantes, especialmente turistas locales, que tienen preferencia en los platos típicos y disfrutan de la proximidad de la playa. No obstante, se halló que la información direccional o mejor dicho señálicas específicas es limitada, lo cual complica la navegación del turista, estos aspectos deben mejorarse para que la ruta gastronómica pueda establecerse como un atractivo fácil de recorrer, estructurado y accesible, tal como señalan (Serrano Rodríguez, 2022) y (Cobos Criollo & Alvarez Cajamarca, 2022) en sus lineamientos sobre diseño de rutas. Finalmente, la observación del malecón es un potencial para el desarrollo de la ruta gastronómica la validación en el interés del visitante, la viabilidad del proyecto es importante es la estandarización de la atención al cliente, la infraestructura son elementos para una reacción de la gastronomía se fortalezca como un productos sostenible y competitivo alienando a la demanda presente.

Gráfico 23. Diseño de la Ruta gastronómica "SABOR A MAR", zona costera malecón Villamil Playas.

Elaborado por: Cruz, Q. Denisse. C

La ruta gastronómica "sabor a mar" en el malecón Villamil Playas, emerge como una gran potencia para la gastronomía local y la oferta más enriquecedora, esta ruta integra a los locales que tienen calidad gastronómica y asociación con la pesca artesanal.

Los presentes resultados de la investigación muestran que los visitantes esperan experiencias que los enriquece culturalmente, con actividades participativas, a su vez la ruta integraría todo esto mediante un itinerario organizado que conviene estos puntos mencionados con dinámicas únicas.

Además de centrarse en la experiencia turística, propuesta mencionada contribuye a la economía de la zona como reconocer a los empleadores, pescadores y los negocios locales. La estructura muestra un producto seguro y sustentable, impulsar la imagen de Villamil Playas como un destino responsable con su nombre "Sabor a Mar" dando una visualización de alternativa viable.

Objetivo general

Diseñar la ruta gastronómica "Sabor a mar" en el malecón de Villamil Playas con el propósito de fortalecer la identidad culinaria local y generar una experiencia turística gastronómica participativa, educativa y articulada con los actores claves.

Objetivos específicos

- Valorar la gastronomía local mediante degustaciones guiadas, demostraciones culinarias y experiencias sensoriales que permitan al visitante conocer los sabores tradicionales de Villamil Playas.

- Vincular a los actores comunitarios pescadores, emprendedores y propietarios de establecimientos fortaleciendo su participación en la oferta turística y contribuyendo al desarrollo económico local.
- Fomentar prácticas responsables y aprendizaje turístico, mediante actividades interpretativas sobre pesca artesanal, consumo sostenible y cultura gastronómica

Tabla 24 Ficha técnica de la ruta

FICHA TÉCNICA DE LA RUTA “SABOR A MAR”			
Genero	Femenino y masculino	Edad	18-60 años
Números	15 personas	Segmento	Turistas turísticos
Nombre de la ruta:	Ruta Gastronómica “Sabor a Mar”, Zona costera Malecón Villamil Playas		
Tipo de actividad:	Turística – Gastronómica – Interpretativa – Comunitaria		
Modalidad:	Full Day (1 día)		
Datos de guía informativo de parte de oficinas de turismo	Lcdo. Juan Yagual Teléfono: 0997305994		
Duración total del recorrido:	8 horas aproximadamente		

Distancia total estimada:	2 km (desde el rompeolas Humbolt hasta metros antes del sector El Esterillo)
Horario recomendado:	08h30 a 17h00
Público objetivo:	Turistas nacionales y extranjeros, jóvenes y adultos entre 18 y 60 años interesados en gastronomía, cultura local y experiencias participativas.
Dificultad	Baja (recorrido accesible, caminatas cortas)
Punto de inicio:	Parque Infantil del Malecón
Punto final:	Parque Infantil del Malecón (retorno al punto de partida)

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Tabla 25. Establecimientos participantes

ESTABLECIMIENTOS PARTICIPANTES	
o	Comedor Rosa de Sarón
o	Asociación de Comerciantes de Mariscos y Anexos
o	Cevichería Alexandra
o	Comedor Bendición de Dios
o	Comedor Don Guacho

o **Comedor Lo Mejor de Mary**

o **Cabaña My Lady**

Tipo de experiencia: Degustaciones, demostraciones culinarias, actividades participativas, charlas interpretativas, dinámicas sensoriales, recreación costera.


Servicios incluidos

- Traslados internos en minivan durante todo el recorrido.
- Acompañamiento permanente de guía.
- Mini degustaciones en los establecimientos participantes.
- Demostraciones culinarias y actividades participativas.
- Charla interpretativa sobre pesca artesanal y fresca de productos del mar.
- Almuerzo en Comedor Don Guacho (menú establecido).
- Show de coctelería y degustación en Cabaña My Lady.
- Cabalgata guiada por la playa.
- Material turístico básico (pulsera de identificación y souvenirs).
- Premios simbólicos para dinámicas grupales.
- Certificado de participación.
- Fotografías grupales en puntos representativos del malecón.

No incluye:

- Bebidas adicionales fuera del menú establecido.
- Compras personales (artesanías, recuerdos, ropa, snacks).
- Actividades recreativas opcionales del malecón.
- Propinas en establecimientos.
- Traslados de llegada o salida hacia/desde Villamil Playas.
- Alquiler de implementos personales (sombrillas, flotadores, sillas).
- Consumos no especificados dentro del itinerario.

Tabla 26. Datos del transporte

Datos del transporte	
Nombre del transporte	Turismo Minivan alquiler
Foto transporte	
Dirección	Avenida 3 de nov, y la concordia, diagonal a la despensa Martínez.
Ubicación	Villamil Playas, Guayas, Ecuador
Servicios	Música – Aire acondicionado – wifi -cámaras de seguridad, comodidad... viaje como seguro con conductor profesional licencia tipo bC1 calidad ISO 2020 calle 22 ESPOL
Asientos	15 asientos
Número telefónico	+593 97 878 7925
Gmail	alfredo2730@gmail.com
Precio de contrato	\$50

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Tabla 27 ITINERARIO BREVE – FULL DAY “SABOR A MAR”

Horario	Establecimiento / Parada	Actividades principales
08h30 - 09h00	Punto de encuentro: Parque Infantil del Malecón	<ul style="list-style-type: none"> • Registro • Pulsera • Normas • Introducción • Foto grupal • Dinámica rompehielos
09h00 - 09h25	1° Parada: Comedor Rosa de Sarón	<ul style="list-style-type: none"> • Mini degustación • Explicación de ingredientes locales
09h30 - 10h10	2° Parada: Asociación de Comerciantes de Mariscos y Anexos	<ul style="list-style-type: none"> • Charla pesca artesanal • Demostración producto fresco • Mini concurso
10h10 - 10h50	3° Parada: Cevichería Alexandra	<ul style="list-style-type: none"> • Cocina en vivo • Degustación • Reto exprés
11h00 - 11h40	4° Parada: Comedor Bendición de Dios	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación arroz marinero • Reto sensorial
11h40 - 12h10	5° Parada: Comedor Don Guacho	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación cazuela • Demostración refrito • Almuerzo incluido
12h15 - 13h15	Tiempo libre	<ul style="list-style-type: none"> • Cabalgata • Fotos • Tiempo de playa
13h20 - 14h00	6° Parada: Comedor Lo Mejor de Mary	<ul style="list-style-type: none"> • Técnica culinaria • Degustación • Dinámica “Crea tu piqueo”

14h10 -	7° Parada: Cabaña My	• Historia
15h40	Lady	• Degustación
		• Show de coctelería
		• Foto grupal
15h40 -	Tiempo libre opcional	• Artesanías
16h20		• Tiendas playeras
16h30 -	Cierre del recorrido:	• Certificados
17h00	Parque Infantil	• Encuesta
		• Foto final
		• Preguntas relámpago

Elaborado por: Cruz, Q. Denisse. C

Tabla 28. Presupuesto del paquete turístico

Detalle	V. Unitario	V. Total	IVA (15%)	Valor total con IVA
Transporte				
Bus turístico	\$50.00	\$50.00	\$7.50	\$57.50
Alimentos y bebidas				
Degustaciones en 6 establecimientos	\$10.00	\$60.00	\$9.00	\$69.00
Contribución a establecimientos				
Pago por charla + experiencia	\$20.00	\$100.00	\$15.00	\$115.00
Almuerzo				

Plato fuerte	\$7.00	\$105.00	\$15.75	\$120.75
(Comedor Don Guacho)				
Cabalgata				
Actividad guiada + foto	\$3.00	\$45.00	\$6.75	\$51.75
Souvenirs				
Pulsera llavero + esfero + libreta + agua + gorra	+ \$10.00	\$150.00	\$22.50	\$172.50
Material turístico				
Certificados folletos impresiones	+ \$10.00	\$10.00	\$1.50	\$11.50
Coctelería				
Coctel preparación show	+ \$5.00	\$75.00	\$11.25	\$86.25
Show adicional				
Pago único por demostración especial	\$15.00	\$15.00	\$2.50	\$17.25
Botiquín de emergencia				
Insumos básicos + kit de	\$15.00	\$15.00	\$2.25	\$17.25

primeros	
auxilios	
<hr/>	
Subtotal sin IVA:	\$625,00
Utilidad del operador 15%:	\$93,75
Nuevo subtotal:	\$718,75
IVA 15%:	\$107,81
Total, operativo:	\$826,56
<hr/>	
Costo por persona:	\$55,10

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Gráfico 24. Marca de la ruta gastronómica

Logo de la ruta



Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

Tabla 29 resumen sobre la ruta gastronómica

Horario	Establecimiento	Actividades
8:30 am-	Punto de encuentro:	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Registro de participantes
9:00 am	Parque Infantil del Malecón, junto a la Oficina de Turismo.	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Entrega de pulsera de identificación (opcional) ✚ Indicación de normas de seguridad ✚ Breve introducción sobre Villamil Playas y la identidad gastronómica local ✚ Foto grupal inicial ✚ Explicación del itinerario ✚ Dinámica rompehielos: “Pregunta sorpresa inicial” para ganar un llavero personalizado de la ruta.
9:00am-	Primera parada:	<p>Bienvenida gastronómica y primer acercamiento.</p> <p><i>Mini degustación orientada</i></p> <p>Degustación de corvina frita (porción pequeña).</p> <p>Explicación del uso de ingredientes frescos locales.</p> <p>Breve diálogo sobre los sabores identitarios de Playas.</p>
9:25 am	Comedor <i>Rosa de Sarón</i>	
9:30 am-	Segunda parada:	<p>Pesca artesanal y cadena productiva “del mar a la mesa”.</p>
10:10 am	Asociación de Comerciantes de Mariscos y Anexos	

Charla demostrativa con pescador local

Explicación real del proceso de pesca artesanal.

Muestra de redes, anzuelos, boyas y herramientas tradicionales.

“Aprende a escoger producto fresco”

Demostración práctica para identificar pescado y mariscos frescos.

Mini concurso:

¿Qué característica indica frescura en el pescado?

Premio: Gorra personalizada de la Ruta.

10:10 am-10:50 am	Tercera parada: Cevichería <i>Alexandra</i>	<p>Ceviche marinerero.</p> <p><i>Cocina frente al mar</i></p> <p>Demostración del proceso del ceviche.</p> <p>Participación del turista: mezclar limón, cebolla y hierbita.</p> <p>Mini degustación del ceviche marinerero.</p> <p><i>Reto ¿qué ingrediente falta?</i></p> <p>El chef muestra una bandeja incompleta.</p> <p>Los visitantes deben identificar el ingrediente tradicional faltante.</p> <p><i>Premio: tomatodo personalizado de la Ruta.</i></p>
--------------------------	--	--

<p>11:00 am-11:40 am</p>	<p>Cuarta parada: Comedor <i>Bendición de Dios</i></p>	<p>Arroz marinero</p> <p>Aunque es un plato presente en la mayoría de playas ecuatorianas, este local es reconocido por su sabor y abundancia, por lo que será incluido como parte del recorrido.</p> <p><i>Degustación técnica del arroz marinero</i></p> <p>Explicación de combinación de mariscos, técnicas de cocción y sazón local.</p> <p>Breve interacción sobre variaciones del plato en otras ciudades de Ecuador.</p> <p><i>“Reto reconoce el marisco”</i></p> <p>Se ofrece un pequeño recipiente con un solo marisco del arroz.</p> <p>Los turistas deben identificarlo por aroma o textura (sin ver).</p> <p><i>Premio: Tomatodo personalizada con el logo de la Ruta.</i></p>
<p>11:40 am-12:10 m</p>	<p>Quinta parada: Comedor <i>Don Guacho</i></p>	<p>Cazuela marinera</p> <p>(Receta tradicional costeña elaborada con maní, plátano y mariscos frescos)</p> <p><i>Explicación sobre su tradición familiar</i></p> <p>Historia del negocio familiar y su evolución.</p> <p>Degustación de la cazuela (porción pequeña).</p> <p>Narrativa sobre el rol del maní en la cocina ancestral costeña.</p> <p><i>Mini demostración del “refrito base”</i></p>

		<p>Presentación del refrito original que da identidad al plato.</p> <p>Los visitantes huelen y comparan las especias.</p> <p>Almuerzo incluido</p> <p>Chupe de pescado o sancocho de pescado, como segundo filete de pescado frito o a la plancha con arroz y ensalada + jugo de naranja</p>
12: 15pm- 13:15 pm	Tiempo libre	<p>Fotografía cabalgata por la playa (Incluido en el paquete)</p> <p>Fotografías letras de PLAYAS en el malecón sector Rompe Olas</p> <p>Actividades libres de disfrute del mar</p>
13: 20 pm – 14:00 pm	Sexta parada: Comedor <i>Lo Mejor de Mary</i>	<p>Piqueos de mariscos, ostras gratinadas.</p> <p>Posee capacitaciones de la Academia de Chefs en Guayaquil y participación en concursos.</p> <p><i>Demostración “Técnicas de competencia”</i></p> <p>Breve muestra de alguna técnica que aprendió en concursos culinarios.</p> <p>Degustación de ostras gratinadas o piqueo de mariscos.</p> <p><i>“Crea tu propio piqueo”</i></p> <p>Los turistas combinan 3 ingredientes para crear su mini piqueo.</p> <p>Se premia creatividad.</p>

Premio: llavero y foto instantánea personalizada.

14:10	Séptima parada:	Platos destacados:
pm-	Cabaña <i>My Lady</i>	Paella marinera - guatita de mariscos.
15:40		La propietaria es un ejemplo de superación, emprendedora y capacitada como bartender.
pm		Historia del emprendimiento y degustación
		Conversación inspiradora sobre su trayectoria y fusión de platos innovadores.
		Degustación de mini porción de paella marinera.
		Show de coctelería
		Muestra la técnica que aprendió para la elaboración del Coctel Alexander.
		Pregunta inesperada para el turista y que se gane el coctel recién elaborado.
		Fotografía grupal.
		Degustación de un coctel de despedida para cada participante de la ruta (opcional según el turista, está incluido dentro del paquete).
15:40	Tiempo libre	Compra de artesanías locales
pm- 16:		Compra de trajes de baño y recuerdos
20 pm		playeros

		(Opcional, no viene incluido en el paquete)
16:30	Cierre del recorrido	Lugar: Parque Infantil (punto de encuentro inicial)
pm-		
17:00		Incluye:
pm		Agradecimiento final
		Entrega de certificados de participación
		Encuesta de satisfacción digital o impresa
		Foto final del grupo
		preguntas relámpago para los participantes y sus respectivos premios (gorra, tomatodo, llavero o esfero)

Elaborado por: Cruz. Q. Denisse. C

DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación muestran que la gastronomía de Villamil Playas constituye un recurso estratégico para la experiencia turística, especialmente por el uso de mariscos frescos y preparaciones tradicionales que los visitantes reconocen como parte de la identidad local. Esta relevancia culinaria se articula con lo planteado por (Romero Corral, 2018) y (Mauricio Carvache- Franco, 2021), quienes destacan que la cocina marina y los insumos locales fortalecen el atractivo turístico de los destinos costeros. Las encuestas confirman esta tendencia, evidenciando que la variedad de platos, el sabor y la frescura se encuentran entre los factores más influyentes en la decisión de consumo, lo que refuerza la existencia de una base identitaria sólida para el diseño de una ruta gastronómica.

Sin embargo, también se identificaron problemas de fondo que afectan la imagen integral del turista tales como la infraestructura inadecuada, carencia de equipamiento, saneamiento variable y supervisión municipal deficiente. Estos datos se alinean con lo expuesto por (Acosta Alvarado, Criollo Suarez, Garcia Medina, Jordán Crespín, & Álvarez Plúa, 2025) y (Benalcázar Arias, 2023), quienes advierten que el turismo gastronómico no puede desarrollarse plenamente sin organización, conservación y protección. Las fichas de observación directa corroboraron estas desventajas, mostrando que la atención irregular y que el diseño de los locales necesita mejoras. Al mismo tiempo, las consultas mejoraron un fuerte arraigo cultural reflejado en comidas emblemáticas, lo que se alinea con (Silva, 2015) y (Rivera, Triviño, Arandía, & Robles, 2020), quienes sostienen que la veracidad y la relevancia tradicional son esenciales para establecer atractivos distintivos.

A pesar de estas limitaciones, la aprobación por parte de los visitantes hacia la creación de una ruta gastronómica es muy bien recibida los visitantes mostraron notable disposición en recorrer el malecón, visitar múltiples locales y pagar por un recorrido planificado, lo cual es consistente con la literatura como los de (Zambrano C, 2018) y (Pisarski J., Zepeda A., & Valduga, 2024), la capacidad para generar recursos

y cultural de estas iniciativas también respaldadas en las investigaciones de (Alemán, 2024) y (Magallán Malavé, 2025) que sustentan que la posibilidad de una ruta exige planificación técnica, protocolos de calidad y sincronización de recursos. En conjunto, a los datos se sugiere que Villamil Playas tiene los elementos culturales y gastronómicos necesarios para establecer un itinerario atractivo, bajo la condición de se lleven a cabo refuerzos en equipamiento, planificación urbana y gestión del espacio público para asegurar una vivencia completa, segura y coherente.

CONCLUSIONES

Aportes de este trabajo llevaron a concluir que la gastronomía del malecón de Villamil Playas configura un pilar central que da mayor valor al viaje, ya que los visitantes valoran en la comida autóctona y en los ingredientes de importancia patrimonial que singularidad al sitio y robustece su carácter culinario. Este reconocimiento valida que la comida típica no solo tiene un propósito de sustento, sino que también opera como un referente cultural que vincula al visitante con la recuerdo del cantón y consolida su imagen como zona.

Pese lo anterior, la evaluación de las condiciones vigentes reveló que este punto fuerte se encuentra junto a restricciones relacionadas con el nivel de atención, las instalaciones de los negocios, la limpieza del ambiente y la estructura global del malecón. Estas condiciones afectan la imagen y valoración general de los visitantes y demuestran que, aunque la carta de productos consistente, sus posibilidades para el sector no pueden materializarse en su totalidad sin cambios de la infraestructura. A pesar de ello, tanto los turistas como los dueños de los locales expresaron apertura a formar parte de acciones que contribuyan a la organización y difusión de la gastronomía local, lo que muestra un contexto alentador para la construcción de una ruta organizada.

Finalmente, la determinación de platos insignia y la aprobación hacia la iniciativa confirman que una ruta gastronómica en Villamil Playas es posible y adecuada al contexto, ya que se alinean con las motivaciones del visitante, consolida la identidad del cantón y ofrece una oportunidad para estimular el comercio. Su implementación requiere coordinación entre los actores turísticos, el gobierno municipal y los propios establecimientos, de modo que se garantice una experiencia coherente, segura y atractiva. En este sentido, la ruta gastronómica se proyecta como un producto capaz de posicionar a Villamil Playas como un referente culinario de la provincia, integrando sabor, cultura y tradición en un recorrido que aporte al desarrollo sostenible del destino.

RECOMENDACIONES

Se recomienda consolidar a la infraestructura y de la misma forma el ordenamiento del malecón de Villamil Playas para que la experiencia de los visitantes sea positiva y haya mejor detalle en su vivencia gastronómica y la valorización de los platos presentados, también un punto a mencionar es la iluminación de la zona y el control del espacio público en general ya que con estas medidas tomadas articularan un entono agradable para una experiencia gastronómica adecuada y perdurable.

Asimismo, es necesario impulsar procesos de formación para los propietarios y trabajadores de los locales, especialmente en temas de servicio al cliente, manejo de ingredientes, montaje de la comida e historia detrás del plato. La investigación demostró que el servicio amable y la utilización de productos de calidad son aspectos positivos vistos por los turistas ya que impulsa a ser más competentes y permitirá ofrecer un resultado de mejorar las capacidades, es por ello por lo que se aconseja implementar la identidad en lo que respecta a la atmosfera del lugar, la vestimenta correspondiente y la descripción de la carta, reafirmar su misma autenticidad y elevar la identidad culinaria.

Para poner en marcha a la ruta gastronómica se recomienda siempre velar que los establecimientos cumplan con los requisitos, siendo esta una temática específica, que ponga de presentación a los platos característicos, a su vez que innoven sus platillos con los mismos productos que poseen de esta manera se le permita realzar su gastronomía además de desarrollarse como algo económico positivo para los comerciantes del malecón asegurado un modelo sustentable.

La ruta tiene el potencial de consolidarse como una propuesta diferenciadora dentro de la provincia, por lo que su ejecución debe considerar mecanismos de promoción, alianzas interinstitucionales y estrategias de seguimiento que permitan mantener su calidad y atractivo en el tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

. () . . .

- Acosta Alvarado, M., Criollo Suarez, J., Garcia Medina, J., Jordán Crespín, D., & Álvarez Plúa, H. (August de 28 de 2025). *Gastronomía en el sector Rompeolas–Humboldt en General Villamil Playas 2024–2025*. Obtenido de 593 Digital Publisher CEIT.: DOI:10.33386/593dp.2025.4.3350
- Alemán, A. M. (2024). *Planificación estratégica y gestión de rutas gastronómicas exitosas: un enfoque integral en el turismo culinario*. Obtenido de Repositorio Pontificia Universidad Católica del Perú. Departamento Académico de Ciencias de la Gestión:
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/197166>
- Asamblea Constituyente de, M. (20 de octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR SUPLEMENTO DEL REGISTRO OFICIAL NO. 449 TERCER SUPLEMENTO DEL REGISTRO OFICIAL 568, 30-V-2024:
<http://biblioteca.defensoria.gob.ec/handle/37000/4083>
- Benalcázar Arias, M. C. (06 de 04 de 2023). *Guía de diseño de equipamiento y mobiliario para el Área Nacional de Recreación Playas de Villamil, del Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica*. Obtenido de Dspace:
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/c639d3d9-f3fd-4837-94f0-e7943c678e87>
- Blanco Benítez, A. d., Calderón Ávila, Y. D., & Yepes Gonzalez, E. L. (2025). *Turismo Gastronómico y Sostenibilidad. Imagen del Destino para la Identidad Cultural*. Obtenido de Ciencia Latina: Revista Multidisciplinar, ISSN-e 2707-2215, ISSN 2707-2207, Vol. 9, Nº. 3, págs. 2863-2876:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10256256>
- Borbúa, L. G. (2015). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Obtenido de REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO:
<https://www.observatoriogalapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/2.1.-Reglamento-General-a-la-Ley-de-Turismo.pdf>
- Carolina G., H. E., Villalva G., M. R., Villalva G., S. C., & Romero M., E. R. (Agosto de 2024). *Turismo Gastronómico en Riobamba, Ecuador: Un Análisis del Perfil del Visitante*. Obtenido de Polo del Conocimiento (Edición núm. 96) Vol. 9,

No 8, pp. 747-773 ISSN: 2550 -682X:

<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/7723>

Carvache F., M., Carvache F., O., Carvache F., W., & Villagomez B., C. (2020).

Festivales gastronómicos para el desarrollo de un destino. Obtenido de Revista Espacios Vol. 41 (Nº 01). Pág. 19:

<https://www.revistaespacios.com/a20v41n01/20410119.html>

Cedeño Tarabo, B. D., Rodríguez Pincay, I. R., & Reyes Chávez, L. R. (30 de 09 de

2025). *Creación de la ruta gastronómica del rompopo para el desarrollo del turismo gastronómico del cantón Rocafuerte*. Obtenido de Revista Científica

Multidisciplinaria SAPIENTIAE. ISSN: 2600-6030, 8(18), 81–101.:

<https://doi.org/10.56124/sapientiae.v8i18.005>

Cobos Criollo, E. G., & Alvarez Cajamarca, M. D. (22 de 11 de 2022). *Ruta*

gastronómica de los cuatro cantones más representativos de la provincia del Azuay: Cuenca, Paute, Gualaceo y Chordeleg. Obtenido de Dspace

Universidad de Cuenca:

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/40321>

Corral, J. F. (Abril-junio de 2022). *Ruta Gastronómica del cantón Cayambe provincia de Pichincha a partir de sus potencialidades territoriales*. Obtenido de

Ecuador. Revista Científica de FAREM-Estelí:

<https://doi.org/10.5377/farem.v11i42.14684>

De La A Mite, M. B. (2025). *Turismo inclusivo para la playa del Malecón en el cantón General Villamil Playas, provincia del Guayas 2025*. . Obtenido de Reposorio

La Libertad. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Administrativas. 99p:

<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/14643>

Ejecutiva, F. D. (2018). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Obtenido de Registro Oficial. Quito, Pichincha, Ecuador:

Registro Oficial, (303): <https://patronatopastaza.gob.ec/wp-content/uploads/2022/01/cootad.pdf>

Fierro Mosquera, D. G. (Julio - Diciembre de 2025). *Ruta gastronómica y turística en la parroquia cangahua cantón Cayambe Ecuador*. Obtenido de ULEAM Bahía Magazine (UBM) : E-ISSN 2600-6006, 6(11), 144–152.

<https://doi.org/10.56124/ubm.v6i11.016>

Franco, M. C.-F. (2025). *Motivation, satisfaction, and loyalty to local gastronomy for tourism: A study in Montañita, Ecuador*. Obtenido de

<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101245>

- Gimenes-Minasse, M. H. (20 de 10 de 2023). *Turismo gastronômico: conceitos & características*. Obtenido de Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, e-2791.: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v17.2791>
- Guayas, P. d. (2025). Obtenido de <https://guayas.gob.ec/cantones-2/playas/>
- Hidalgo Morales, H. P., & Tamayo Arrieta, M. A. (15 de octubre de 2024). *Estudio comparativo del procedimiento administrativo sancionador, ejecutado por la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), en contraposición con lo determinado en el Código Orgánico Administrativo (COA)*. Obtenido de Repositorio Digital UNACH: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/13843>
- Kastenholz, E. (., Carneiro, M. J., & Cunha, D. (. (2022). *Co-creating sustainable rural tourism experiences with food & wine, local culture, landscapes, and people: book of abstracts*. Obtenido de TWINE Conference : DOI: 10.48528/6m6s-8615
- Lindao Lázaro, E. C. (2014). *Plan de ordenamiento turístico del sector El Humbolt en la parroquia General Villamil, del cantón Playas, provincia del Guayas, año 2014*. Obtenido de Reposorio La Libertad. UPSE. Matriz: Facultad de Ciencias Administrativas. 173p: <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/1493>
- López G., T., & Margarida, M. J. (2011). *Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias*. Obtenido de BOOK OF PROCEEDINGS – INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM & MANAGEMENT STUDIES – ALGARVE 2011: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018471>
- Magallán Malavé, K. M. (2025). *Diseño de una ruta gastronómica del camarón en el cantón Salinas como estrategia para impulsar el turismo en la provincia de Santa Elena, año 2024* . Obtenido de Repositorio digital UPSE: <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/cee8c070-0991-48fc-b900-846484f49a50/content>
- Mauricio Carvache- Franco, O. C.-C.-F. (2021). *Segmentation based on gastronomic motivations in a coastal destination, Anatolia,*. Obtenido de RITUR - Revista Iberoamericana De Turismo, 7(1), 68–84.: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101245>
- Merizalde Oñate, K. M. (02 de 08 de 2024). *Diseño de una ruta para cicloturismo en el cantón General Villamil Playas, provincia del Guayas*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba: <https://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/23441>

- Ministerio de Turismo. (octubre de 2024). *Promocion para la reactivacion turistica*. Obtenido de Ministerio de Turismo: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2025/04/Proyecto_Pomocion_Dictamen.pdf
- Minsiterio de turismo. (octubre de 2024). *Proyecto de inversion promocion para la reactivacion turistica del Ecuador*. Obtenido de Minsiterio del turismo: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2025/04/Proyecto_Pomocion_Dictamen.pdf
- Miranda, A. M. (2010). *Las rutas gastronómicas como estrategia de desarrollo turístico local* . Obtenido de Academia : https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38881289/Articulo_Revista_Cultura_N%C2%BA_20-libre.pdf?1443123838=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_rutas_gastronomicas_como_estrategia.pdf&Expires=1764296624&Signature=CJsiwm~ZlA6k0h-1etQ7Z2p79Lh
- Montserrat, C.-G., Sánchez Sellero, F. J., & Suarez Porto, V. (Julio-septiembre de 2024). *Rutas enogastronómicas: la ruta del ribeiro*. Obtenido de PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.Vol. 22 N.o 3. Págs. 561-577: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.037>
- Municipio de Playas*. (2025). Obtenido de <https://www.municipioplayas.gob.ec/ordenanzas>
- Murillo Dávila, A. L. (2021). *Ruta gastronómica ancestral para el desarrollo cultural y turístico del cantón Portoviejo en su zona urbana*. Obtenido de Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador.: <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/7881>
- Nieto Mejia, A. e. (2020). *Gastronomía y turismo: una reflexión cultural*. Obtenido de Bogotá: Editorial Fundación Universitaria San Mateo, 147 p. Libros resultado de investigación collection. ISBN: 978-958-52633-8-3: <https://doi.org/10.7476/9786289558210>.
- Pisarski J., M. R., Zepeda A., A., & Valduga, V. (2024). *Turismo Gastronómico y Desarrollo Local en el contexto de América Latina*. Obtenido de Élisée - Revista De Geografía De La Universidad Estatal De Goiás, 13(01), e1312414.: <https://revista.ueg.br/index.php/elisee/article/view/15763>
- Pita L, A., Pibaque P, M., Santos M, V., & Toala B, G. (2021). Recursos culturales y naturales potencial de una ruta turística gastronómica. *Alfa Revista de Investigación en Ciencias Agronómicas y Veterinaria*, vol.5 no.15 <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v5i15.143>. Obtenido de <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v5i15.143>

- Pizarro R, P. L., Cerna H, J. A., & Ildefonso T, R. A. (Julio-Diciembre de 2024). *Metodología para el Diseño de una Ruta Gastronómica en el Distrito de Pachacamac*. Obtenido de Revista de Investigaciones de la Universidad Le Cordon Bleu, 11(2), 107-118: DOI: <https://doi.org/10.36955/RIULCB.2024v11n2.010>
- Pla Rusca, E. (Noviembre de 2021). *Turismo y gastronomía: una propuesta de modelo metodológico para el análisis territorial del turismo gastronómico*. Obtenido de Universitat Oberta de Catalunya (UOC): <https://hdl.handle.net/10609/142687>
- Rivera, G., Triviño, K., Arandia, J., & Robles, G. (23 de enero de 2020). *FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL-GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS, ECUADOR*. Obtenido de Revista Colón Ciencias, Tecnología Y Negocios: <https://doi.org/10.48204/j.colonciencias.v7n1a5>
- Romero Corral, J. F. (2018). La Gastronomía como atractivo turístico primario en el centro histórico de Quito. En J. F. Romero Corral, *La Gastronomía como atractivo turístico primario en el centro histórico de Quito* (págs. ISSN-e 2477-9024, Vol. 3, Nº. 11). Quito: INNOVA Research Journal. Obtenido de INNOVA Research Journal, ISSN-e 2477-9024, Vol. 3, Nº. 11, 2018 :
- Sánchez Guerrero, D. (2021). *Las rutas alimentarias: una estrategia turística basada en la identidad gastronómica ambateña*. Obtenido de ConcienciaDigital: <https://doi.org/10.33262/CONCIENCIADIGITAL.V4I3.1802>
- Santamaria Y., C., Dominguez E., J. F., Sterling Z., A. S., & Pacheco C., S. B. (2024). *Impulso de las rutas gastronómicas en México. Una propuesta hacia la sustentabilidad turística*. Obtenido de AMeditores: <https://doi.org/10.62600/EMQV7943>
- Serrano Rodriguez, R. B. (2022). *Valoración del potencial turístico del paisaje para el posicionamiento del Camino de la Costa como ruta escénica (provincia de Río Negro)*. Obtenido de Repositorio Digital Institucional del Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur : <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/6717>
- Silva, M. V. (2015). *IDENTIDAD GASTRONÓMICA CHILENA: ¿CÓMO SE CONSTRUYE EL PATRIMONIO CULINARIO NACIONAL?* Obtenido de Repositorio Universidad de Chile Instituto de la comunicacion e imagen escuela de periodismo: <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/136217>
- Villagómez Buele, C. G., Arteaga Peñafiel, M. U., & Molina Bravo, G. H. (31 de 01 de 2019). *Rutas gastronómicas como factor de desarrollo: Caso Esmeraldas-*

Ecuador. Obtenido de Revista Científica Ciencia Y Tecnología:
<https://doi.org/10.47189/rcct.v19i21.240>

Zambrano C, M. A. (07 de 03 de 2018). *DISEÑO DE UNA RUTA GASTRONÓMICA PATRIMONIAL DEL CORREDOR TURÍSTICO SUCRE-PEDERNALES*. Obtenido de REPOSORIO DE LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ, MANTA, EXTENSIÓN EN BAHÍA DE CARÁQUEZ, ECUADOR:
<http://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/1120>

APENDICE

Apéndice 1. Matriz de consistencia.


Título	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología	
Ruta Gastronómica en la zona costera en el malecón del cantón General Villamil playas en el año 2025	¿De qué manera una ruta gastronómica en el malecón Villamil Playas potenciaría la experiencia turística y fortalecería la identidad culinaria del cantón?	Diseñar una ruta gastronómica en la zona costera del malecón Villamil Playas para potenciar la experiencia turística y fortalecer la identidad culinaria del cantón en el año 2025.	V. Independiente	• Situación actual	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de la oferta gastronómica • Categorías de platos • Calidad del servicio • Higiene y manipulación de alimentos • Atención del personal • Presentación de los platos • Infraestructura del módulo • Horarios y capacidad de atención • Relación calidad-precio 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) • Diseño: No experimental – transversal • Alcance: descriptivo y propositivo • Métodos histórico-lógico, inductivo-deductivo, analítico y descriptivo 	
	¿Cuál es la situación actual de la oferta gastronómica y de servicio en los establecimientos gastronómicos del malecón Villamil Playas?	OE1 Diagnosticar la situación actual de los establecimientos gastronómicos en la zona costera del malecón Villamil Playas en términos de oferta, calidad y servicio	Factores que permiten estructurar una ruta gastronómica				<ul style="list-style-type: none"> • Población: visitantes del malecón y propietarios/administradores de establecimientos gastronómicos.
	¿Qué platos típicos y especialidades locales pueden constituir la identidad culinaria de la ruta gastronómica?	OE2 Identificar los platos típicos y especialidades que posean potencial para ser incluidos como pilares de la ruta gastronómica.			• Identidad culinaria local	<ul style="list-style-type: none"> • Platos típicos representativos • Insumos locales utilizados • Técnicas culinarias tradicionales • Valor cultural del plato • Popularidad entre residentes y visitantes • Relación del plato con la identidad del cantón • Percepción de autenticidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra: no probabilística por conveniencia (300) • Técnicas: encuestas, entrevistas y observación directa
	¿Cuáles son los requerimientos de factibilidad y el nivel de aceptación de los visitantes para la implementación de una ruta gastronómica en el malecón Villamil Playas?	OE3 Determinar los requerimientos de factibilidad y accesibilidad, así como el nivel de aceptación, para la implementación de la ruta gastronómica propuesta.					<ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos: cuestionario, guía de entrevista y ficha de observación

	<ul style="list-style-type: none">• Factibilidad y aceptación del visitante	<ul style="list-style-type: none">• Interés del visitante en participar en una ruta gastronómica• Preferencias gastronómicas del turista• Accesibilidad del recorrido (distancia, movilidad, tiempos)• Disposición a pagar• Nivel de satisfacción esperada• Opinión sobre condiciones del malecón• Receptividad de propietarios para integrar la ruta• Percepción de seguridad y comodidad
V. Dependiente Diseño de la ruta gastronómica	<ul style="list-style-type: none">• Componentes estructurales de la ruta	<ul style="list-style-type: none">• Secuencia del recorrido• Número de paradas• Distancia entre puntos• Duración total del recorrido• Categorías gastronómicas por parada• Temática del circuito (mariscos, tradición, cultura, etc.)

-
- Selección de establecimientos participantes
 - Criterios de selección (calidad, higiene, oferta, identidad)
 - Representatividad culinaria del establecimiento
 - Capacidad de atención
 - Identidad gastronómica del local
 - Cumplimiento de estándares básicos (infraestructura, servicio)
 - Valor turístico del establecimiento

 - Viabilidad de implementación
 - Señalética necesaria
 - Logística del recorrido
 - Flujos de movilidad
 - Seguridad del visitante
 - Viabilidad técnica (tiempo, espacio, operatividad)
 - Disposición final de los establecimientos para participar
 - Potencial de sostenibilidad de la ruta


Apéndice 2. Instrumento encuesta ruta gastronómica.

	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO	Encuesta N°
		Fecha:
ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS DEL MALECÓN COSTERO DE VILLAMIL PLAYAS		
Datos de control		
PROYECTO	Ruta Gastronómica en la zona costera en el malecón del cantón General Villamil playas en el año 2025	
OBJETIVO	Recolectar información sobre la percepción del visitante respecto a la oferta gastronómica actual, su conocimiento sobre la identidad culinaria local y su disposición a participar en una ruta gastronómica propuesta.	
INSTRUCCIONES	Marcar con una (x) la alternativa que considera adecuada se recomienda responder con mayor sinceridad.	
Nota: esta encuesta se realiza con fines académicos.		
PREGUNTAS DEMOGRÁFICAS		
EDAD <input type="checkbox"/> 18 a 25 años <input type="checkbox"/> 26 a 35 años <input type="checkbox"/> 36 a 45 años <input type="checkbox"/> 46 a 60 años <input type="checkbox"/> Más de 60	SEXO <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> LGBTIQ <input type="checkbox"/> Prefiero no decirlo	
FRECUENCIA DE VISITA <input type="checkbox"/> Primera vez <input type="checkbox"/> Rara vez <input type="checkbox"/> Ocasionalmente <input type="checkbox"/> Frecuentemente	RESIDENCIA <input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Extranjero	
1. ¿Cómo calificaría la variedad de la oferta gastronómica del malecón?	<input type="checkbox"/> Muy buena <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Limitada	
2. ¿Cómo valora la calidad del servicio recibido en los establecimientos del malecón?	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Deficiente	
3. ¿Cómo considera la presentación de los platos en los locales que ha visitado?	<input type="checkbox"/> Muy atractiva <input type="checkbox"/> Atractiva <input type="checkbox"/> Poco atractiva <input type="checkbox"/> Nada atractiva	
4. En cuanto a la higiene y manipulación de alimentos, su percepción es:	<input type="checkbox"/> Muy adecuada <input type="checkbox"/> Adecuada <input type="checkbox"/> Poco adecuada <input type="checkbox"/> Inadecuada	
5. La infraestructura y condiciones físicas de los establecimientos del malecón le parecen:	<input type="checkbox"/> Muy buenas <input type="checkbox"/> Aceptables <input type="checkbox"/> Regulares <input type="checkbox"/> Deficientes	


6. ¿Considera que la relación calidad–precio en los establecimientos del malecón es:	<input type="checkbox"/> Muy adecuada <input type="checkbox"/> Adecuada <input type="checkbox"/> Poco adecuada <input type="checkbox"/> Inadecuada
7. ¿Conoce los platos típicos del cantón Villamil Playas?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> Un poco <input type="checkbox"/> No
8. ¿Cuáles de estos platos identifica como propios de la zona?	<input type="checkbox"/> Arroz marinero <input type="checkbox"/> Ostra gratinada <input type="checkbox"/> Corvina frita <input type="checkbox"/> Ceviche marinero <input type="checkbox"/> Camarón apanado <input type="checkbox"/> Cazuela marinera
9. ¿Considera que la gastronomía refleja la identidad cultural del cantón?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> Parcialmente <input type="checkbox"/> No
10. ¿Qué tan auténticos percibe los platos que ofrecen los establecimientos del malecón?	<input type="checkbox"/> Muy auténticos <input type="checkbox"/> Auténticos <input type="checkbox"/> Poco auténticos <input type="checkbox"/> No auténticos
11. ¿Le gustaría que exista una ruta gastronómica organizada dentro del malecón?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> Tal vez <input type="checkbox"/> No
12. ¿Estaría dispuesto/a a recorrer una ruta con 5 a 8 paradas gastronómicas?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> Tal vez <input type="checkbox"/> No
13. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a invertir en una experiencia gastronómica dentro de una ruta?	<input type="checkbox"/> Menos de \$30 <input type="checkbox"/> \$30–\$40 <input type="checkbox"/> \$40–\$60 <input type="checkbox"/> Más de \$60
14. ¿Qué modalidad de ruta le resulta más atractiva?	<input type="checkbox"/> Recorrido libre <input type="checkbox"/> Recorrido guiado <input type="checkbox"/> Ruta con degustaciones <input type="checkbox"/> Ruta con actividades culturales
15. ¿Considera accesible el malecón para realizar un recorrido turístico (movilidad, señalética, distancias)?	<input type="checkbox"/> Muy accesible <input type="checkbox"/> Accesible <input type="checkbox"/> Poco accesible <input type="checkbox"/> Nada accesible
16. ¿Cree que una ruta gastronómica mejoraría la experiencia turística del cantón Villamil Playas?	<input type="checkbox"/> Sí, mucho <input type="checkbox"/> Sí, en parte <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> No

Elaborado por: Denisse Cruz Quinde, 2025.

Apéndice 3. Instrumento entrevista ruta gastronómica.

	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO	Entrevista N°
		Fecha:
ENTREVISTA		
Datos de control		
PROYECTO	Ruta Gastronómica en la zona costera en el malecón del cantón General Villamil playas en el año 2025	
OBJETIVO	Recopilar información cualitativa sobre la oferta gastronómica, la identidad culinaria local, la calidad del servicio y la factibilidad de implementar una ruta gastronómica en el malecón de Villamil Playas.	
<p>Nota: La presente entrevista tiene fines exclusivamente académicos. La información proporcionada será tratada de manera confidencial y utilizada únicamente para el desarrollo de la investigación titulada "<i>Ruta gastronómica en la zona costera del malecón Villamil Playas, año 2025</i>". Se solicita responder con sinceridad en función de su experiencia y conocimiento del establecimiento.</p>		
PREGUNTAS SEMIESTRUCTURADAS		
<p>Entrevistadora: Cruz Q. Denisse C.</p> <p>Entrevistad(x): _____</p> <p>Nombre del establecimiento:</p>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿En qué año inició su negocio gastronómico y cuál fue el motivo principal para establecerlo en la zona del malecón? 2. ¿Cuál considera que es el plato o especialidad más representativa de su establecimiento y por qué? 3. Además de su especialidad, ¿qué otros platos típicos o preparaciones tradicionales forman parte de su menú? 4. ¿Qué tipo de capacitación, experiencia o habilidades posee el personal que atiende en su establecimiento? 5. ¿Qué tipo de visitantes suele recibir con mayor frecuencia? 6. Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son las principales fortalezas del servicio gastronómico ofrecido en esta zona? 7. ¿Cuáles son las principales debilidades o dificultades que enfrentan los establecimientos gastronómicos en esta área? 8. ¿Qué importancia cree que tiene la gastronomía local dentro del desarrollo turístico del cantón Villamil Playas? 9. ¿Conoce o ha escuchado sobre iniciativas similares a una ruta gastronómica en otros destinos turísticos? 10. ¿Está a favor de la implementación de una ruta gastronómica en la zona costera del malecón? ¿Por qué? 11. ¿Le gustaría que su establecimiento forme parte de esta ruta? ¿Qué expectativas tendría sobre esta participación? 12. ¿Qué mejoras considera necesarias en el malecón para fortalecer la experiencia gastronómica de los visitantes? 13. ¿Qué beneficios cree que podría generar una ruta gastronómica para los negocios y para la comunidad local del cantón? 		

Apéndice 4. Instrumento ficha de observación ruta gastronómica.

 UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO		Fecha : _____				
FICHA DE OBSERVACION						
Datos de control						
PROYECTO	Ruta Gastronómica en la zona costera en el malecón del cantón General Villamil playas en el año 2025					
OBJETIVO	Evaluar la situación actual de los establecimientos gastronómicos en términos de oferta, calidad del servicio, infraestructura, higiene e identidad culinaria, con el fin de determinar su pertinencia para integrar la ruta gastronómica.					
HORA:	10:00 am – 15:00 pm	OBSERVADORA:	Cruz Q. Denisse C.			
DIMENSIONES E INDICADORES DE OBSERVACION						
Escala: 1 = Deficiente 2 = Regular 3 = Aceptable 4 = Bueno 5 = Excelente						
OFERTA GASTRONOMICA						
INDICADOR		1	2	3	4	5
Variedad de platos ofrecidos						
Disponibilidad de platos típicos locales						
Presentación de los alimentos						
Relación calidad–precio						
IDENTIDAD CULINARIA LOCAL						
Presencia de preparaciones tradicionales						
Uso de insumos locales en los platos						
Valor cultural transmitido por la oferta						
Representatividad gastronómica del establecimiento						
CALIDAD DEL SERVICIO						
Amabilidad y atención del personal						
Tiempo de atención al visitante						

Conocimiento del menú por parte del personal					
Disposición para atender a turistas					
INFRAESTRUCTURA DEL ESTABLECIMIENTO					
Condiciones generales del módulo/cabaña/comedor					
Estado de mesas, sillas y mobiliario					
Accesibilidad y circulación interna del espacio					
Seguridad del área (iluminación, señalización)¿					
HIGIENE Y MANIPULACION DE ALIMENTOS					
Limpieza del área de cocina					
Limpieza del área de atención					
Uso de uniformes o implementos higiénicos					
Manejo adecuada de alimentos y desechos					
EXPERIENCIA TURISTICA DEL VISITANTE					
Ambiente general del establecimiento					
Señalización y facilidad para ubicarse					
Flujo de visitantes observado					
Reacciones o interés del visitante					
REGISTRO DE OBSERVACIONES RELEVANTES					
Observaciones sobre la oferta gastronómica:					
Infraestructura y estado del establecimiento:					
Aspectos destacados o problemas críticos:					
Elementos que aportan a la identidad culinaria local:					
CONCLUSIÓN DE LA OBSERVADORA:					

Apéndice 5. Material promocional

Identificador personal - Pulsera

Elaborado por: Denisse Cruz Quinde, 2025.



Termo



Elaborado por: Denisse Cruz Quinde, 2025.

Gorra



Elaborado por: Denisse Cruz Quinde, 2025.

Apéndice 6. fotografías

Encuestas dirigidas a turistas locales



Entrevista en las oficinas de turismo, dirigentes



Encuestas dirigidas a turistas nacionales



Encuestas dirigidas a turistas extranjeros



Entrevista en las oficinas de turismo, dirigentes



Encuestas dirigidas a actores claves



Fotografía de menú de uno de los establecimientos



Fotografía del platillo ceviche mariner y cazuela.