

## **002. ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LA CIUDAD DE NARANJAL EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS EN EL PERIODO DE JUNIO-AGOSTO DEL AÑO 2017**

### **Autores:**

Ing. Karen Gianella Terán Delgado  
EGRESADA DE FACULTAD DE TURISMO Y HOTELERÍA

Msc. Fernando Cevallos Ruales  
fcevallos@ecotec.edu.ec

### **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo el análisis del impacto que tiene la venta del cangrejo rojo en el turismo gastronómico de la ciudad de Naranjal en el periodo de Junio – Agosto del año 2017. Al no existir un análisis sobre la no venta de platos a base de cangrejo a pesar de este ser un sector conocido por la producción del crustáceo. Con el fin de alcanzar los objetivos, se diseñó un plan de marketing turístico enfocado a la gastronomía de la ciudad de Naranjal con el fin de posicionar a la ciudad como un destino gastronómico relevante en el Ecuador y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Mediante un estudio exploratorio y descriptivo se elaboró la siguiente investigación. Se utilizaron diferentes técnicas de recolección de información como las encuestas y la observación para obtener información como procedencia, preferencias de consumo, percepción del sitio y promoción percibida por parte del público objetivo. Resultados que fueron interpretados a través de dos enfoques como el cuantitativo para la representación de los resultados de las encuestas y el enfoque cualitativo para la interpretación y descripción de información obtenida a través de encuestas y la observación. El análisis de los aspectos internos y externos alrededor de la ciudad de Naranjal contribuyó a la elaboración de estrategias basadas en los elementos que componen el marketing mix, con mayor énfasis en los puntos que se necesita potencializar como producto y promoción.

Por medio de la investigación previamente realizada, se pudo concluir que en la ciudad de Naranjal si cuenta con aceptación por parte del turista como un destino gastronómico, los puntos con mayor relevancia fueron la falta de capacitación en servicio al cliente y manipulación de alimentos; la escasa promoción del destino por parte de las entidades públicas de la ciudad de Naranjal, estos factores no contribuyen al posicionamiento de la gastronomía de Naranjal, pero que de acuerdo con el plan propuesto se podrá lograr un fortalecimiento del destino.

### **ABSTRACT**

This research project aims to analyze the impact of the sale of red crab in gastronomic tourism in Naranjal City in the period of June - August of the year 2017. In the absence of an analysis about the non-sale of crab-based dishes despite this being a sector known for the crustacean production. In order to reach the objectives, a tourism

marketing plan focused on the gastronomy of Naranjal City was designed in order to position the city as a relevant gastronomic destination in Ecuador and improve the quality of population life.

The following research was elaborated through an exploratory and descriptive study. Different techniques for collecting information such as surveys and observation were used to obtain information like consumption preferences, perception of the site and perceived promotion by the target audience. Results were interpreted through two approaches: the quantitative for the results representation of surveys and the qualitative approach for interpretation and description of information obtained through surveys and observation. The analysis of internal and external aspects around Naranjal City contributed to the elaboration of strategies based on the Marketing Mix elements with greater emphasis on the points that need to be potentialized like product and promotion.

Through the previously research, it was possible to conclude that Naranjal City has an acceptance by the tourist as a gastronomic destination, the most relevant points were the absence of training in customer service and food handling; the limited promotion of the destination by the public entities of Naranjal city, these factors do not contribute to the positioning of the gastronomy of Naranjal but according to the proposed plan, a strengthening of the destination can be achieved.

#### **Palabras claves**

Turismo, Cangrejos, Gastronomía, Restauración, Servicio.

#### **Keywords**

Tourism, Crabs, Gastronomy, Restoration, Service.

### **INTRODUCCION**

El turismo y la gastronomía a nivel mundial componen una de las mayores fuentes de ingresos para quienes se dedican a este rubro. Un turista además de tener el interés de conocer un lugar nuevo a tal punto de desplazarse de su lugar de origen, en la actualidad para ese interés también es conocer la gastronomía de aquel sitio. *“La gastronomía, un componente esencial de la historia, la tradición y la identidad, se ha convertido también en un motivo importante para visitar un destino”* (Organización Mundial del Turismo, 2016). La ciudad de Naranjal es un lugar con diversos atractivos turísticos y entre ellos se encuentra la gastronomía. La gastronomía basada en el cangrejo rojo, el cual es una producción propia de Naranjal genera un interés en el turista que desea

La investigación realizada tiene como objetivo principal analizar el impacto que causa la comercialización del cangrejo rojo en el turismo gastronómico de la ciudad de Naranjal a través del análisis de la situación interna y externa, recopilar información relevante acerca de los restaurantes y platos que estos venden, proponer de

estrategias que potencialicen la gastronomía naranjaleña determinando así cuales son aplicables con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes que se dediquen a tal actividad.

### **CONTEXTO HISTÓRICO**

Los procesos de comercialización de alimentos se realizan a través de los restaurantes hace muchos años atrás y que a lo largo de la historia han evolucionado significativamente. “Algunos testimonios históricos y arqueológicos nos confirman que las tabernas existían ya en el año 1700 a.C. Se han encontrado pruebas de la existencia de un comedor público en Egipto en 512 a.C.” (Universidad Rafael Landívar, s.f.). Los antiguos romanos ya salían de casa frecuentemente para consumir alimentos “aún hoy pueden encontrarse pruebas en Herculano, una ciudad de veraneo cerca de Nápoles que durante el año 79 d.C. fue cubierta de lava y barro por la erupción del volcán Vesubio. En sus calles había una gran cantidad de «bares» que servían pan, queso, vino, nueces, dátiles, higos y guisados calientes” (Universidad Rafael Landívar, s.f.).

El primer restaurante como tal ya aparece en el año 1765 y su dueño fue monsieur Boulanger “Boulanger llamó a su sopa *le restaurant divino*” (Universidad Rafael Landívar, s.f.). Luego los chefs más reconocidos empezaron a abrir sus propios restaurantes, llamados así los restauradores. El termino restaurante llegó a América específicamente Estados Unidos en 1794 gracias a Baptiste Gilbert Paypalt.

La escasa historia encontrada de la gastronomía del Ecuador señala que esta se elabora desde hace muchos años atrás con recetas autóctonas y otras con influencia de otras nacionalidades que llegaron al territorio en ese entonces. “En el Ecuador, los testimonios arqueológicos demuestran que, en época muy remota- tal vez 5.000 años A.C. – nuestros antepasados cultivaban la tierra y usaban sus frutos para alimentarse” (Peñaherrera, s.f.). En el Ecuador la gastronomía difiere de una región a otra. “Sobre esta base de condiciones naturales y acontecimientos históricos, una vez más, la diversidad climática y ambiental y las peculiaridades comunitarias, desarrolladas en el encierro de los nudos cordilleranos o en el aislamiento de las comunidades costaneras, estimularon una verdadera floración de costumbres y técnicas del buen comer” (Peñaherrera, s.f.).

Naranjal a pesar de tener como principal actividad económica la agricultura, en los últimos años se ha destacado por su gastronomía ya que se base en el cangrejo rojo captura en el sector. “El cangrejo naranjaleño es una tradición y un imán para que visiten otras zonas turísticas” (González, 2014). A pesar de no existir datos exactos sobre acontecimientos relevantes para el desarrollo de la gastronomía del sitio. Se puede tomar en cuenta el principal evento con el que cuenta la ciudad, el festival del Cangrejo de Naranjal el cual ya lleva organizándose por más de 12 años y promociona a la ciudad como principal destino para consumir este crustáceo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Realizar un análisis del impacto que tiene la venta de cangrejos en el turismo gastronómico en la Ciudad de Naranjal.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un análisis situacional del turismo gastronómico enfocado a la Ciudad de Naranjal.
- Recopilar información que permita determinar los tipos de restaurantes y platos que se expenden en la Ciudad de Naranjal.
- Proponer un plan de marketing turístico para generar estrategias que potencien la gastronomía de la Ciudad de Naranjal.
- Determinar estrategias para potencializar la venta del cangrejo de Naranjal para que habitantes del sector de Naranjal mejoren su calidad de vida.

### **Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021(PNBV)**

Los objetivos del proyecto de investigación se alinean a los objetivos planteados por el Plan Nacional del Buen Vivir, que según el Secretario Nacional de Planificación y Desarrollo, (Mideros, 2017):

“Se trata de un Plan corto, concreto y transparente, para que todas y todos lo podamos leer y usar; que motiva el diálogo sobre los grandes Objetivos Nacionales de Desarrollo; que se actualiza con los aportes ciudadanos; y que direcciona la gestión pública para el cumplimiento de los programas de gobierno y el logro de metas nacionales”.

Los objetivos son los siguientes:

#### **Objetivo 5:**

Impulsar la Productividad y Competitividad para el Crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria.

Concordantes con las políticas 5.1; 5.3.; 5.5.; 5.8.

#### **Objetivo 6:**

Desarrollar las Capacidades Productivas y del Entorno para Lograr la Soberanía Alimentaria y el Desarrollo Rural Integral.

Conforme a las políticas 6.5.; 6.6.

#### **Objetivo 7:**

Incentivar una Sociedad Participativa, con un Estado Cercano al Servicio de la Ciudadanía.

Concordante a la política 7.8.

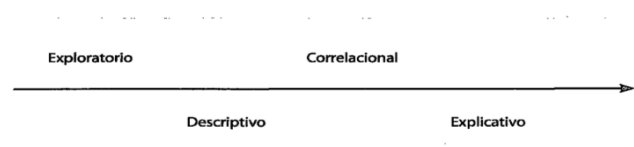
#### **Objetivo 9:**

Garantizar la Soberanía y la Paz, y Posicionar Estratégicamente al País en la Región y el Mundo.

Conforme las políticas 9.3.; 9.4.

## ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Gráfico N° 1 Alcances que puede tener un estudio cuantitativo



Fuente: Sampieri 2008

### Estudios exploratorios

Ante la falta de información del objeto de estudio, resulta apropiado aplicar en la investigación el estudio exploratorio para así obtener datos poco estudiados anteriormente. “Estos estudios se caracterizan por ser más flexibles en su método en comparación con los descriptivos, correlacionales o explicativos, y son más amplios y dispersos que estos otros” (Sampieri, Metodología de la investigación, 2008)

## MARCO TEÓRICO

Naranjal es un cantón que pertenece a la provincia del Guayas, desde sus inicios el cantón tuvo un desarrollo muy limitado, pero su ubicación ayudó a caracterizar el lugar porque representaba un valor estratégico para las comunicaciones entre las regiones de la costa y de la sierra, especialmente para la ciudad Guayaquil que durante la época de la independencia ésta se favoreció de manera muy significativa. (Cedeño, 2012)

Según su historia Naranjal fue una de las primeras poblaciones que se unieron a la revolución del 9 de octubre de 1820. Después, el 15 del mismo mes se proclamó la independencia del cantón bajo la participación de José María Andrade, Mariano Unda, Jerónimo Santa Cruz y Manuel Bernardo Enderíca

En naranjal se tiene conciencia que se cuenta con excelentes recursos naturales y gastronómicos; entonces ya es tiempo que naranjal empiece a beneficiarse de estos recursos, su entorno natural y su belleza paisajística hacen de este un lugar único en cuanto a recurso turístico, enfocándose en su gastronomía tiene productos que se dan solo ahí y que los habitantes han aprovechado, pero no de la forma necesaria para impulsarlo como atractivo gastronómico

La gastronomía y la alimentación ha ido evolucionando desde tiempos antiguos, estas se han visto compuestos de algunos atractivos que han beneficiado al turismo. En los

inicios de la cocina el hombre prehistórico actuaba por instintos y se alimentaba de lo encontraba en su entorno

### **Gastronomía de Naranjal**

La gastronomía de naranjal ha logrado identificarse por el cangrejo ya que muy cerca de este cantón encontramos Manglares Churute es ahí en donde este lugar se beneficia de este crustáceo, también en los últimos años se ha dado una feria en donde se vende todo tipos de comida en base al cangrejo, sin embargo vale la pena recalcar que esta feria se da una vez por año, ya que en el mes de agosto es el tiempo que se la elabora es donde más salen en busca de este crustáceo ya se encuentra en gran cantidad y de este tenemos variados platos como lo son cangrejos criollo, encocado de cangrejo, ensalada de cangrejo, cazuela de cangrejo.

### **Atractivo gastronómico**

Según (Oliveira, 2011) basada su información en la investigación de otros autores expone que las atracciones son el componente más importante del sistema turístico, siendo estos quienes motivan a los turistas a realizar viajes a cualquier parte del mundo. Basados en el término como atractivo gastronómico significa que esta es la razón por el cual los turistas se desplazan de sus lugares de origen para conocer dicho lugar y comprobar que las referencias que han escuchado de él cumplan con las expectativas del mismo.

### **Emprendimientos gastronómicos**

Según (Colectiva, 2011) se podría decir que la mayoría de las personas, por situaciones en su vida personal, han analizado la idea de emprender un negocio de venta de comida y en la actualidad aún muchos se encuentran en el punto de dar ese paso importante. Es imprescindible saber antes de emprender en estos tipos de negocios que se trata de un trabajo que requiere de una importante inversión, dedicación, compromiso y pasión por el servicio. Si no estaría dispuesto a pagar toda esta inversión sería mejor no intentarlo.

Según (Santana, 2003) el desarrollo turístico desde el punto de vista económico es un agregado a los cinco consumos que son el transporte, alojamiento, adquisición de bienes, disfrutar de los lugares y espectáculos. La conjunción de estos cinco consumos constituye a la actividad que el turista realiza cuando se desplaza a un lugar. El desarrollo turístico se puede dar solo si existen estos tipos de factores en el lugar turístico.

### **Patrimonio gastronómico**

Según (Schluter, 2006) dice que para que algún elemento de una cultura sea considerado patrimonio debe ser previamente activado, es decir que un agente social ya sea la Unesco o cualquier ente que tenga este poder quiera considerarlo como tal, sin embargo, puede haber una activación turística de patrimonio solo en caso de

encontrar elementos que sea de escasa existencia o identifique una comunidad por ese recurso gastronómico.

## **Proceso de comercialización**

### **Procesos**

En conclusión, de las definiciones de autores citados a continuación, los procesos consisten en un conjunto de actividades que van sucesivamente para no carecer de lógica con el objetivo de obtener un resultado final.

“Se lo define como una serie de actividades interrelacionadas que presentan una relación lógica entre sí, para obtener un resultado esperado” (Paganini & Arrondo, s.f.).

“Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial” (Real academia española, 2014).

“Conjunto de actividades mutuamente relacionadas que utilizan las entradas para proporcionar un resultado previsto” (Norma internacional ISO 9000, 2015).

### **Comercialización**

Según la autora (Pérez, 2003):

“La función básica de la comercialización es la venta, actividad fundamental de las empresas ligada a la producción; y toda actividad comercial culmina en ella, aunque existen otras funciones como la comunicación, la investigación de mercados y otras que pueden estar asociadas que la convierten en una herramienta poderosa del marketing”.

El autor (Barbagallo, 2005) concluyó:

“El intercambio comercial ha venido operando desde que el hombre descubrió el trueque como forma de obtener los bienes que no podía producir. No obstante, recién en la primera parte del Siglo XX nació la comercialización propiamente dicha, o sea, el estudio formal de los procesos y relaciones del intercambio, de cuestiones y aspectos que ignora su ciencia madre, la Economía”.

Según los autores citados se define a la comercialización como un proceso que surgió desde que el hombre empezó a realizar un intercambio o también llamado trueque donde obtenía bienes que no podía elaborar. Ya en el siglo XX surgen las definiciones más formales del término. La comercialización incluye la producción y distribución de un bien o servicio en condiciones adecuadas para finalmente llegar a la venta de este. “Dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta” (Real Academia Española, 2014).

## **Percepción del turista sobre la comercialización**

Se concluye que la calidad que perciben los turistas no es solo de las características físicas del producto sino también del servicio que este brinde, por esta razón las empresas deben enfocarse en el servicio que se ofrece al comercializar un producto.

La autora (Pérez, 2003) determinó la comercialización como:

“La comercialización de los productos y servicios turísticos requieren la adecuada identificación del valor y los beneficios para el turista de lo que se ofrece, puesto que la calidad no se basa solo en las cualidades físicas, sino que en buena medida dependen del servicio y la imagen.

## **Turismo gastronómico en el cantón Naranjal**

Según (Monar & Panta, 2016), luego de haber realizado un análisis sobre el turismo gastronómico en el Cantón Naranjal para el diseño de una ruta gastronómica en el sitio, los autores llegaron a la siguiente conclusión:

“Según el estudio realizado en este proyecto se determinó que el cantón Naranjal es ideal para realizar la práctica de turismo gastronómico, por la ubicación geográfica de la misma y porque no solo cuenta con establecimientos de comida tradicional del sector, esta también cuenta con lugares turísticos cercanos a la cabecera cantonal, como son Manglares Churute y el Cerro de Hayas, los cuales fueron incluidos dentro de la ruta”.

Según el estudio realizado por (Arteaga & Segura, 2016), llegaron a la siguiente conclusión:

“Existe la realización de Ferias Gastronómicas en el cantón Naranjal que se organizan anualmente, en la que se exponen los principales platos típicos del cantón; sin embargo, estas son poco promocionadas, por lo que los habitantes de otras ciudades cercanas como Guayaquil desconocen de su existencia”.

Según los autores citados anteriormente, el turismo gastronómico en el Cantón Naranjal es una actividad ideal para la comunidad gracias a diferentes factores como la ubicación geográfica, sitios turísticos cercanos que atraen a turistas y la organización de ferias gastronómicas que se han realizado los últimos años para exponer los platos tradicionales de la zona pero que ha contado con poca promoción para atraer turistas de zonas cercanas como lo es Guayaquil.



**Tabla 1. Inventario de planta gastronómica**

Nº FICHA	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CATEGORIA	DIRECCION	PROPIETARIO	TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO	Nº DE EMPLEADOS	Nº MESAS	TELEFONO	SERVICIOS DISPONIBLES	PRECIOS PROMEDIOS
NAR-001	Sr. Tenazas-Delicias de Chobi	Tercera	Pastaza y Panamericana esquina	Isabel Divina	9 años	4	12	02752216-09913346	Wifi, baños, ambiente musical, servicio de buffet, coffee break	\$7-\$15
NAR-002	Cangrejil y Mariscos Don k	Cuarta	Panamericana	Franklin Avales	5 meses	2	7	0968762362	baños, ambiente musical	\$5-\$10
NAR-003	Osmayk	Cuarta	Panamericana e Hipólito Gonzales	Rena Barco	33 años	6	7	042571287	Baños	\$6-\$8
NAR-004	El Rinconito Naranjalito	Cuarta	Calle Quito y 7 de Noviembre	Carmen Pelaez	3 meses	4	7	0991118791	Baños	\$2.50-\$5.00
NAR-005	La Cueva del cangrejo	Tercera	Av. Panamericana y Pascuas Palmirino	Leticia Gallo	8 años	4	24	0985325631	Baños	\$3-\$25
NAR-006	Leos de Mariscos	Tercera	Av. Homero Castro y Osvaldo Rodríguez	Leonardo Morán	5 años	5	7	0993997796-0990588	Almuerzos, Servicio a domicilio dentro y fuera de la ciudad, Bañ	\$2.50-\$6

Fuente: (Arteaga & Segura, 2016), Tesis “Guía virtual sobre la Gastronomía Tradicional del Cantón Naranjal de la Provincia del Guayas.”

## Cangrejo rojo

La especie de cangrejo más importante para el Cantón Naranjal es el cangrejo rojo, especie base para la elaboración de los platos emblemáticos del cantón. “El cangrejo rojo de manglar o guariche *Ucides occidentalis Ortmann 1.897*” (Ministerio del Ambiente, 2006).

La comercialización del crustáceo es significativa para los habitantes del Cantón Naranjal, muchos de ellos se dedican a la actividad aportando así a la economía local. “La captura del recurso cangrejo rojo o guariche (*Ucides occidentalis*) es una actividad artesanal de subsistencia de cuya pesca dependen muchas familias asentadas cerca de la zona de influencia” (Ministerio del Ambiente, 2006).

### 1.2. Impacto

La palabra impacto se la puede definir a los efectos que son provocado por una acción y que tienen efecto en el lugar donde se producen. “Conjunto de los efectos que un suceso o un hecho producen en su entorno físico o social” (Oxford dictionaries, s.f.).

### Tipos de impacto del turismo

Según Picornell, existen 3 tipos de impactos en el turismo como lo son el económico; donde se miden los beneficios y costos que produce la realización de la actividad en un determinado sector, el impacto sociocultural; es el que mide los cambios que se producen en la sociedad y en su calidad de vida al recibir turistas, y por último el impacto ambiental; se miden las variables ambientales que se producen con respecto a las actividades turísticas que se realizan en un sitio. El autor (Picornell, 1993) define a los tipos de impactos turísticos como:

“**Impacto económico:** se entiende por impacto económico del turismo, la medida de los beneficios y, también, de los costes económicos generados por el desarrollo de esta actividad. Los niveles de referencia suelen ser el local o municipal, el regional, el estatal y el internacional.

**Impacto sociocultural:** el impacto sociocultural del turismo analiza los cambios en la sociedad y en el modo de vida de los residentes en las áreas de recepción de turistas. Este cambio afecta a multitud de variables, entre ellas: formas de vida, sistemas de valores, comportamiento individual, relaciones familiares, estilos de vida colectivos, niveles de seguridad, conducta moral y política, expresiones creativas, cultura tradicional, etc.

**Impacto ambiental:** la evaluación del impacto ambiental producido por las actividades turísticas es particularmente importante en tanto en cuanto las diversas variables ambientales constituyen la base y la atracción hacia los diferentes centros turísticos”.

## **Evaluación del impacto**

### **Indicadores del desarrollo sostenible del turismo**

Según las fuentes consultadas se puede concluir que los impactos que se producen en relación al turismo se miden a través de indicadores generales para todas las áreas que componen el turismo y que estos reflejaran los posibles problemas o las medidas de acción que se deben tomar para mejorar una situación ya existente. Estos indicadores proporcionarían información para una mejor gestión turística en todas sus áreas. La organización Mundial del Turismo también define estos indicadores en niveles para así tomar decisiones específicas según el nivel a estudiar, como lo es los destinos específicos que corresponde a las comunidades locales, donde se identifican elementos importantes como el estado del sector turístico, riesgos y resultados que se pueden obtener.

Según la (Organización Mundial del Turismo, 2005):

“Los indicadores son medidas de la existencia de dificultades o de la gravedad de las ya conocidas, indicios de situaciones o problemas por venir, medidas del riesgo y de la necesidad potencial de acción, y medios para identificar y evaluar los resultados de nuestras acciones. Los indicadores son conjuntos de información formalmente seleccionada que se utiliza con carácter regular en la medición de los cambios pertinentes para el desarrollo de la gestión del turismo”.

## **Turismo y gastronomía**

### **Turismo**

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo es la acción que realizan las personas al desplazarse de su lugar habitual a uno nuevo por diferentes motivos, este movimiento de personas provoca un aumento de la actividad económica por el gasto turístico que se da en el lugar visitado al existir una oferta y demanda de productos y servicios. “El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse”(Organización Mundial del Turismo, s.f.).

Otra definición según (Organización Mundial del Turismo, s.f.):

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*”.

### **Gastronomía**

Por definición, la gastronomía son todos los conocimientos y procesos vinculados con los ingredientes y técnicas usadas para elaborar alimentos en determinado lugar que

con el tiempo evoluciona los aspectos antes mencionados. “Conjunto de conocimientos y actividades que están relacionados con los ingredientes, recetas y técnicas de la culinaria así como con su evolución histórica” (Oxford, s.f.).

### **Turismo gastronómico**

Según el 2º Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT, (Organización Mundial del Turismo, 2016):

“La comida es un elemento fundamental de todas las culturas, un componente importante del patrimonio inmaterial a nivel internacional y un atractivo cada vez más importante para los turistas y que en muchos destinos sigue siendo un potencial sin explotar. El vínculo entre la comida y el turismo ofrece una plataforma para la propagación de la cultura, el desarrollo económico local, las prácticas sostenibles y las experiencias gastronómicas, que ayudan a los destinos a comercializarse y fortalecer su imagen, como así también a apoyar tradiciones locales y su diversidad, aprovechando y premiando la autenticidad”.

Otra de las conclusiones llegadas en el 2º Foro mundial de turismo gastronómico de la OMT, según la (Organización Mundial del Turismo, 2016):

### **Población o universo**

“Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Sampieri, 2008).

Para determinar la población y muestra de la investigación, se utilizó el método de muestreo probabilístico aleatorio simple al tener una población finita, donde todos los participantes pueden ser escogidos. “En investigación, el muestreo aleatorio simple se utiliza cuando en el conjunto de una población, cualquiera de los sujetos tiene la variable o variables objeto de la medición” (Bernal, Metodología de la Investigación, 2010).

### **Población y muestra**

Se definió la población o universo de la investigación según la información proporcionada por la Concesionaria del Guayas CONCEGUA S.A. encargada de la estación de peaje Puerto Inca, donde indica que el tráfico de vehículos livianos con respecto a los meses Marzo, abril y mayo del año 2017, dicha cantidad será utilizada para definir la muestra de la investigación.

### **Tráfico de vehículos livianos en la estación de peaje Puerto Inca**

**Tabla 2. Tráfico de vehículos livianos en la estación de peaje Puerto Inca**

<b>Mes</b>	<b>Cantidad</b>
Marzo	249 379
Abril	259 197
Mayo	259 123
Promedio	255 899

**Fuente: Concegua S.A. Elaborado por: Investigadora, 2017.**

## 2.1. Muestra

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población” (Sampieri, 2008). La muestra se obtiene de la población antes mencionada a través del uso de la fórmula de población finita.

La muestra dada a través de la fórmula a continuación, proporcionará la información acerca de la percepción de los turistas en la Ciudad de Naranjal acerca de la gastronomía que ahí se expende haciendo énfasis en el consumo de su producto estrella, el cual es el cangrejo rojo. “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (Bernal, 2006).

Para definir la muestra se utilizó la fórmula:

$$n = \frac{N Z^2 pq}{(N - 1) e^2 + Z^2 pq}$$

**Fuente: (Bernal, Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales, 2006). Elaborado por: Investigadora, 2017.**

Donde:

- ❖ n: Tamaño de la muestra: ¿?
- ❖ N: Tamaño de la población: 255 899
- ❖ Z: nivel de confianza: 95%= 1.96
- ❖ p: probabilidad positiva o a favor: 50%
- ❖ q: probabilidad negativa o en contra: 50%
- ❖ e: margen de error: 5%: 0.05

$$n = \frac{255\,899(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(255\,899 - 1)0.05^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 384$$

$$n = 384/3 \text{ pax} = 128 \text{ pax}$$

Por esta razón la población a utilizar en la investigación es de 255 899.

La muestra obtenida con la fórmula antes mencionada es de: 384 vehículos. Esta muestra la dividiremos para un promedio de 3 pasajeros por vehículo liviano y obtendremos una muestra de: 128 personas a encuestar.

## **Análisis de Resultados**

### **Resultados de la encuesta**

#### **1. Sexo del encuestado**

**Tabla N° 3. Sexo del encuestado**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Masculino</b>	<b>71</b>	<b>55%</b>
<b>Femenino</b>	<b>57</b>	<b>45%</b>
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ciudad Naranjal, Provincia del Guayas. Elaborado por: Investigadora, 2017.

De las personas encuestadas, el 55% pertenece al sexo masculino y el 45% al sexo femenino.

**Tabla N° 4 Edad del encuestado**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>18-30</b>	<b>37</b>	<b>29%</b>
<b>31-40</b>	<b>44</b>	<b>34%</b>
<b>41-50</b>	<b>35</b>	<b>27%</b>
<b>51 o mas</b>	<b>12</b>	<b>9%</b>
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ciudad Naranjal, Provincia del Guayas. Elaborado por: Investigadora, 2017.

Según los encuestados, el 29% corresponde a la edad de 18 a 30 años, el 34% a la edad de 31 a 40 años, el 27% de 41 a 50 años y el 9% de 51 o más años.

**Tabla N° 5 Procedencia del encuestado**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Residente naranjal</b>	<b>23</b>	<b>18%</b>
<b>Turista</b>	<b>105</b>	<b>82%</b>
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ciudad Naranjal, Provincia del Guayas. Elaborado por: Investigadora, 2017

**¿Cuál es el motivo principal del viaje a ésta ciudad?**

**Tabla N° 6 Motivo principal del viaje**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Turismo</b>	<b>66</b>	<b>52%</b>
<b>Negocios</b>	<b>8</b>	<b>6%</b>
<b>Visita familiares</b>	<b>10</b>	<b>8%</b>

<b>De paso</b>	<b>24</b>	<b>19%</b>
<b>Otro</b>	<b>20</b>	<b>16%</b>
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ciudad Naranjal, Provincia del Guayas. Elaborado por: Investigadora, 2017

Un 52% de los encuestados visitan la ciudad por turismo, el 19% está de paso, el 16% señalo por otro motivo, el 8% visita a familiares y el 6% restante por negocios. Se puede concluir, que la mayoría que asiste a la ciudad de Naranjal lo hace por turismo, por esta razón la estrategia a aplicar es positiva para atraer a estos turistas.

**¿A través de qué medio de transporte viaja usted?**

**Tabla N° 7 Medio de transporte**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Moto</b>	<b>9</b>	<b>7%</b>
<b>Vehículo propio</b>	<b>91</b>	<b>71%</b>
<b>Autobús</b>	<b>28</b>	<b>22%</b>
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ciudad Naranjal, Provincia del Guayas. Elaborado por: Investigadora, 2017.

Según la encuesta, el 71% viaja en vehículo propio, el 22% viaja en autobús y el 7% restante viajan en moto.

**¿Cuándo usted visita naranjal, donde prefiere consumir sus alimentos?**

**Tabla N° 8 Lugar de consumo de alimentos.**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Restaurantes</b>	<b>55</b>	<b>43%</b>
<b>Casa familiares</b>	<b>14</b>	<b>11%</b>
<b>Paraderos turísticos</b>	<b>35</b>	<b>27%</b>
<b>Picanterías</b>	<b>24</b>	<b>19%</b>
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ciudad Naranjal, Provincia del Guayas. Elaborado por: Investigadora, 2017.

Según la encuesta el 43% de personas consume los alimentos en restaurantes, el 27% lo hace en paraderos turísticos, el 19% en picanterías y el 11% lo hacen en casa de familiares.

**¿Considera usted que la gastronomía del Cantón Naranjal es?**

**Tabla N° 9 Percepción de la gastronomía**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Excelente</b>	<b>23</b>	<b>18%</b>
<b>Muy buena</b>	<b>51</b>	<b>40%</b>
<b>Buena</b>	<b>37</b>	<b>29%</b>
<b>Regular</b>	<b>10</b>	<b>8%</b>

<b>Mala</b>	<b>5</b>	<b>4%</b>
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ciudad Naranjal, Provincia del Guayas. Elaborado por: Investigadora, 2017.

Según la encuesta, el 40% considera que la gastronomía de Naranjal es muy buena, el 29% considera que es buena, el 18% señala que es excelente, el 8% que es regular y el 4% dice que es mala.

**¿Qué factores considera más importantes al momento de elegir un restaurante?**

**Tabla N° 10 Factores importantes a considerar**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Ubicación</b>	<b>10</b>	<b>8%</b>
<b>Comida</b>	<b>53</b>	<b>41%</b>
<b>Servicio</b>	<b>13</b>	<b>10%</b>
<b>Precio</b>	<b>30</b>	<b>23%</b>
<b>Higiene</b>	<b>2</b>	<b>17%</b>
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ciudad Naranjal, Provincia del Guayas. Elaborado por: Investigadora, 2017.

El 41% considera que la comida es el factor más importante, el 23% considera que lo es el precio, 17% la higiene, el 10% el servicio y el 8% considera que lo es la ubicación.

**¿A través de que medio se enteró usted de la gastronomía de naranjal?**

**Tabla N° 11 Medios de difusión**

<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Radio</b>	<b>5</b>	<b>4%</b>
<b>Tv</b>	<b>7</b>	<b>5%</b>
<b>Redes sociales</b>	<b>52</b>	<b>41%</b>
<b>Prensa</b>	<b>6</b>	<b>5%</b>
<b>Internet</b>	<b>25</b>	<b>20%</b>
<b>Ferias gastronómicas</b>	<b>33</b>	<b>26%</b>
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ciudad Naranjal, Provincia del Guayas. Elaborado por: Investigadora, 2017.

El 41% de los encuestados se enteró a través de las redes sociales sobre la gastronomía del sitio, el 26% se enteró por ferias gastronómicas, un 20% a través de internet, un 5% por la prensa, otro 5% por la televisión y el 4% restante por la radio.

## CONCLUSIONES

- Según el análisis, la mayoría de personas encuestadas que componen un 82% son turistas que por ende su principal motivo de viaje es el turismo y lo realizan en grupos.
- Los establecimientos de comida como restaurantes, paraderos turísticos y picanterías son los de mayor aceptación por los turistas compuesto por un 89%, quienes buscan platos a base de cangrejo componen el 76% y tienen una percepción "Muy buena" reflejada en el 40% de las encuestas realizadas. Los encuestados también señalaron que su frecuencia de consumo es de una vez al mes reflejado en el 55% de encuestados.
- Los aspectos más importantes al escoger un restaurante fueron: la comida con un 41%, el precio con un 23% y la higiene con el 17%.
- Pero al preguntar acerca de los aspectos que se deben mejorar en los restaurantes de la ciudad los encuestados señalaron al servicio al cliente con el 39% y la limpieza con un 38%. Por esta razón el plan a ejecutar se debe enfocar en reforzar el servicio al cliente y el mantenimiento de los establecimientos con respecto a su limpieza y manipulación de alimentos.
- Las redes sociales y las ferias gastronómicas de años anteriores con un 41% y 26% respectivamente, fueron los medios más escogidos al preguntar porque medio se enteraron los turistas acerca de la gastronomía de la ciudad de Naranjal.
- Así mismo son los medios como redes sociales con un 44%, internet 20% y ferias gastronómicas con el 27%, los preferidos para enterarse de los eventos gastronómicos y una gran mayoría como lo es el 83% de encuestados señaló que la gastronomía de este sector necesita una mayor promoción.
- Al analizar estas respuestas se puede tomar en cuenta que en el plan a proponer se debe enfatizar la promoción tanto del sitio como el producto estrella que tiene esta ciudad, el cangrejo rojo.

En el festival gastronómico del cangrejo realizado en la ciudad de Naranjal se pudo evidenciar la gran afluencia de turistas provenientes de la Provincia del Guayas y provincias cercanas como El Oro y Azuay que llegaron a degustar platos exclusivamente a base de cangrejos, se pudo palpar también que la oferta ofrecida no fue suficiente para la demanda existente al terminarse la mayoría de platos para el medio día y la falta de sillas y mesas para los comensales. El servicio al cliente y la limpieza del sitio fue carente al notar las demoras en el servicio y los desperdicios en los alrededores de los establecimientos de comida.



## BIBLIOGRAFÍA

- Arteaga, J. A., & Segura, S. P. (2016). *Guía virtual sobre la Gastronomía Tradicional del Cantón Naranjal de la*. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/35482/D-101065.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>
- Barbagallo, J. C. (2005). *Comercializacion I*. Obtenido de <http://celce.galeon.com/apuntespdf/comerc1.pdf>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (segunda ed.). Naucalpan: Pearson Educación.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). Bogotá: Pearson.
- Cedeño, L. (2012). *La Historia de Naranjal*. Obtenido de <http://helikedena.blogst.com>
- Colectiva. (21 de 11 de 2011). *Colectiva*. Obtenido de <http://gastronomiaygerencia.blogspot.com/2011/11/emprendimiento>
- González, M. (Agosto de 2014). Jefe de Turismo del Municipio. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/cangrejada-naranjal-tradicion-lleva-12.html>
- Mideros, A. (2017). Plan Nacional para el Buen Vivir. 11. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/07/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (2006). *Programa de Manejo de Recursos Costeros*. Guayaquil. Obtenido de <http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/geovanna/Estudio%20de%20Factibilidad%20Cangrejo%20Rojo%20Naranjal%20y%20Puerto%20EI%20Morro.pdf>
- Ministerio del Interior. (2015). *Acuerdo ministerial No. 5910*. Quito. Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/08/Reglamento-Intendentes.pdf>
- Monar, J. T., & Panta, K. C. (2016). *Diseño de una ruta gastronomica en el Canton Naranjal de la Provincia del Guayas*. Escuela Superior Politecnica del Litoral. Guayaquil: -. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/37105/D-101101.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>
- Norma internacional ISO 9000. (2015). *Sistemas de Gestion de la calidad - Fundamentos y vocabulario*. Ginebra. Obtenido de <http://www.sgc.uagro.mx/Descargas/ISO%209000-2015.pdf>
- Olveira, S. (05 de 2011). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=180717583012>
- Organizacion Mundial del Turismo. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos*. Madrid. Obtenido de [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/INDICADORES\\_OMT.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/INDICADORES_OMT.pdf)
- Organizacion Mundial del Turismo. (2016). *2º Foro mundial de turismo gastronómico de la OMT*. Lima. Obtenido de [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/conclusiones\\_espanol.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/conclusiones_espanol.pdf)
- Organizacion Mundial del Turismo. (2016). *2º Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT*. Lima. Obtenido de <http://affiliatemembers.unwto.org/es/event/2-foro-mundial-de-turismo-gastronomico-de-la-omt>

- Organizacion Mundial del Turismo. (s.f.). *UNWTO*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Oxford dictionaries. (s.f.). *Español Oxford Living Dictionaries*. Obtenido de <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/impacto>
- Oxford. (s.f.). *Español Oxford living dictionaries*. Obtenido de <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/gastronomia>
- Paganini, J., & Arrondo, F. (s.f.). *Gestion de Procesos*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Médicas Universidad Nacional de La Plata. Obtenido de <http://www.cenas.org.ar/DOC%203.pdf>
- Peñaherrera, Z. S. (s.f.). *El Gran Libro de la Cocina Ecuatoriana*. Quito: Printer Colombiana.
- Pérez, J. (2003). *Las mipymes turísticas: como comercializar a través de la cooperación*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Picornell, C. (1993). Los impactos del turismo. *Papers de turisme*, 70,75,83. Obtenido de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/395/331>
- Real academia española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=UFbxsxz>
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=9vUPuBm>
- Sampieri, R. (2008). *Metodología de la investigación*. D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Sampieri, R. (2008). *Metodología de la investigación*. D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Santana, M. (2003). *FORMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO, REDES Y SITUACIÓN DE EMPLEO*. Obtenido de tdx: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5116/mast1de2.pdf>
- Schluter, R. (2006). *Turismo Y patrimonio gastronómico una perspectiva*. Obtenido de cieturisticos : [http://www.cieturisticos.com.ar/Pdf/L-Turismo\\_y\\_patrimonio.pdf](http://www.cieturisticos.com.ar/Pdf/L-Turismo_y_patrimonio.pdf)
- Universidad Rafael Landivar. (s.f.). *Historia de los Restaurantes*. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/2014/TurismoHotel/03.pdf>