



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

TÍTULO:

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

AUTORA:

Valdiviezo Macías, Karina Denisse

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MUSEO
GASTRONÓMICO EN GUAYAQUIL**

TUTOR:

CPA Vera, Laura

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Karina Denisse, Valdiviezo Macías**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera en administración de empresas hoteleras y turísticas**.

TUTORA

CPA Laura Vera Salas, Mgs.

REVISORES

Ing. Said Diez Farhat, Mgs.

Lcda. Alicia Calderón Gallegos, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 31 del mes de enero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Karina Denisse Valdiviezo Macías

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Propuesta para la implementación de un Museo Gastronómico en Guayaquil” previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 31 del mes de enero del año 2014

LA AUTORA

Karina Denisse Valdiviezo Macías



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Karina Denisse Valdiviezo Macías

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Propuesta para la implementación de un Museo Gastronómico en Guayaquil, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 del mes de enero del año 2014

LA AUTORA:

Karina Denisse Valdiviezo Macías

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.1 Justificación.....	2
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.3 Objetivos:	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos	4
1.4 Formulación de Hipótesis.....	4
1.5 Contribución Potencial de Estudio.....	4
CAPÍTULO II	6
MARCO CONTEXTUAL	6
2.1 GENERALIDADES.....	6
2.2 Marco Teórico	11
2.2.1 Museo.....	11
2.2.2 Cultura	18
2.2.3 Turismo gastronómico	22
2.3 Marco Conceptual	24
2.4 Marco Referencial	26
2.4.1 Museos Gastronómicos en el mundo.....	26
2.4.2 Museos en Ecuador.....	30
2.5 Marco Legal	32
CAPÍTULO III.....	36
Metodología de la investigación	36
3.1 Enfoque de investigación	36
3.2 Tipos de investigación.....	36
3.3 Diseño de la investigación.....	36
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	37

3.5 Análisis de Resultados.....	38
3.5.1 Análisis Documental.....	38
3.5.2 Análisis de la entrevista.....	39
3.5.3 Análisis del método de observación.....	40
3.5.4 Presentación y análisis de encuestas.....	40
CAPÍTULO IV.....	51
ESTUDIO DEL MERCADO.....	51
4.1 Análisis PEST.....	51
4.1.1 Político.....	51
4.1.2 Económico.....	52
4.1.3 Socio-Cultural.....	53
4.1.4 Tecnológico.....	55
4.2 Análisis de las cinco fuerzas de PORTER.....	55
4.2.1 Amenazas de nuevos competidores y barreras de entrada.....	55
4.2.2 Amenazas de sustitutos.....	55
4.2.3 Poder de negociación de los clientes.....	56
4.2.4 Poder de negociación de los proveedores.....	56
4.2.5 Presencia de rivalidades.....	57
4.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO.....	57
CAPÍTULO V.....	58
DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	58
5.1 Descripción de la propuesta.....	58
5.1.1 Ubicación.....	59
5.1.2 Misión.....	61
5.1.3 Objetivos.....	61
5.2 Análisis FODA.....	61
5.3 Estructura Organizativa.....	62
5.3.1 Descripción de Funciones.....	63
5.4 Desarrollo del Guion Museológico.....	65
5.5 Servicio Complementario.....	67
5.6 Desarrollo del Guion Museográfico.....	68

5.6.1 Plano del Museo.....	70
5.7 Rubros pre-operacionales	71
5.8 Antecedentes de la infraestructura.....	71
5.9 Presupuesto de financiamiento de la investigación	72
5.10 Análisis de impactos.....	73
5.10.1 Económico	73
5.10.2 Sociocultural	74
5.10.3 Ambiental.....	74
5.11 Marketing mix	75
5.11.1 Producto	75
5.11.2 Precio	76
5.11.3 Promoción.....	76
5.11.4 Plaza.....	79
CONCLUSIONES	80
BIBLIOGRAFÍA	82
ANEXOS	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género de los encuestados	40
Tabla 2 Edad de los encuestados.....	41
Tabla 3 Pérdida de la identidad gastronómica guayaquileña.....	43
Tabla 4 Conocimiento del origen de los platos típicos	44
Tabla 5 Medios de difusión para fortalecer identidad.....	45
Tabla 10: Horarios del Museo.....	64
Tabla 11 Guión Museológico.....	66
Tabla 12 Costo de la investigación	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género de los encuestados	41
Gráfico 2 Edad de los encuestados.....	42
Gráfico 3 Pérdida de la identidad gastronómica guayaquileña.....	43
Gráfico 4 Conocimiento del origen de los platos típicos	44

Gráfico 5 Medios de difusión para fortalecer identidad.....	45
Gráfico 6 Inflación – Variación Anual.....	53
Gráfico 7 Estructura Organizacional.....	62
Gráfico 8 Logotipo del museo.....	77

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Encebollado.....	8
Ilustración 2 Caldo de Salchicha.....	9
Ilustración 3 Arroz con menestra y carne asada.....	10
Ilustración 4 Currywurst Museum	27
Ilustración 5 Mundo de Coca Cola.....	27
Ilustración 6 Frietmuseum	28
Ilustración 7 Museo Gastronómico de Lima.....	29
Ilustración 8 Museos administrados por el SIEM.....	30
Ilustración 9 Mapa de Guayaquil	54
Ilustración 10 Cédula introductoria.....	69
Ilustración 11 Cédula individual	69
Ilustración 12 Plano del Museo.....	70
Ilustración 13 Fachada del museo	75
Ilustración 14 Pantalla touchscreen.....	76
Ilustración 15 Diseño de la web	78
Ilustración 16 Merchandising.....	78

RESUMEN

La gastronomía representa uno de los principales recursos turísticos en la ciudad de Guayaquil, gracias a que ésta posee una abundante y variada fuente de alimentación, identificada por ser una mezcla de tradiciones propias y de pueblos lejanos, marcando una identidad en su población de manera permanente.

Existen grandes recursos naturales y consecuentemente una gran cantidad de platos autóctonos que han ido evolucionando de generación en generación. En base a ello, surge la idea de desarrollar una propuesta de implementar un Museo Gastronómico el cual sirva como espacio para difundir la historia y procedencia de los platos tradicionales, además de contribuir en el fortalecimiento de la identidad cultural de los guayaquileños.

Esta propuesta demuestra la existencia de material histórico de la alimentación en Guayaquil desde tiempos de los pueblos aborígenes, como también un estudio de mercado para posteriormente comprobar el interés de la ciudadanía por mantener las tradiciones.

De este modo se aborda la importancia de su creación, la forma de planificar el diseño y el montaje de la exposición. Para esto se requerirá de la intervención económica de instituciones públicas pues se considera una propuesta sin fines de lucro, pero con múltiples beneficios para el enriquecimiento cultural de la sociedad.

Palabras clave:

Gastronomía, cultura, patrimonio inmaterial, identidad, museo, tradicional.

ABSTRACT

The gastronomy is one of main tourism resource in the city of Guayaquil, thanks to that this offers bountiful and diverse food source; identified to be a mixture of its own traditions and remotes towns, marking the identity in its population permanently.

Exist great natural resources and consequently a lot of local dishes that have evolved from generation to generation. Based on this, the idea of developing a proposal to implement a Gastronomic Museum which serves as a space to promote the history and origin of traditional dishes, and contribute in strengthening the cultural identity of Guayaquil.

This proposal demonstrates the existence of historical material of food in Guayaquil since time of aboriginal people, as well as a market study to further test the interest of the public by maintaining traditions.

In this way addresses the importance of its creation, how to plan the design and installation of the exhibition. This will require economic intervention of public institutions by being considered a nonprofit proposal, but with multiple benefits for the cultural enrichment of society.

Key words:

Gastronomy, culture, intangible heritage, identity, museum, traditional.

INTRODUCCIÓN

La gastronomía es un recurso que ha ido adquiriendo importancia a nivel turístico. Por medio de la gastronomía es posible: conocer lugares, historias, costumbres y culturas; convirtiéndose en una estrategia turística de creciente importancia, razones que convierten al sector turístico en un elemento económico de gran valor en el progreso del país.

La globalización gastronómica permite preparar y degustar casi cualquier plato de un país en otro, por ello se ha vuelto cada vez más variable y dinámica. Sin embargo, las nuevas generaciones desconocen la riqueza cultural que implica la preparación de sus platos típicos, así como el legado histórico que representan para la cultura nacional.

La cocina guayaquileña está basada en elementos muy variados debido a la riqueza pesquera y agroalimentaria de la región. Por esta razón se puede considerar pluricultural y diversa y a través del estudio de la historia, preparación, difusión y comercio de los variados platos que han servido como base de la alimentación desde tiempos pasados hasta la actualidad, podemos mantener esta identidad e incorporar a la comunidad el conocimiento de la cultura gastronómica que posee la ciudad.

El presente proyecto de tesis busca identificar las zonas donde predominan ciertos platos típicos, así como las historias y tradiciones que conllevan sus preparaciones y comercialización. Esto a su vez servirá de base para proponer un espacio con la finalidad de difundir y fortalecer la identidad cultural con la historia culinaria de la ciudad. Donde guayaquileños y turistas puedan visitar y descubrir la cultura gastronómica de Guayaquil con el objeto de incrementar su desarrollo turístico y fomentar la identidad.

CAPÍTULO I

PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Justificación

Ecuador es un país pluricultural con raíces milenarias forjadas por mujeres y hombres de distintos pueblos, que forman un legado de sus antepasados y pueblos ancestrales. Por esta misma razón, la Constitución del Ecuador apela a la sabiduría de todas las culturas que enriquecen la Sociedad y establece que el Estado tiene como uno de sus deberes primordiales proteger el patrimonio natural y cultural del país.

Uno de estos derechos es el de construir y mantener la propia identidad cultural, a conocer la memoria histórica de las culturas y acceder al patrimonio cultural. Por lo que hay que tomar en cuenta que la gastronomía es uno de estos aspectos culturales.

En este mismo orden, el Plan Nacional para el Buen Vivir (2013 – 2017) establece como quinto objetivo “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”. Este, suscitado por el efecto de la globalización en la sociedad; entonces: la revitalización de la cultura gastronómica, recuperación de prácticas y productos ancestrales permitirá alcanzar el Sumak Kawsay de los guayaquileños.

Asimismo, el PLANDETUR 2020 es parte de la planificación nacional que busca marcar un cambio de época basado en revalorar los conocimientos ancestrales de las nacionalidades y pueblos del Ecuador y su propiedad intelectual para la puesta en valor turístico del patrimonio cultural e histórico.

La Ley Orgánica de Educación Superior manifiesta que entre otros fines, estas entidades deben contribuir al conocimiento, preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura nacional.

La carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil dentro de sus líneas

de investigación señala desarrollar un turismo sostenible que permita la inclusión económica, social e interculturalidad.

Todos estos elementos se integran en el presente estudio, ya que a través de la difusión de la cultura e historia gastronómica de la ciudad se puede generar un impacto positivo en sus habitantes.

1.2 Planteamiento del Problema

Las costumbres o hábitos de alimentarse, los alimentos que se consumen y su preparación dependen de los recursos locales, las características del medio físico, su producción y tradiciones culturales que prevalecen en cada sociedad. Por ello, los alimentos guardan estrecha relación en el proceso evolutivo del hombre, a tal punto que podemos afirmar que la alimentación crea identidad.

Guayaquil, es la mayor ciudad del Ecuador, con cerca de 3 millones de habitantes, donde se encuentran muchos lugares que ofertan platillos tradicionales; sin embargo, los guayaquileños y turistas en general poco o nada conocen acerca de la historia, cultura y costumbres que implica la preparación y expendio de los platos típicos de la ciudad.

En consecuencia, la creación de un Museo de la historia culinaria de la urbe permitirá compartir y promover el turismo gastronómico de ésta; donde se exponga los numerosos tipos de ingredientes, platos, preparación, tradiciones y la historia relacionada a la comida guayaca; esto atraerá a turistas, que continuamente solicitan la gastronomía como complemento básico dentro de su experiencia turística.

¿De qué manera la implementación de un Museo Gastronómico en la ciudad de Guayaquil incidirá en el fortalecimiento de la identidad cultural?

1.3 Objetivos:

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar una propuesta de implementación de un Museo Gastronómico en la ciudad de Guayaquil que contribuya en fortalecer la identidad cultural de guayaquileños.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Conocer y determinar la variedad e importancia gastronómica de Guayaquil, tradiciones y evolución.
- Promover el turismo gastronómico a través del museo, brindando un aporte para que la ciudad sea uno de los principales atractivos turísticos por su cocina.
- Contribuir a fortalecer, y preservar la cocina tradicional como patrimonio intangible del Guayaquil a través de un recorrido histórico por su cultura culinaria.

1.4 Formulación de Hipótesis

La implementación de un Museo Gastronómico en la ciudad de Guayaquil fomenta la preservación y promoción de la tradición culinaria, permite conocer historia y costumbres alrededor de su gastronomía.

1.5 Contribución Potencial de Estudio

La propuesta de creación del Museo Gastronómico de Guayaquil va a incentivar y promover el turismo y la cultura culinaria involucrando a las autoridades seccionales, la comunidad guayaquileña ligada con la industria gastronómica y restaurantes de la ciudad. En efecto, dicho proyecto dará como resultado el fortalecimiento de aspectos culturales, educativos y económicos en la población.

En el ámbito cultural, se intenta afianzar los valores de los guayasenses sobre la importancia que ha ejercido la cocina tradicional en la identidad de cada individuo, de cada población y dará la oportunidad de conocer todos los aspectos gastronómicos representativos de la ciudad.

Concerniente al tema educativo, ayudar a estudiantes de nivel secundario, superior e institutos principalmente aquellas que guardan relación con el tema gastronómico como herramienta de enseñanza y aprendizaje, por ejemplo, a través de pasantías que permitirán que los participantes conozcan y valoren su patrimonio cultural gastronómico.

Finalmente en materia económica, dar una promoción a nivel local, nacional e internacional de la diversidad gastronómica que conserva Guayaquil. Esto incrementará el ingreso económico de la ciudad, vinculado al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, puesto que el turismo es fuente generadora de empleo directo e indirecto.

CAPÍTULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1 GENERALIDADES

En la actualidad existen muchos tipos y modalidades de hacer turismo y el gastronómico es uno de ellos, donde la comida del país visitado es el hecho esencial que guía la visita. Este tipo de turismo, se presenta hoy como otra motivación. Es una forma muy particular de descubrir el mundo, enfocada en las manifestaciones de la cultura culinaria de cada lugar.

“El turismo gastronómico es la tendencia con mayor impulso en la actual industria de los viajes. La promoción de la riqueza de alimentos de un país puede ser el elemento sustancial para expandir los alcances de su plataforma turística”, expresa Erik Wolf, director ejecutivo de la World Food Travel Association (WFTA) en su discurso en Portland, Oregon donde convoca a la World Food Travel Summit a desarrollarse en Suecia denominada “The New Wave in Food Tourism”.

En Ecuador el Ministerio de Turismo, dando importancia a la exquisita variedad cultural de la cocina ecuatoriana ha publicado dos libros: “Ecuador Culinario – Saberes y Sabores” y “Gastronomía Ecuador”.

Según el Consejo Internacional de Museos (ICOM), “Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo”. Actualmente estos espacios culturales han evolucionado y no solo se pueden apreciar obras pictóricas, arqueológicas o esculturales sino también objetos y elementos que reflejen aspectos significativos en la historia y evolución de una sociedad.

El concepto del Museo Gastronómico radica en exponer la historia culinaria y su evolución en el tiempo con la intención de conservar y transmitir el valor de la cocina como patrimonio cultural inmaterial.

Guayaquil desde tiempos prehispánicos ha tenido una relación con Perú. En tiempos de la colonia fue integrante del Virreinato de Lima, y luego de su creación en 1717 pasó a integrar el Virreinato de Santa Fe (Bogotá).

Los límites de dicha dependencia no estaban claros, hasta que en 1810 el virrey Abascal abolió sin previa consulta, las provincias de Cuenca y Guayaquil al virreinato de Lima, haciéndolas parte de él, tanto en el ámbito militar como en el civil, con lo que se iniciaría una larga pugna con el virrey de Santa Fe, quien no aceptaba la decisión de su vecino del sur.

El 23 de Julio de 1819 el rey puso fin al acuerdo dentro del conflicto, disponiendo que la jurisdicción de Guayaquil dependa en lo militar del Perú y en lo administrativo a Santa Fe.

Pero la realidad era otra, pues la topografía de la región complicaba terriblemente el contacto de Guayaquil con el norte, lo que no sucedía con Lima, pues el tráfico marítimo facilitaba desde tiempos inmemoriales al contacto entre los pueblos.

Guayaquil y Lima serían, a través de los siglos, ciudades hermanas entre las que existía una estrecha relación en la cual las transferencias bilaterales de tradiciones y costumbres se hicieron sentir con gran fuerza, consolidándose y posicionándose como propias con el paso de los años.

Sin duda alguna es el caso de la gastronomía que tanta influencia tuviera de la limeña desde tiempos prehispánicos, al punto de que una gran variedad de estos platos tuvo su origen en la “Ciudad de los Reyes”.

Dentro de este grupo que identifican la identidad cultural de la urbe está el “ceviche”, preparado con pescado, cocido con el jugo de limón y sazonado con ají. Plato que desde la colonia se concilió en uno de los más representativos de Lima y Guayaquil, y con él, el “coctel de camarones”, que surgió como derivación de este.

Otras de las comidas criollas fueron: el lomo saltado, el arroz con leche y la mazamorra morada, bebida en Guayaquil para Día de Difuntos, pero tomada en Lima

como bebida refrescante de uso cotidiano con algunas diferencias en su preparación, pues la peruana es mucho más ligera y se la sirve desde siempre helada.

El pescado cumple también un papel muy importante, se consumía fresco, así como seco y salado, preparándose asado, envuelto en hojas, cocido a la brasa o en “chupes”.

Además, otro de los platos en el que fue utilizado el pescado es en el encebollado, era el favorito de los marineros del río, solía ser una ensalada sin jugo de yuca cocinada picadita con pescado salado cocinado, con la salsa de cebolla, perejil picadito, huevos duros; también se hacía encebollado de gallina con la pechuga y con papa, era como un plato de entrada. Al terminarse la era del puerto fluvial lo empezaron a consumir en quioscos y pequeños restaurantes populares.

Ilustración 1 Encebollado



Fuente: skyscraperlife (web)

Uno de los platos tradicionales en las mesas también fue el “chicharrón” con carne de chanco, traído por los españoles desde Europa. Ya que en tiempos pasados se podía observar una cantidad considerable de cerdos que deambulaban por las calles y que eran parte de las pjaras particulares que las familias de antaño poseían para su consumo personal.

Con el cerdo también llegó el caldo de salchicha, específicamente preparado con las tripas de éste. Según las crónicas de Modesto Chávez Franco este platillo tradicional ha transcurrido en el tiempo de modo oral y envuelve a la figura del bombero de la segunda mitad del siglo XX.

Ilustración 2 Caldo de Salchicha



Fuente: Carlos Barros

Esta tradición, comenzaba con la fecha independentista del 9 de Octubre, y al día siguiente 10 de octubre su agasajo; de allí proviene el nombre para este caldo de salchicha como caldo de manguera. Entre los artículos que les obsequiaban constaban cajas de licor, cerdos, vacas y con estos animales se hacía el denominado ‘llamao’ que era un asado.

Otro plato clave de fines de siglo fue el aguado de gallina, preparado con arroz, en una base de caldo de gallina sazonada con culantro a la que en ocasiones se le ponía algo de cerveza para perfumar el plato, agregándole como detalle final una succulenta presa.

Ilustración 3 Arroz con menestra y carne asada



Fuente: El Comercio

Finalmente, el uso del fréjol en la forma de sopas o de menestras, convirtiéndose esta última en una parte inseparable de la tradición culinaria del pueblo guayaco acompañado de carne asada.

Sota, caballo y rey, figuras de la baraja española, así fue bautizado en sus inicios el arroz con menestra y carne asado sobre fogón o leña. La cocción de la menestra fue traída por los españoles; así como los cárnicos.

Según cuenta el historiador Rodolfo Pérez Espinel, el plato solía acompañarse con verde asado y no con patacones fritos como en la actualidad. Éste también formaba parte de las meriendas de antaño junto una sopa de fideo cabello de ángel, una empanada y por último el arroz con menestra y carne asada acompañado por una coladita.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Museo

El museo es una institución que en cierto sentido resume y documenta fragmentos de la vida e historia del hombre. Su origen se relaciona estrechamente con las nueve musas y como museo adecuadamente dicho iniciado por colecciones privadas de las élites ilustradas de fines del siglo XVIII y principios del XIX. (Varine-Bohan, 1979) Repercutiendo en la necesidad de acumular objetos y obras de valor representativos de diversas épocas de la humanidad como impulso para la transmisión de la cultura a través de los siglos.

“La definición, objetivos, alcances y filosofía de los museos han cambiado notablemente; estos se consideran espacios culturales con una importante misión en la sociedad, en tanto las actividades que planifica y desarrolla son coadyuvantes de los procesos educativo e histórico del grupo social donde esté instituido y del cual representa, de forma general o específica, parte de su cultura e idiosincrasia”. (Linarez Pérez, 2008)

La importancia del museo como un espacio para salvaguardar y exhibir objetos materiales ha sido identificada hace bastante tiempo. Y en la mayoría de los casos se han centrado en los objetos materiales, sin embargo, estos elementos no hubieran podido ser creados sin la participación de varios recursos culturales inmateriales tal como testimonios de personas para recrearlos. (Matsuzono, 2004)

Gran parte de lo que se considera patrimonio cultural son, en esencia, inmateriales por naturaleza. Entre ellas están las lenguas, las tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos, diversos tipos de música y la religión. A menudo, los recuerdos personales y la historia común se transmiten como patrimonio inmaterial.

De acuerdo con la Conferencia para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO (2003), “Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las

comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad”. Estos juicios son un aspecto esencial de la existencia humana. El derecho básico a definir su propia identidad, en todos los planos de la organización humana, es por lo tanto algo que las personas ajenas a una cultura deben siempre respetar.

Luis Alonso Fernández en su libro *Museología y museografía* destaca que “El patrimonio cultural continúa siendo el elemento expresivo más destacado de la evolución y el desarrollo de la Humanidad...La exégesis del patrimonio es al propio tiempo la explicación de la vida integral del hombre sobre la tierra a través de los hechos y objetos por él producidos a lo largo de los tiempos, y conservados y transmitidos generación tras generación hasta nuestros días.”

Así, el museo se convierte en un elemento de fundamental importancia en el desarrollo cultural del mundo moderno asegurando un vínculo entre lo que fue y lo que vendrá. Y en consecuencia la ampliación del concepto tradicional de museo el cual se ha caracterizado en la política de adquisiciones. Este ahora incluye los mitos, poesías, costumbres, danzas, testimonios culturales, etc. Con la única finalidad de educar y comunicar sin relegar la misión de conservar y transmitirlos a las generaciones futuras.

El ICOM considera además de las instituciones designadas como museos a:

1. Los sitios y monumentos naturales, arqueológicos y etnográficos y los sitios y monumentos históricos de carácter museológico que adquieran, conserven y difundan la prueba material de los pueblos y su entorno;
2. Las instituciones que conserven colecciones y exhiban ejemplares vivos de vegetales y animales, como los jardines botánicos y zoológicos, acuarios y viveros;
3. Los centros científicos y los planetarios;
4. Los institutos de conservación y galerías de exposición que dependan de bibliotecas y centros de archivos;
5. Los parques naturales;

6. Las organizaciones nacionales, regionales o locales de museos, las administraciones públicas encargadas de museos, de acuerdo con la definición anterior;
7. Las instituciones u organizaciones sin fines de lucro que realicen actividades de investigación, educación, formación, documentación y de otro tipo relacionadas con los museos y la museología;
8. Cualquier otra institución que, a juicio del Consejo Ejecutivo, previo dictamen del Comité Consultivo, reúna algunas o todas las características del museo o que ofrezca a los museos y a los profesionales de museo los medios para realizar investigaciones en los campos de la museología, la educación o la formación.

2.2.1.1 Museología

Georges Henri Riviere (1981), define museología como: la ciencia que estudia la historia y la función de la sociedad en los museos, su organización y funcionamiento, pero también incluye la arquitectura del museo.

Museología es la ciencia del museo. Se refiere al estudio de la historia y trayectoria de los museos, su papel en la sociedad, los sistemas específicos de investigación, educación y organización, relacionado con el medio ambiente físico y las clasificaciones de los diferentes tipos de museos. En otras palabras, la museología es la rama del conocimiento concerniente al estudio de los fines y organización de los museos.

2.2.1.2 Museografía

Según el Diccionario de Museología del ICOM se refiere a la técnica que expresa los conocimientos museológicos en el museo. Trata especialmente sobre la arquitectura y ordenamiento de las instalaciones científicas de los museos. Se enfoca en la manera de disponer las obras de arte en un espacio determinado. Es decir, la

aplicación de la museología tales como acondicionamiento del museo, conservación, restauración, seguridad y la exposición.

2.2.1.3 Exposición

“La exposición es un proceso comunicativo, educativo, y político donde el museo deviene un espacio y un mediador clave” (Urtizbera, 2008). Son el escenario donde las naciones pueden reconocerse y afianzar sus formas de comunicación e interrelación, reconociéndose a sí mismas y a las otras (Castelli, 2008). De esta manera se puede determinar que la exposición es un medio para informar, transmitir ideas y emociones al público mediante métodos visuales básicamente.

Las exposiciones describen un sinnúmero de especialidades de acuerdo a la naturaleza de la institución y se clasifican según diferentes criterios: según un criterio espacio-temporal, las exposiciones permanentes y temporales; según la naturaleza, basado en el conocimiento y fines del museo; según la disposición intencional del mensaje (de desarrollo temático, tesis y exposición contextualizada); según la extensión o densidad de los contenidos (general, monográfica, polivalente y especial); según las categorías desde la perspectiva del público receptor (didácticas, emotivas y entretenimiento).

En el museo la exposición como tal es el medio o emisor del mensaje que tiene sus propias reglas de ordenamiento de los signos. Para la preparación, concepción y realización de una exposición, ya sea en un museo o en una galería se debe contar con un equipo profesional compuesto por el curador de la exposición, el diseñador, el conservador y el especialista de educación.

2.2.1.3.1 Estructura de la Exposición: Guion Museológico y Museográfico

“El diseño de una exposición, como el museo en sí, es resultado de una actividad colectiva y cooperativa que afecta a todos los campos y funciones internas del museo” (Fernández L. , 1999). El guion es la base para su desarrollo y de acuerdo con las especificaciones que contiene, se determina:

- La dimensión de los espacios expositivos.
- La cantidad de objetos a exhibir.
- Disponibilidad de recursos económicos y técnicos.
- La información que se expondrá.

El montaje de una exposición demanda el conocimiento de profesionales especializados, que trabajarán en equipo, dirigido por un director de proyecto (generalmente el director del museo).

Dicho equipo de trabajo deberá estar conformado por:

- Un curador, museólogo o investigador: encargado de preparar conceptualmente una exposición. Selecciona, estudia y escoge las obras, prepara el guion museológico y supervisa el montaje.
- Un museógrafo: traslada el concepto o discurso al diseño tridimensional preparado por el museólogo.
- Un registrador: responsable del registro e intercambio de todos los objetos que van a ser utilizados en la exposición. Tramita todos los documentos referentes al seguro, transporte y embalaje de los objetos u obras de arte.
- Un conservador: vigila que se consideren todos los aspectos de conservación de la muestra: iluminación, temperatura, humedad, embalaje, además de la seguridad, manipulación y transporte de las obras.

- Un educador: apoyo para la elaboración del guion en base a sus conocimientos pedagógicos para mejor entendimiento de la exposición.

Además, se necesita un equipo auxiliar, conformado por:

- Documentalista: responsable de ubicar toda la bibliografía, documentos y materiales que permiten al curador y al museógrafo desarrollar la exposición.
- Diseñador gráfico: encargado de la imagen integral y corporativa de la exposición, la cual responderá a patrones generales de la institución.
- Fotógrafo: encargado del trabajo fotográfico necesario para los paneles, catálogos, guías de estudio y desarrollo de la exposición.
- Equipo de apoyo técnico (instaladores, carpinteros, electricistas y otros): encargados de realizar el montaje, preparar las instalaciones museográficas y eléctricas.

2.2.1.4 Normas mínimas y deontología

El Consejo Internacional de Museos (ICOM) en su Código de Deontología establece normas mínimas utilizadas para señalar el grado de eficiencia que el público y los asociados tienen derecho a esperar de todas las personas encargadas de garantizar y ejecutar los servicios del museo. Estas normas pueden evolucionar para responder a determinadas exigencias locales y otras peticiones del personal del museo. (Guevara Avilés, 2013)

Posición institucional

El museo como institución tiene la obligación de crear un acta constitutiva donde declare sus estatutos u otros documentos oficiales al margen de las leyes nacionales. Debe señalar con claridad su misión, visión, objetivos y su carácter permanente de organismo con fines no lucrativos. Además establecer funciones y composición de su dirección. (ICOM, 2004)

Es decir su existencia legal se tomará en cuenta cuando se constituya, ante el Estado como entidad capaz de tener derechos y contraer obligaciones.

Recursos Físicos

La actividad del museo requiere un espacio con las condiciones adecuadas para cumplir las funciones fundamentales definidas en la misión del órgano rector.

El acceso al museo debe ser de manera regular y con horarios razonables. El local debe estar habilitado para brindar atención especial a las personas con necesidades específicas; respetando las normas de salud y seguridad.

La dirección del museo deberá adoptar medidas de seguridad contra siniestros, para la protección del público, personal, colecciones y otros recursos, de los daños naturales y humanos.

De la misma forma garantizar las condiciones de seguridad adecuadas para proteger las colecciones contra el robo y los daños que pudieran producirse en vitrinas, exposiciones, almacenes y lugares de trabajo así como en el transcurso de transportes.

El órgano rector debe certificar la cobertura que ofrece la compañía de seguros en caso de riesgos. Ésta debe incluir los objetos en tránsito, las piezas prestadas y otros objetos que están bajo la responsabilidad del museo.

Recursos Financieros

Al órgano rector tiene la obligación de suministrar fondos suficientes para ejecutar las actividades del museo. Los fondos serán gestionados de manera profesional y pueden provenir de fuentes públicas, privadas o de actividades propias del museo.

Por tanto, cualquiera que sea su fuente de financiación, el museo debe poder garantizar el contenido y la integridad de sus programas, exposiciones y actividades. Aquellas actividades que generan ingresos deben respetar las normas de la institución así como a su público.

Personal

El personal tiene la obligación de actuar conforme las políticas del museo y los procedimientos legales y reglamentarios.

El director que presidirá el museo debe tener las capacidades intelectuales y conocimientos profesionales apoyados en una conducta deontológica de alto nivel para presidir el cargo. Éste, será directamente el responsable de rendir cuentas ante el órgano rector.

El personal debe poseer las cualificaciones necesarias para asumir todas las responsabilidades y así también poder tener acceso a una formación permanente para mantener su eficacia y calidad.

Referente al trabajo voluntario, el órgano rector debe establecer una política que propicie buenas relaciones entre los voluntarios y el personal del museo. A más de esto, asegurarse que los voluntarios conozcan el Código de Deontología del ICOM, otros códigos y leyes vigentes.

2.2.2 Cultura

El concepto de cultura es amplio y depende de numerosos enfoques, no obstante, podría definirse en el conjunto de características como costumbres, creencias, tradiciones o valores compartidos por individuos que constituyen una comunidad creándoles una identidad común.

Según la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y Cultura) cultura es “un conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ello engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.

Actualmente la sociedad transita por constantes cambios de manera acelerada. Es un fenómeno de transición, donde la cultura local es fuertemente afectada, dejándose influir por otras expresiones del mundo. Aunque esta transición ha originado el acercamiento e integración de grupos sociales, también trae consigo una pérdida en la autenticidad.

La cultura es indudablemente fundamental para el desarrollo de cada individuo porque de ésta depende la capacidad para participar y beneficiarse de su entorno histórico y natural, convirtiéndose en una fuente de progreso.

UNESCO afirma que la colocación de cultura en el centro de estrategias es a la vez la condición para permitir el desarrollo sostenible y un factor de conducción de gran alcance para su logro.

Evidentemente la cultura es la vía para el desarrollo y reconocimiento de proyectos que responden a las características de determinada comunidad. Mediante el uso consciente de los recursos culturales ya sean estos materiales o inmateriales pueden convertirse en riqueza económica trayendo consigo la promoción de la identidad local y tradiciones de la región, a su vez la generación de empleos e ingresos.

Igualmente significa dar participación a los miembros de la comunidad en las actividades destinadas para su progreso, respetando su diversidad, beneficios y derechos.

2.2.2.1 Patrimonio Cultural

El patrimonio cultural de una comunidad abarca actividades y experiencias que cautivan y llevan al visitante a disfrutar y conocer de estilos de vida de pueblos. Consecuentemente comprende un papel importante en la decisión del turista a la hora de seleccionar un destino y, en este empeño la experiencia gastronómica, desempeña un rol cada vez más prominente.

Según la UNESCO el patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional.

El patrimonio cultural inmaterial es un componente significativo de la diversidad cultural frente a la progresiva globalización. Permanentemente se encuentra en un estado de cambio y evolución, y cada nueva generación lo enriquece. Su preservación y transmisión a las futuras generaciones lo fortalece evitando que quede olvidado en el pasado.

La UNESCO (Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, 2003) establece que patrimonio cultural inmaterial es:

1. Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo: el patrimonio cultural inmaterial no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.

2. Integrador: se puede compartir expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son parecidas a las de otros. Tanto si son de la aldea vecina como si provienen de una ciudad en las antípodas o han sido adaptadas por pueblos que han emigrado a otra región, todas forman parte del patrimonio cultural inmaterial: se han transmitido de generación en generación, han evolucionado en respuesta a su entorno y contribuyen a infundirnos un sentimiento de identidad y continuidad, creando un vínculo entre el pasado y el futuro a través del presente. El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.

3. Representativo: el patrimonio cultural inmaterial no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquéllos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.

4. Basado en la comunidad: el patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten. Sin este reconocimiento, nadie puede decidir por ellos que una expresión o un uso determinado forma parte de su patrimonio.

La infinidad de tradiciones que existen en el mundo entero se convierte en uno de los principales motivos de los viajes, puesto que incontables turistas buscan el encuentro con nuevas culturas y la experiencia de recrearse de la variedad de costumbres, rituales, artesanías y por supuesto la gastronomía.

La gastronomía como patrimonio inmaterial es una herencia cultural, recibida de antecesores y compartida por descendientes. Se difunde de generación en generación, sin embargo la evolución constante de las cocinas logra que desaparezcan o cambien en absoluto los platillos tradicionales.

En ese sentido, el patrimonio cultural inmaterial que es la gastronomía alcanza excepcional valor en su conservación como prioridad, surgiendo la necesidad de formular estrategias para adoptar las exigencias del desarrollo turístico. Y precisamente la utilización al máximo de estos recursos en los últimos tiempos ha convertido a la cultura en complemento perfecto del turismo.

Para proteger el patrimonio cultural inmaterial se necesitan prácticas distintas a las propuestas a conservar monumentos, plazas, áreas y espacios naturales. Estas deben seguir siendo aprendidas y practicadas regularmente en las comunidades y generaciones ulteriores, haciéndose necesario una planificación turística racional y ética.

Fomentar un manejo responsable de este patrimonio cultural inmaterial con fines turísticos puede generar nuevas oportunidades de empleo, disminuir la tasa de

pobreza y asentar un sentimiento de orgullo entre los miembros que conforman una comunidad.

2.2.2.2 Cultura gastronómica

La cultura gastronómica es un factor de reafirmación de identidad, de revaloración de comidas y sentimientos regionales. Estas tradiciones a menudo reflejan las creencias, valores de la gente y son una de las últimas características culturales que se pierden cuando un individuo o grupo migran a una nueva cultura.

La alimentación es considerada un marcador étnico y es uno de los elementos que han contribuido a generar identidad. Las tradiciones más arraigadas pasan de generación en generación, no sólo educando sobre la clasificación de los alimentos o qué alimentos son propios para cada comida, sino que también educan el paladar y su perfil psicológico.

“La gastronomía, como patrimonio cultural, puede y debe ser un vehículo de inclusión social de los diversos grupos culturales en cuanto a sus hábitos y costumbres alimentarias, en pro del desarrollo sustentable” (Ribeiro Cruz & Netto Simoes, 2010)

2.2.3 Turismo gastronómico

Se define al turismo gastronómico como: “una rama del turismo cultural en el cual el desplazamiento de visitantes se da por motivos vinculados a las prácticas gastronómicas de una determinada localidad. El turismo gastronómico puede ser gestionado a partir de atractivos como la cocina regional, los eventos gastronómicos y la oferta de establecimientos de alimentos y bebidas diferenciados, así como caminos, rutas y circuitos gastronómicos” (Gandara, Gimenes, & Mascarenhas, 2009).

Del mismo modo se puede afirmar que es un fenómeno emergente que se está desarrollando como un nuevo recurso turístico. Y, entre los principales componentes de gasto turístico, la alimentación ocupa el tercer lugar (UN International Recommendations for Tourism Statistics 2008).

La gastronomía representa todos los valores tradicionales a las nuevas tendencias del turismo tales como: el respeto a la cultura, costumbres, un estilo de vida saludable y la autenticidad. Asimismo, la gastronomía significa una oportunidad para fortalecer el turismo e identidad cultural, desarrollar la oferta culinaria y por ende el aspecto socio-económico pues los ingresos que genera pueden orientarse hacia iniciativas que apoyen a su vez a garantizar su supervivencia a largo plazo.

En base a estas concepciones se relaciona a la gastronomía con la cultura y, siendo la cultura el sello de identificación primordial de una población, se puede concluir que la gastronomía forma parte de esta marca de identidad.

La gastronomía es una forma de adentrarse en un pueblo, es un componente cultural capaz de transmitir emociones y conseguir ser cautivado. Por este motivo ha sido y será utilizada como un elemento de promoción turística.

Adicionalmente uno de las intenciones del turismo es el conocimiento de otros pueblos y su cultura, convirtiéndose la gastronomía indirectamente en un objetivo turístico.

Es por ello que, Francia tuvo la iniciativa de solicitar a la UNESCO el reconocimiento de su gastronomía como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad (2010). Entonces se puede definir que el turismo gastronómico es una apreciable estrategia para posicionar, dar a conocer, preservar y valorizar el patrimonio cultural del Guayas.

La exposición de su historia, explicación de costumbres, el relato de sus mitos y tradiciones, las recetas populares, las fiestas y festivales alrededor de la comida típica de cada cantón contribuye en reafirmar este patrimonio inmaterial.

La gastronomía como recurso turístico debe gestionarse con habilidad y suma precaución si se aspira a que prospere en un mundo cada vez más homogeneizado. Esta se consolida bajo una verdadera alianza entre las comunidades y los promotores del turismo, y así garantizar su supervivencia.

2.3 Marco Conceptual

Cultura

La palabra cultura es definida por el Diccionario de la Lengua Española (2001) como (a) el conjunto de manifestaciones mediante la cual se expresa la vida popular tradicional de una región; (b) resultado de cultivar los conocimientos previamente adquiridos para su posterior ejercicio; (c) conjunto de estilos de vida y costumbres, desarrollo científico, artístico e industrial en una época determinada o característico de un grupo de individuos.

Según su origen etimológico significa cultivo, y se refiere a cultivo de campo. No obstante, también expresa educación, formación, desarrollo o perfeccionamiento de las facultades intelectuales y morales del hombre; y en su reflejo objetivo, cultura es el mundo propio del hombre.

Identidad

“La identidad puede ser definida como un proceso subjetivo y frecuentemente auto-reflexivo por el que los sujetos individuales definen sus diferencias con respecto a otros sujetos mediante la auto-asignación de un repertorio de atributos culturales generalmente valorizados y relativamente estables en el tiempo”. (Giménez, 2000)

En otras palabras Giménez procede a explicar la importancia de esta definición, señalando que un grupo humano busca distinguirse del resto de la sociedad y al mismo tiempo identificarse de un conjunto de elementos que permiten a este grupo autodefinirse como tal.

Gastronomía

Según el Diccionario etimológico de la lengua española, gastronomía deriva del griego gáster, estómago, bajo vientre, ventrículo, vientre, etc. y de nomos, ley, regla, base. Es decir, arte, colección de reglas, para comer bien. Los griegos al crear la palabra decidieron terminarla con "logia" que se refiere a tratado, conocimiento, saberes.

Más tarde definida por el célebre gourmet francés Brillant-Savarin (1825) como “el conocimiento razonado de cuanto al hombre se refiere en todo lo que respecta a la alimentación”.

Por otra parte, la palabra culinaria se asemeja o incluso puede llegar a confundirse con gastronomía. La palabra culinario resulta del latín culinarius que significa "perteneciente o relativo a la cocina", que a su vez proviene de la palabra coquina, de cocer.

Globalización

“No consta una única definición de globalización, pero en términos generales se trata de un proceso multidimensional que en los últimos años ha implicado cambios estructurales en el ámbito económico, político, social y cultural; particularmente resaltan la profundización de la internacionalización de la economía y la integración de los mercados, el tránsito hacia formas de producción más eficientes y competitivas, el desarrollo de nuevas tecnologías y telecomunicaciones” (Quintero Rizzuto & Gallardo Guillén, 2008).

Norma mínima

Norma a la que razonablemente aspiran todos los museos y el personal de éstos. Algunos países poseen sus propios criterios para fijar normas mínimas.

Organización sin fines de lucro

Entidad legalmente constituida, representada por una persona jurídica o física, cuyos ingresos – comprendido cualquier excedente o beneficio – se utilizan exclusivamente en beneficio de la propia entidad y de su funcionamiento. La expresión “con fines no lucrativos” tiene el mismo significado.

Órgano rector

Personas u organizaciones a las que incumbe la responsabilidad de la perdurabilidad, desarrollo estratégico y financiación de un museo, en virtud de los textos legislativos de habilitación de éste.

2.4 Marco Referencial

Existe variedad de museos gastronómicos alrededor del mundo tanto en lo referente a las costumbres alimenticias de cada región como propuestas exclusivamente a un alimento, inclusive museos gastronómicos virtuales que se han creado con la finalidad de difundir y salvaguardar la historia culinaria.

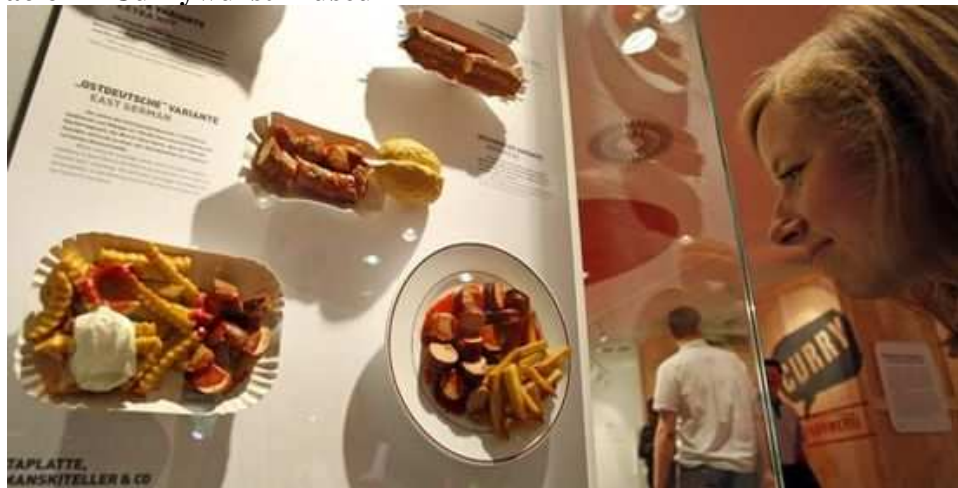
2.4.1 Museos Gastronómicos en el mundo

Según una lista publicada en el Portal de noticias The Daily Meal (2013), los diez mejores museos gastronómicos del mundo son:

1. El Shin-Yokohama Ramen Museum, en Japón, es como "el parque de atracciones de la sopa ramen". El lugar es una recreación del Tokio de 1958. Múltiples restaurantes en los que se sirven diferentes estilos de sopa ramen componen este museo fuera de lo común.

2. El Currywurst Museum, en Berlín. Este lugar que rinde homenaje a la emblemática salchicha alemana ofrece la posibilidad de que los visitantes experimenten con todos sus sentidos. Oler las diversas especias utilizadas a través de los años en su preparación, probar distintos sabores o conocer la historia de este alimento de forma interactiva.

Ilustración 4 Currywurst Museum



Fuente: belgianfries (web)

3. El Mundo de Coca Cola es una ciudad en miniatura dedicada a la bebida más famosa del planeta. Ubicado en Atlanta, este museo muestra millares de objetos, publicidad y atracciones relacionadas con el producto. Asimismo, cuenta con una sala de cine 4-D, además de una máquina de gaseosas que ofrece más de 100 bebidas provenientes diversos países.

Ilustración 5 Mundo de Coca Cola



Fuente: Taringa (web)

4. El Spam Museum, el cual exhibe todo lo relacionado a esta marca de carne pre-cocida. En el lugar se encontrarán juegos interactivos, artefactos utilizados en la elaboración de este producto, trivias, entre otras atracciones.

5. El Museo Europeo del Espárrago, localizado en Schrobenhausen, Alemania, muestra por qué los alemanes adoran este vegetal. Asimismo, allí se organizan múltiples festivales que le rinden tributo interactivo e informativo

6. El Museo de la Gelatina, considerado el lugar de los postres en el pueblo neoyorquino de Le Roy, EE UU, donde se explora la relación entre este producto y la publicidad que lo hizo popular.

7. El Museo de la Mostaza, ubicado en el pueblo de Middletown, en Wisconsin, se exhiben más de 5.500 variedades de mostazas procedentes de más de 70 países. También se exhiben productos y publicidad relacionada con esta salsa.

8. El Museo Pulmuone Kimchi, en Seúl, Corea, le rinde tributo a este versátil platillo típico preparado a base de vegetales

9. El Frietmuseum, en Brujas, Bélgica. Este lugar está dedicado a las papas fritas. Degustaciones, máquinas instantáneas de este snack y atracciones educativas es lo que puede encontrarse en este museo ubicado en un edificio medieval.

Ilustración 6 Frietmuseum



Fuente: Frietmuseum (web)

10. El Museo de la Papa de Idaho, construido en 1912. Aquí se relata la historia de este tubérculo ancestral y, especialmente, se muestra el desarrollo de la industria en torno a él.0994106773

Asimismo en Lima, la capital de Perú conocida sobre todo por su gastronomía, promueve su riqueza culinaria a través de un museo gastronómico inaugurado en Marzo del año 2011, llamado La Casa de la Cocina. En este espacio exponen historia, orígenes de sus alimentos y la comida fusión que les dio el título de la capital gastronómica de Latinoamérica.

El sitio cuenta con 13 ambientes y presenta escenificaciones con maquetas y recreaciones a escala natural, paneles informativos, réplicas gastronómicas y de enseres.

Ilustración 7 Museo Gastronómico de Lima



Fuente: tnews (web)

2.4.2 Museos en Ecuador

Hoy en día los museos se han convertido en atractivos turísticos clave del Turismo Cultural, en Ecuador el Ministerio de Cultura, como ente rector de la política cultural, dirige el proceso de creación y consolidación del Sistema Ecuatoriano de Museos (SIEM). De los catorce museos administrados por el Ministerio de la Cultura, tres están ubicados en la provincia del Guayas, estos son: Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC), Museo Nahím Isaías y Museo Presley Norton.

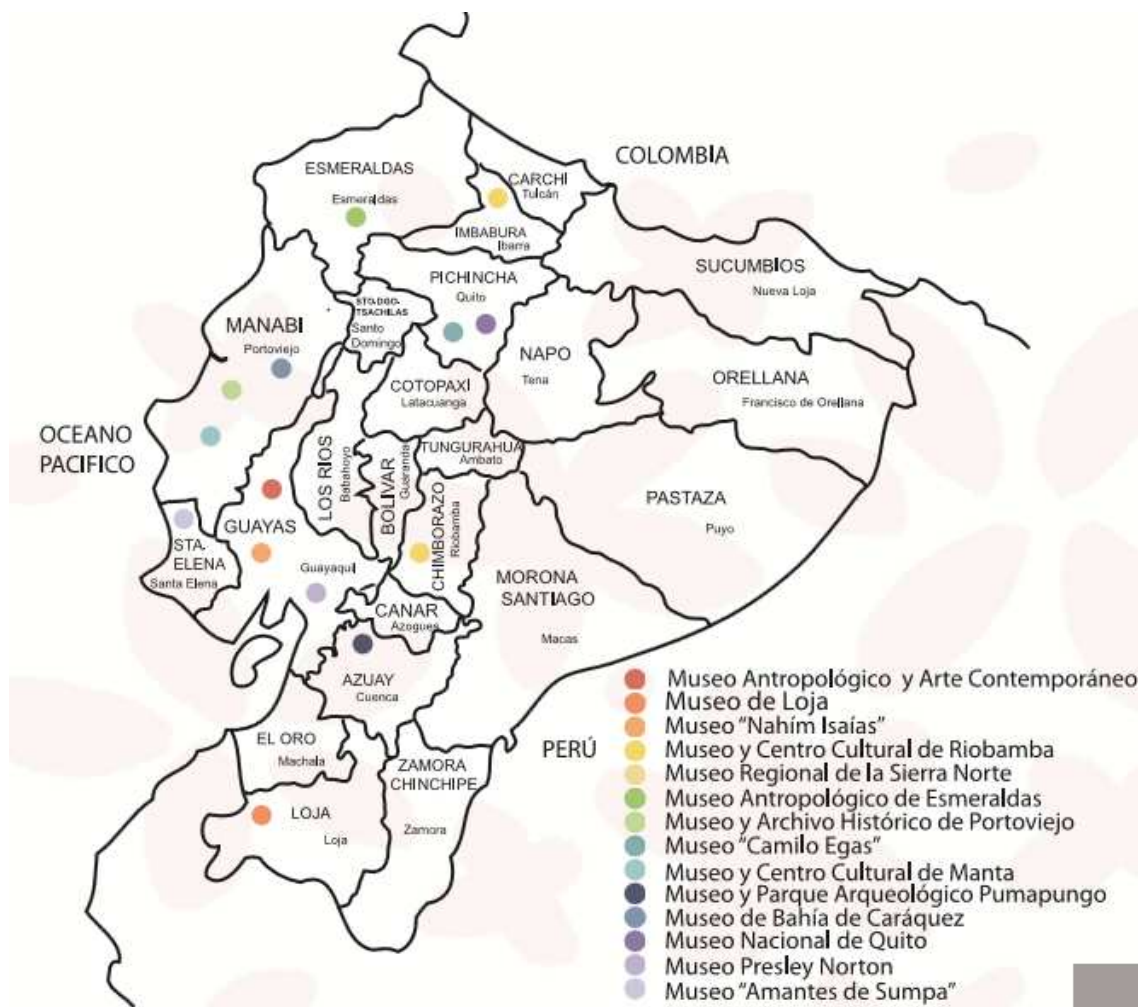


Ilustración 8 Museos administrados por el SIEM

El Museo Antropológico de Arte Contemporáneo o Centro Cultural Simón Bolívar protege y divulga el pasado de la Costa ecuatoriana, debido a los importantes descubrimientos que transformaron al Ecuador en un referente de la arqueología americana. La colección de este museo muestra la diversidad cultural de las sociedades que habitaban el país y es de más de 58 mil piezas arqueológicas. Asimismo custodia más de 3.400 obras de arte moderno y contemporáneo más importante del país.

El Museo Nahím Isaías, fundado en 1989, alberga una colección de XVI, XVII y XVIII, y de arte republicano del siglo XIX. Además de 118 obras de arte contemporáneo. Dentro del museo también se tiene la posibilidad de conocer la historia de Guayaquil.

El Museo Presley Norton ubicado en la antigua Villa Rosa Herlinda posee una importante colección de arqueología de aproximadamente 8.000 objetos de cerámica, hueso y piedra de la costa pacífica ecuatoriana donde se destaca la cultura Valdivia y Chorrera, que perteneció al arqueólogo ecuatoriano Presley Norton. El museo cuenta igualmente con un Centro Documental, una tienda de recuerdos en la que se distribuyen reproducciones de piezas arqueológicas, postales, fotos, libros y publicaciones.

De igual forma destacan el Museo Municipal de Guayaquil, donde se muestra la historia del asentamiento y fundación de la ciudad. Se aprecia un recorrido por las etapas precolombinas, la época colonial y republicana, hasta llegar a la contemporánea; el Museo de la Casa de la Cultura, con una muestra permanente de arte precolombino.

Otras opciones la constituyen exposiciones directamente relacionados con la identidad porteña y costumbrista de la ciudad que son el Museo Naval Almirante Illingworth, que reúne la historia de la Armada Nacional; el Museo del Bombero Coronel Félix Luque Plata, como un merecido homenaje a la entidad bomberil más antigua de Latinoamérica, el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil; el Museo Guayaquil en la Historia que en su interior guarda escenas del crecimiento de la urbe porteña desde sus inicios en la selva virgen morada de los Huancavilcas, el

ataque de los piratas, el gran incendio, hasta la ciudad cosmopolita de hoy en día; y el Museo de la Música Popular “Julio Jaramillo” dedicado a honrar las glorias del arte musical guayasense.

2.5 Marco Legal

En la actualidad existen leyes y reglamentos nacionales e internacionales que garantizan el respeto a la identidad cultural y al patrimonio cultural así como a la protección y desarrollo sostenible de este.

Derechos de los ecuatorianos sobre su identidad cultural

En Ecuador, la Constitución establece entre los derechos del buen vivir, que, las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas (art.21). Además, derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales (art. 25).

Por tanto, la cultura gastronómica es un componente que comparte toda una sociedad y forma parte de la herencia de cada individuo que permite identificarlos como miembros de esta.

PLANDETUR 2020

El Ministerio de Turismo ha iniciado un proceso participativo que involucra directamente a los actores relacionados con el turismo de los sectores privado, comunitario y público, para gestionar un plan de desarrollo del turismo mediante estrategias y acciones proyectadas hasta el año 2020.

El PLANDETUR 2020 presenta un modelo de desarrollo del turismo sostenible basado en sus territorios y productos turísticos con el propósito de lograr la innovación y diversificación de la oferta turística. Los objetivos a ser alcanzados son los siguientes:

1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.

2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

3. Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas impulse el información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización ya en marcha, con procesos eficientes, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.

4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciándolos recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

5. Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.

6. Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.

7. Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho que ejerce el ocio como un derecho.

8. Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.

Esta planificación estratégica pretende promover la gran biodiversidad humana y cultural con el uso eficiente de los recursos del país, es decir potenciar al producto ya existente. Busca fortalecer en los próximos años un desarrollo integral con visión sectorial logrando en conjunto un desarrollo humano.

Esto conlleva la formación y capacitación del recurso humano para alcanzar la sensibilización, valoración y conservación del patrimonio turístico cultural y natural basado en la aplicación de buenas prácticas para el Turismo Sostenible.

Cambio en la matriz productiva

Actualmente la inversión en el Ecuador está respaldada en el Código de la Producción y el cambio de la matriz productiva ofrece oportunidades de aprovechar sectores donde habrá la sustitución de las importaciones, generación de valor agregado y la diversificación productiva.

El estado ecuatoriano plantea un proceso de transformación del modelo en la matriz productiva, creando estrategias para protección y competitividad de la industria nacional. Esto quiere decir, participación de ecuatorianos en el procedimiento de industrialización y de esta manera sustitución de importaciones dirigida a la producción de bienes intermediarios desarrollando ramas como el turismo.

El proceso implica hacer partícipes a grupos que han sido excluidos de este desarrollo basado no solamente en la explotación de recursos naturales sino también en las capacidades y conocimientos de la población.

Sistema Ecuatoriano de Museos

Actualmente existe una conformación museística impulsada por la Disposición General Cuarta de la Ley de Reformatoria a la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado (2009) que estipuló el traspaso del Área Cultural del Banco Central del Ecuador al Ministerio de Cultura, y a su vez la integración de este proceso al Sistema Nacional de Cultura con un nuevo modelo de gestión.

El Ministerio de Cultura del Ecuador, como ente rector de la política cultural, dirige la consolidación del SIEM. El SIEM surge como un órgano integrador y consultivo de planes, programas y proyectos relacionados a la temática museística a nivel nacional.

El objetivo general de la Política Nacional de Museos es proponer líneas programáticas para la elaboración de una propuesta de políticas públicas enfocadas al mejoramiento del sector museístico nacional, con el fin de promover la valorización, preservación y puesta en valor del patrimonio cultural ecuatoriano, considerando a éste como uno de los dispositivos de inclusión social y ciudadanía, por medio del desenvolvimiento y la revitalización de las instituciones museísticas existentes y para el fomento a la creación de nuevos procesos de producción e institucionalización de las memorias constitutivas de la diversidad social, étnica y cultural del país.

CAPÍTULO III

Metodología de la investigación

3.1 Enfoque de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se consideró un enfoque mixto, que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. Al combinar métodos, se pretendió aumentar la posibilidad de ampliar las dimensiones del proyecto de investigación, y de mejorar el entendimiento del mismo. (Pereira Pérez, 2011)

3.2 Tipos de investigación

Los tipos a emplearse para esta investigación son: Exploratorios y Descriptivos.

El estudio exploratorio permite señalar el tipo de información que se necesita, así como aclarar conceptos tomando en cuenta conocimientos previos y datos provenientes de diversas fuentes. En este caso este tipo de investigación permitió establecer el diagnóstico de la situación actual mediante la búsqueda de fuentes como libros, revistas, informes, conferencias y páginas web.

El estudio descriptivo permite obtener datos concretos del tema de estudio y la relación existente entre los componentes y elementos de la investigación. Es decir cuantificar los datos obtenidos en el estudio exploratorio.

3.3 Diseño de la investigación

Los métodos utilizados fueron: Documental y de Campo.

Documental

Recopilación de información: Revisión bibliográfica mediante la investigación en libros, publicaciones, periódicos entre otros. De igual forma en la lectura de antecedentes y trabajos de la misma naturaleza.

De Campo

Entrevista: Utilización de preguntas de investigación del tipo semi-estructurada debido a que durante el diálogo surgieron nuevas preguntas a las previamente establecidas. La entrevista se realizó a la historiadora Jenny Estrada, directora del Museo de la música popular: Julio Jaramillo. La información recogida en esta entrevista fue indispensable debido a su amplio conocimiento como historiadora y ser promotora de la identidad cultural.

Observación: Descripción del entorno en el cual se ejecutará la propuesta. Análisis de la situación con el fin de identificar si es conveniente y estratégico turísticamente.

Aplicación de encuestas: Recolección de información, la cual consta de un determinado número de preguntas, que permitió la compilación de datos acerca de la opinión de los encuestados.

El objetivo de las encuestas es determinar si las personas conocen y están interesadas en la historia de la gastronomía guayaquileña, para esto se diseñó un cuestionario de 6 preguntas. Éstas, realizadas principalmente a los turistas y ciudadanos que frecuentan el centro histórico de la ciudad.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Dado que la población a estudiar es numerosa solamente se puede tomar una muestra y llegar a conclusiones generalizables. Por lo tanto, para determinar el tamaño de la muestra para poblaciones infinitas (más de 100.000 habitantes) se la obtiene mediante la aplicación de la siguiente fórmula matemática:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Donde (Vivanco, 2005):

n es el tamaño de la muestra;

z es el nivel de confianza (95%);

p es la probabilidad de éxito (50%);

q es la probabilidad de fracaso (50%);

e es la precisión o error (3%)

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,03^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{0,000027}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,000027}$$

$$n = 384,16$$

$$n = 385$$

El tamaño de la muestra a encuestar es de 385.

3.5 Análisis de Resultados

3.5.1 Análisis Documental

Se tomó en cuenta fuentes que hacen verificable el trabajo y a la vez permitieron definir el planteamiento del problema y una mejor comprensión del tema. Tales como: “Sabores de mi tierra” de la historiadora Jenny Estrada y reportajes periodísticos, como “El Universo”, “El Comercio” que aportaron con

información esencial de folkloristas e historiadores reconocidos como el Arq. Melvin Hoyos.

Asimismo para la recopilación de todo el marco contextual, fue conveniente profundizar en la investigación bibliográfica (archivos y bibliotecas), además de navegar en páginas de internet (UNESCO, ICOM) hallando información válida y confiable sobre la importancia del patrimonio cultural inmaterial de una comunidad y la temática museística para su protección.

De esta investigación también se obtuvo instrucción acerca de los parámetros a seguir para la constitución de una institución sin fines de lucro como es el museo. Tales como, normas básicas, recursos materiales y humanos.

3.5.2 Análisis de la entrevista

Los temas abordados en la entrevista están basados en la bibliografía expuesta en el Capítulo II Marco Contextual de esta tesis. El tratamiento de la información se llevó a cabo una vez grabada la entrevista. Se escuchó la entrevista rescatando las respuestas más relevantes para la investigación.

Se obtuvo información relevante para demostrar la necesidad de revalorizar la comida criolla guayaquileña. Jenny Estrada, importante promotora cultural respaldó la problemática tratada en este trabajo apoyando que la gastronomía es un factor importante de la identidad cultural de un pueblo y que ha estado debilitándose en las últimas décadas.

Sin embargo, recalcó que a pesar de la aculturación que ha incurrido en el gusto de las nuevas generaciones, el guayaquileño tiene arraigado el sentimiento de identidad con la cocina local. Teniendo entre las comidas tradicionales un sinnúmero de delicias culinarias, las cuales Estrada las identificó en su libro “Sabores de mi tierra” con el ícono representativo del pueblo guayaquileño, Juan Pueblo.

Como resultado se concluyó que el tema expuesto es de vital importancia para fortalecer y salvar la cocina típica de la ciudad. Del mismo modo, contenido atractivo de aprovechar y perfeccionar por tratarse de un valioso patrimonio cultural.

3.5.3 Análisis del método de observación

Para la observación se aprovechó el tiempo de las visitas establecidas para la entrevista con la historiadora Jenny Estrada y las asesorías con el diseñador gráfico y arquitecto, así también con las salidas para la realización de las encuestas.

Se realizó un recorrido por las áreas céntricas de la ciudad, específicamente centro histórico y sector de Las Peñas. El objetivo de la observación fue identificar la realidad puesto representa una parte indispensable para el desarrollo de la propuesta.

Para la elaboración de esta guía se exploraron dichas zonas y se recogieron datos para analizar ventajas y desventajas de las condiciones físicas y el entorno de los posibles lugares en los que se plantearía el proyecto.

En el Capítulo V se detallará la elección de la ubicación (Barrio Las Peñas) y las ventajas que proporciona implantar la propuesta en el mencionado lugar.

3.5.4 Presentación y análisis de encuestas

Para dar a conocer los resultados obtenidos se realizaron tablas y gráficos para mostrar la información que se recolectó para mejor interpretación y claridad de la misma.

Distribución de género

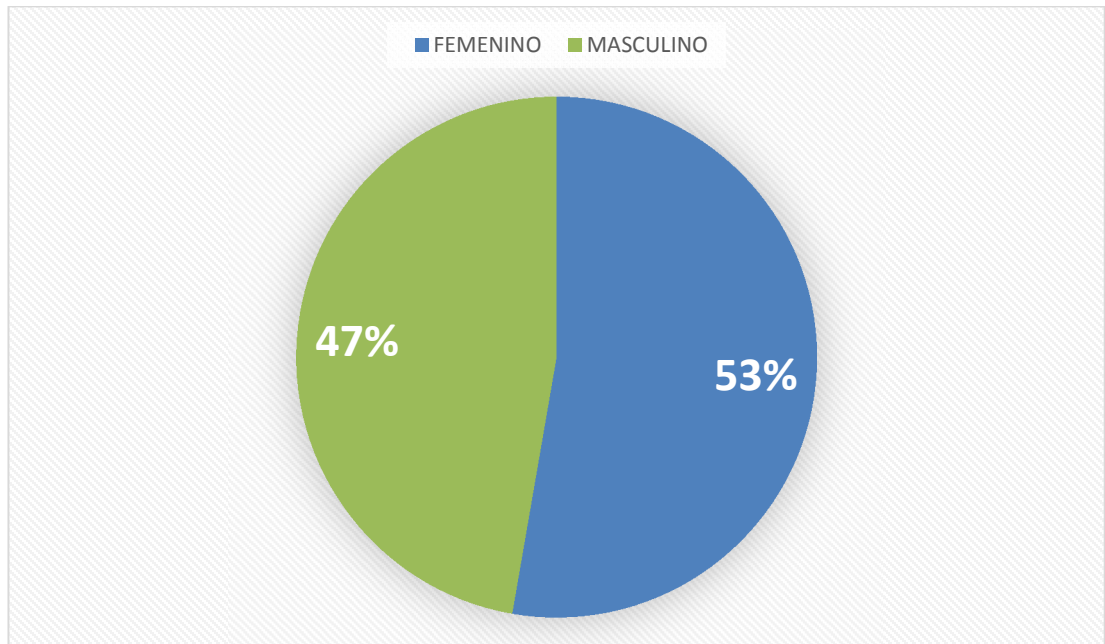
Tabla 1 Género de los encuestados

RESPUESTA	FRECUENCIA
FEMENINO	203

MASCULINO	182
TOTAL	385

Elaboración: Autora

Gráfico 1 Género de los encuestados



Elaboración: Autora

La información obtenida en su mayoría corresponde al género femenino con un 53% de participación en el muestreo, mientras que el género masculino tuvo una colaboración de 47% sobre los resultados.

Distribución por edad

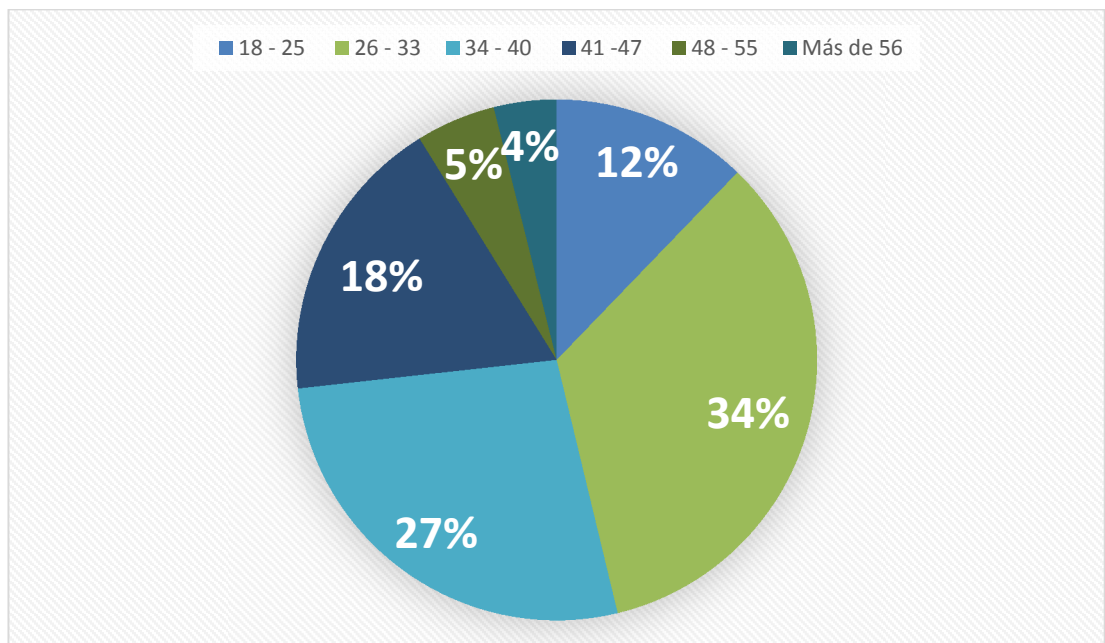
Tabla 2 Edad de los encuestados

RESPUESTA	FRECUENCIA
18 – 25	47
26 – 33	131
34 – 40	104

41 – 47	69
48 – 55	19
Más de 56	15
TOTAL	385

Elaboración: Autora

Gráfico 2 Edad de los encuestados



Elaboración: Autora

En relación a la edad, el siguiente gráfico indica que las edades que oscilan entre los 26-33 años de edad incide en los resultados mayoritariamente, con un 34%; seguidos por el rango de edades entre los 34-40 años con 27%, y los de 41-47 con el 18% y los de más de 56 años con 4%. Es decir que los resultados se basaron principalmente en el criterio personas adultas.

Pregunta 1

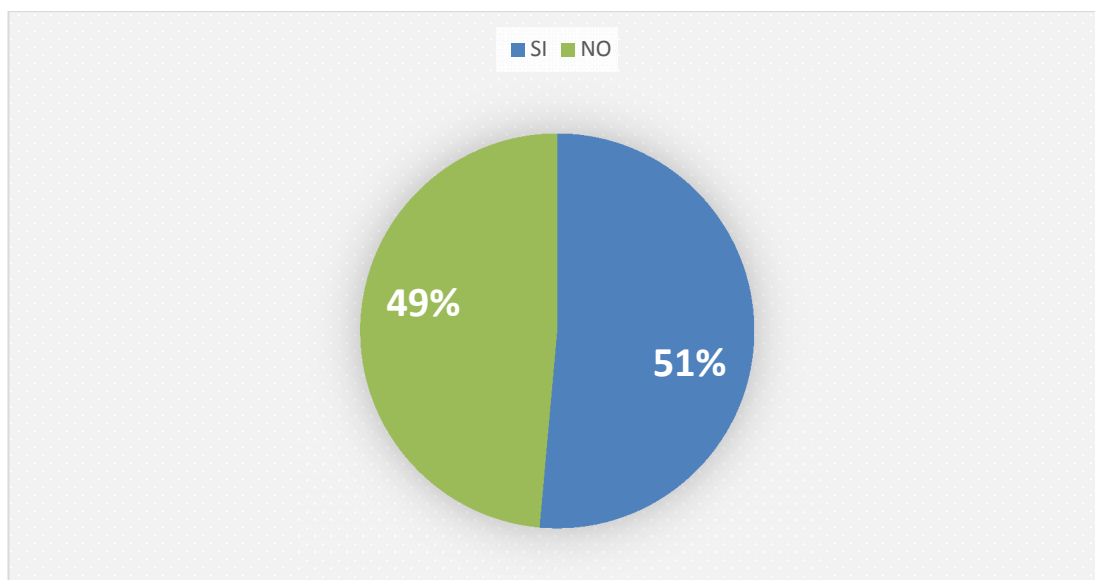
¿Cree Ud. que la identidad gastronómica guayaquileña se ha ido perdiendo a lo largo del tiempo?

Tabla 3 Pérdida de la identidad gastronómica guayaquileña

RESPUESTA	FRECUENCIA
SI	198
NO	187
TOTAL	385

Elaboración: Autora

Gráfico 3 Pérdida de la identidad gastronómica guayaquileña



Elaboración: Autora

El gráfico 1 indica los resultados obtenidos de la primera pregunta, en la cual se puede observar que el 51% considera que a lo largo del tiempo la identidad gastronómica está disminuyendo y el 49% corresponde a las personas que creen que se mantiene esta identidad arraigada en los guayaquileños. Por tanto, ha variado, pero sigue manteniendo ciertas cosas ratificando la importancia de crear un espacio para proteger su permanencia en el tiempo.

Pregunta 2

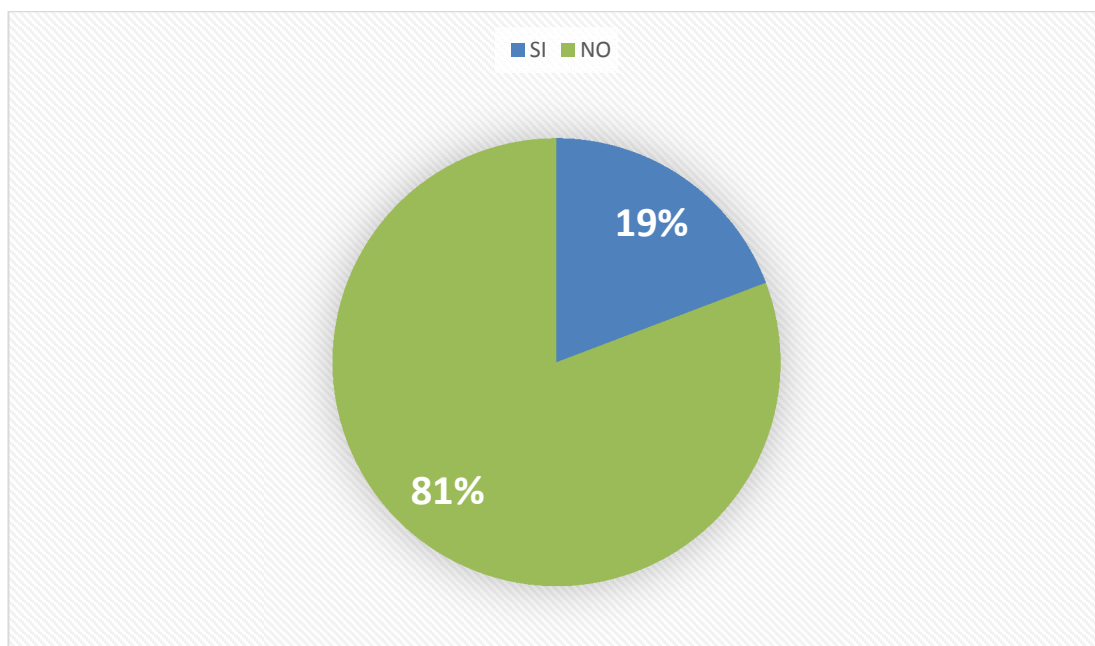
¿Conoce el origen y procedencia de los platos típicos de Guayaquil?

Tabla 4 Conocimiento del origen de los platos típicos

RESPUESTA	FRECUENCIA
SI	74
NO	311
TOTAL	385

Elaboración: Autora

Gráfico 4 Conocimiento del origen de los platos típicos



Elaboración: Autora

En el gráfico 2 se observa que el 19% de los encuestados tienen conocimiento del origen de los platos típicos de la ciudad. Sin embargo, es considerable la diferencia de los que no conocen la procedencia de estos platos típicos. Efectivamente concuerda con la característica del guayaquileño, ser tradicionalista, pero hasta cierto punto, pues la globalización ha hecho que se adopten cosas

foráneas. Por ello la implementación de esta propuesta contribuye a perpetuar el legado ancestral.

Pregunta 3

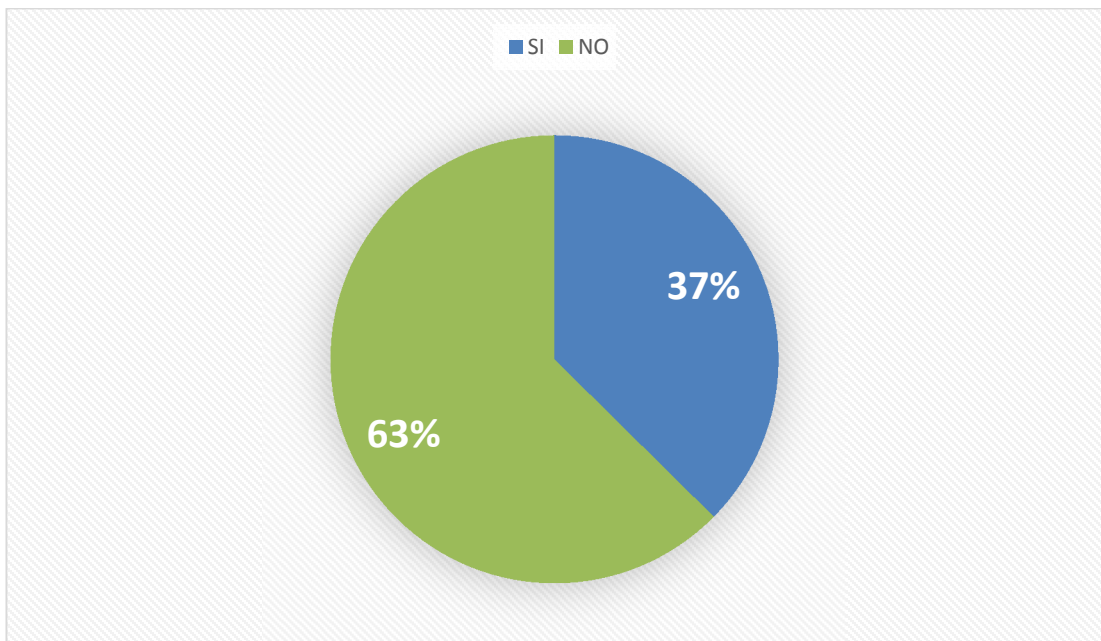
¿Cree Ud. que las ferias gastronómicas son suficientes para fortalecer la tradición de la comida guayaquileña?

Tabla 5 Medios de difusión para fortalecer identidad.

RESPUESTA	FRECUENCIA
SI	144
NO	241
TOTAL	385

Elaboración: Autora

Gráfico 5 Medios de difusión para fortalecer identidad



Elaboración: Autora

El gráfico 3 demuestra que la mayoría de los encuestados considera que las ferias gastronómicas no bastan para fortalecer la tradición de la comida guayaquileña, corroborando la necesidad de generar más opciones que busquen difundir estas tradiciones.

Pregunta 4

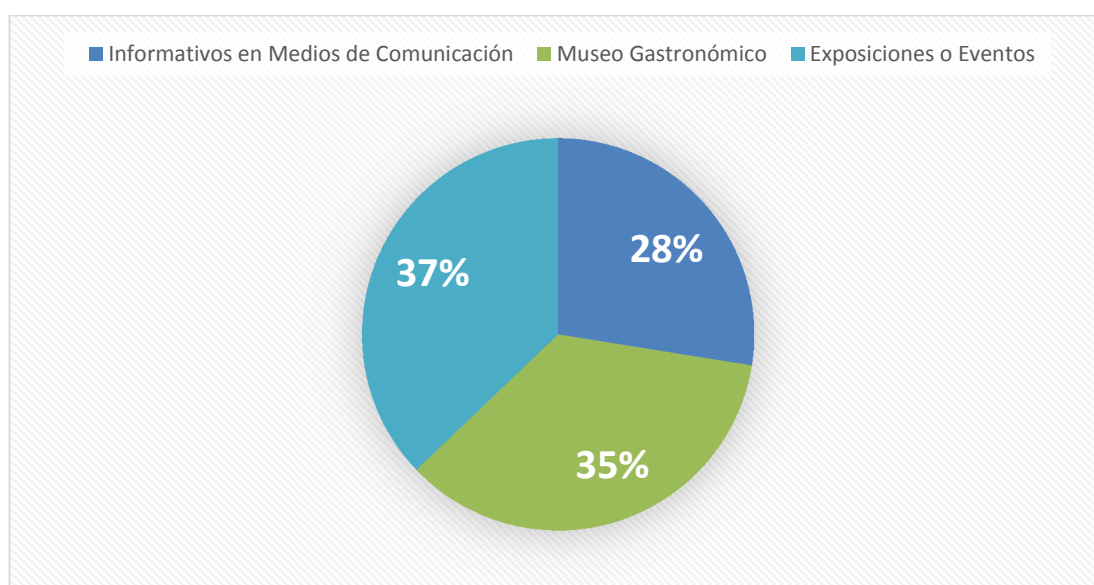
¿Cuál cree Ud. es el mecanismo más importante que se debe implementar para fortalecer la identidad gastronómica guayaquileña?

Tabla 6 Mecanismos a implementar para fortalecer identidad

RESPUESTA	FRECUENCIA
Informativos en Medios de Comunicación	106
Museo Gastronómico	136
Exposiciones o Eventos	143
TOTAL	385

Elaboración: Autora

Gráfico 6 Mecanismos a implementar para fortalecer identidad



Elaboración: Autora

El gráfico 6 revela la preferencia de los encuestados en cuanto a mecanismos de implementación para fortalecer la identidad gastronómica guayaquileña. La diferencia de las tres opciones expuestas es mínima. Es decir, están dispuestos a acoger nuevas ideas con el fin de revalorizar esta identidad.

Pregunta 6

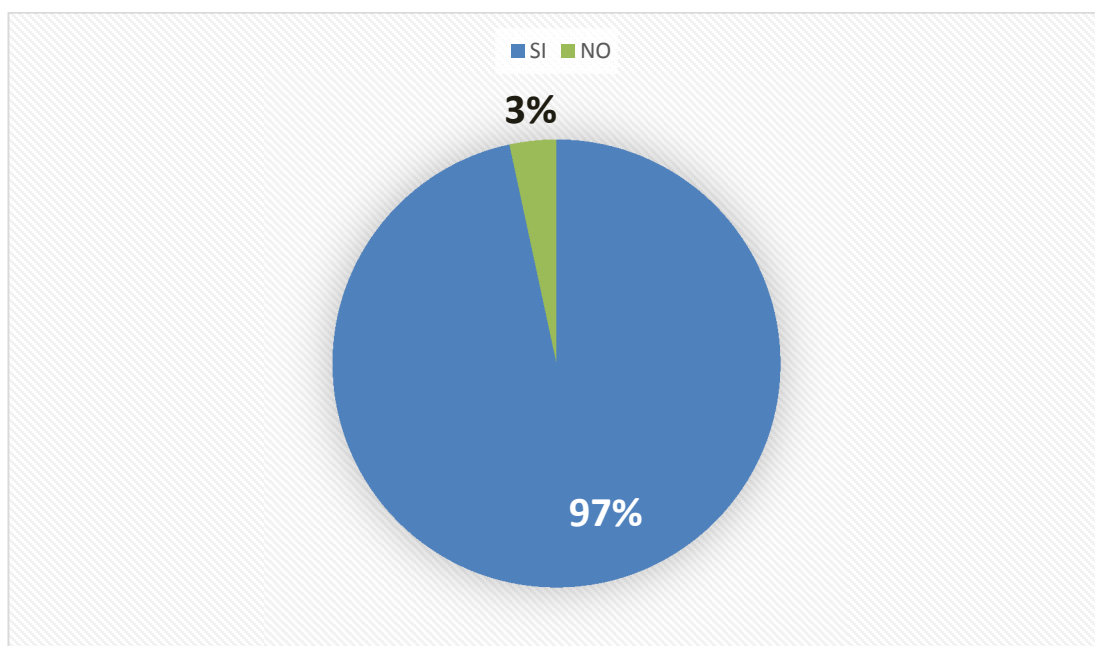
¿Considera la gastronomía como identidad de la ciudad?

Tabla 7 Relación gastronomía - identidad

RESPUESTA	FRECUENCIA
SI	372
NO	13
TOTAL	385

Elaboración: Autora

Gráfico 7 Relación gastronomía - identidad



Elaboración: Autora

En el gráfico 6 detalla que los encuestados creen en su mayoría que la gastronomía en la ciudad es sin duda alguna un elemento que identifica al guayaquileño.

Por consiguiente los resultados recopilados en las encuestas demuestran que existe medianamente un desconocimiento del origen de los platos típicos de la ciudad. No obstante, la ciudadanía se identifica con la gastronomía guayaca y están dispuestos a aceptar algún programa o mecanismo que ayude a fortalecer esta identidad.

Pregunta 7

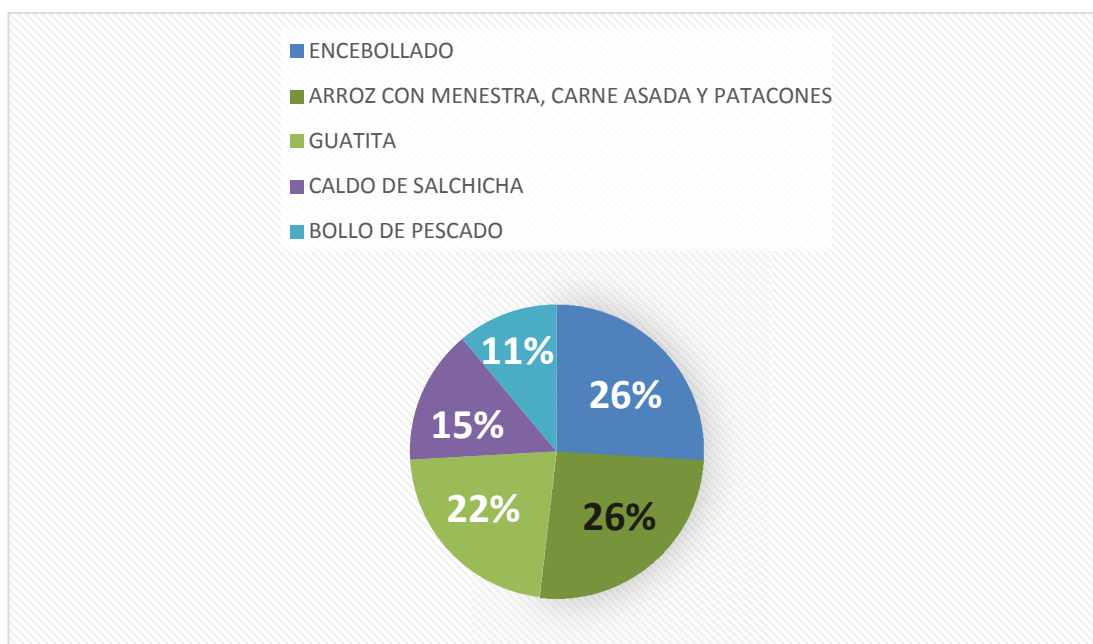
¿Cuáles Ud. considera los platos típicos de Guayaquil?

Tabla 8 Platos Típicos de Guayaquil

RESPUESTA	FRECUENCIA
ENCEBOLLADO	270
ARROZ CON MENESTRA, CARNE ASADA Y PATACONES	270
GUATITA	231
CALDO DE SALCHICHA	154
BOLLO DE PESCADO	116

Elaboración: Autora

Gráfico 8 Platos Típicos de Guayaquil



Elaboración: Autora

Con respecto con la preferencia de los platos típicos de los guayaquileños, el gráfico 8 señala que la población elige como uno de los platos principales el encebollado, seguido del arroz con menestra, carne asada y patacones, guatita, caldo de salchicha y bollo de pescado. Esto demuestra la veracidad de la investigación presente en el libro “Sabores de mi tierra” de la historiadora Jenny Estrada.

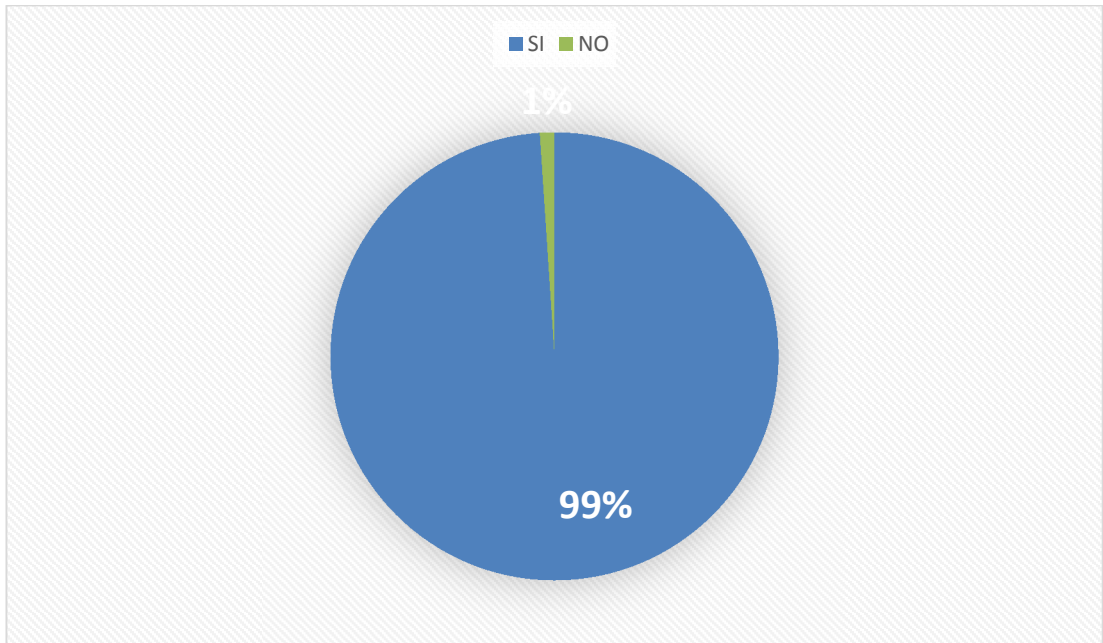
Pregunta 8

¿Visitaría un Museo que exponga la historia de la gastronomía guayaquileña?

Tabla 9 Interés por conocer el origen de platos típicos

RESPUESTA	FRECUENCIA
SI	282
NO	3
TOTAL	385

Gráfico 9 Interés por conocer el origen de platos típicos



Elaboración: Autora

Por último lugar, los resultados detallados en el gráfico 9 demuestran que el 99% de los encuestados tienen la iniciativa e interés de conocer el origen y procedencia de los platos típicos de la ciudad. Los guayaquileños a pesar de las nuevas tendencias gastronómicas se inclinan por lo tradicional siendo positivo para la ejecución de esta propuesta.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DEL MERCADO

4.1 Análisis PEST

4.1.1 Político

El panorama político de Ecuador promete un interesante desarrollo para la ciudadanía. Actualmente la situación política del país podría definirse medianamente estable y con alto crecimiento económico anual. El poder presidencial ha ejecutado un gran dominio en el sistema estatal.

En los últimos años ha significado resultados sociales de beneficio a los sectores más vulnerables, dejando atrás los conocidos golpes de Estado. El gobierno ha sabido administrar los recursos económicos accediendo la construcción de numerosas obras públicas y mejorando servicios gubernamentales.

Entre 2006 y 2012 la inversión pública aumentó considerablemente, priorizando el desarrollo al pago de la deuda externa. Marcando en 2012 un récord histórico situando la inversión del Gobierno Central en 6.287 millones de dólares.

El Gobierno actual, durante los últimos años, ha conseguido destinar dinero para el bienestar social. Mediante los nuevos instrumentos de planificación y ordenamiento territorial alineados al Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 se proyecta alcanzar una articulación entre niveles de gobierno, que permitan optimizar la inversión pública, fortalecer los procesos de desconcentración, descentralización y participación ciudadana en el territorio.

En cuanto a educación superior los recursos destinados al sector, representan el 1,8 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del país. En la actualidad, Ecuador cuenta con 54 universidades y escuelas politécnicas entre públicas y privadas, y tres universidades exclusivas de educación de cuarto nivel.

En Guayaquil existe una inversión de 1.500 millones de dólares en obras. En el campo del desarrollo social la inversión llega a los 700 millones de dólares y la inversión en seguridad y justicia supera los 400 millones de dólares.

Por otra parte, el crecimiento del sector turístico ha sido continuo, ubicándose en el quinto puesto de ingresos para el país, gracias al financiamiento de las bancas pública y privada. Consecuentemente ha subido del puesto 86 al 81 en el ranking de competitividad de viajes y turismo conforme datos del Foro Económico Mundial.

Según declaraciones del actual Ministro de Turismo, Vinicio Alvarado, Ecuador planea invertir unos 100 millones de dólares en el año 2014 para potenciar su desarrollo turístico, que en los últimos años lo convirtió en un nuevo destino estrella en América Latina y le valió a Quito el World Travel Award, considerado el ‘Oscar del Turismo’.

4.1.2 Económico

Según cifras del Banco Central, el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador superará el 4% y la inflación llegará al 4,4% al finalizar el 2013. Este crecimiento se prevé a un sostenimiento de la base de consumo y de un mejor desempeño de las exportaciones.

La inflación en Ecuador se mantiene estable según estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Gráfico 6 Inflación – Variación Anual



Fuente: (Expoflores, 2013) INEC 2013

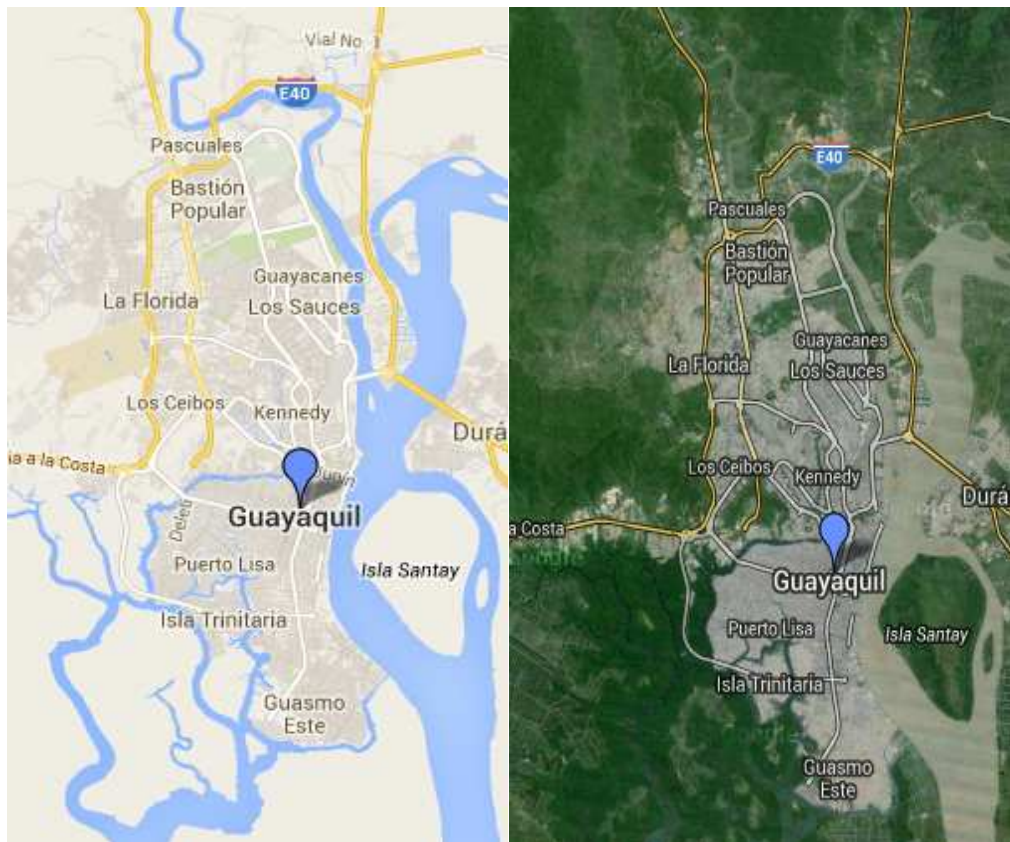
4.1.3 Socio-Cultural

En el país existen 14'306.876 habitantes y Guayas es la provincia que mayor número de habitantes tiene en el país con 3'573.003 personas siendo Guayaquil el cantón más poblado con un total de 2'350.915 de habitantes, según el último censo del año 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Guayaquil, es una de las ciudades más importantes para el país por encontrarse ubicada geográficamente en la Cuenca del Guayas de manera que está favorecida por su diversidad de clima, suelo, etnia y recursos hídricos constituyéndola con gran potencial para el turismo.

Está formada por 21 parroquias divididas en 16 parroquias urbanas y 5 parroquias rurales. Su economía se basa en el comercio y la agricultura. Sin embargo, gran parte de la zona rural aún se halla insatisfecha en cuanto a necesidades básicas y aspectos como educación, salud y seguridad ciudadana.

Ilustración 9 Mapa de Guayaquil



Fuente: GoogleMaps

El patrimonio cultural tangible e intangible en Ecuador es extenso y diverso creando identidad de considerable valor en la población. La alimentación es una manifestación cultural de pueblos y en el país, gracias a su situación geográfica la ha convertido su principal característica.

La cocina popular ecuatoriana se caracteriza por ser abundante. Varía dependiendo de la región, clima o suelo. Los platos representan las riquezas naturales de su tierra, la gran variedad de frutas, vegetales y hortalizas, y la cultura de su gente.

Festividades, bailes, manifestaciones populares o celebraciones ya sean religiosas o sociales son parte de la naturaleza del pueblo ecuatoriano y la tradición principal consiste en la variedad de platillos que se ofrecen alrededor de estas expresiones culturales.

4.1.4 Tecnológico

Ecuador como muchos países en vías de desarrollo está entrando en la competitividad tecnológica. De acuerdo a Guido Caicedo, profesor de la Espae Graduate School of Management, adscrita al FEM, Ecuador ha subido 5 puestos en el ranking del 96 en el año 2012, al 91 en el 2013 debido a sus mejoras en los componentes del Network Readiness Index (NRI), relacionados a la disposición para aprovechar las TICs (infraestructura, tarifas y habilidades de la población).

A pesar de esto, el país aún está obligado a implementar un plan nacional para el desarrollo tecnológico, indispensable para un crecimiento en la economía.

4.2 Análisis de las cinco fuerzas de PORTER

4.2.1 Amenazas de nuevos competidores y barreras de entrada

El sector museístico del país es relativamente inalterable puesto que los museos existentes abarcan diferentes etapas y variedades de la historia ecuatoriana.

Es difícil que aparezca un nuevo competidor en el mercado que pueda disminuir la demanda pues si desean entrar al sector deberán comprender un tema diferente y de esta manera dejaría de ser una competencia directa. Se necesita una suma significativa de capital inicial y bienes culturales para montar las exposiciones; el apoyo del gobierno para financiar el déficit económico de los museos que cualquier emprendimiento privado no tendría dicho apoyo gubernamental.

4.2.2 Amenazas de sustitutos

Una de las amenazas más reales que puede existir son las demás actividades culturales presentadas en diferentes sectores de la ciudad. El potencial público prefiere otras opciones y ofertas de recreación y uso de su tiempo libre.

Dicha sustitución puede diferenciarse simplemente por la diferencia de precios y ampliación del programa de actividades tales como talleres, exhibiciones temporales, festivales gastronómicos.

4.2.3 Poder de negociación de los clientes

Se pretende disponer de un sitio web que permita dar a conocer información sobre los horarios de apertura, ubicación, reseña histórica del sector y datos en general de la institución siendo útil para el usuario. Eso le da la posibilidad al consumidor de tener un panorama informativo bastante amplio como para poder decidir correctamente en base a sus preferencias.

4.2.4 Poder de negociación de los proveedores

Actualmente el país cuenta con profesionales para poner en marcha este tipo de proyectos tales como historiadores y diseñadores de espacios culturales. Así como opciones al momento de adquirir los materiales para el equipamiento del museo y la realización de las actividades respectivas. Con todo, es necesaria la creación de contratos o convenios con dichas instituciones, lo cual al principio se estará sometido a sus condiciones.

Sin embargo, al tratarse de un proyecto sin lucro y estar bajo la administración de una entidad pública como órgano rector, habrá facilidad en la selección de profesionales y proveedores ya que el órgano rector citado cuenta con una base de datos.

4.2.5 Presencia de rivalidades

A nivel local los museos de similares características son considerados posibles rivales puesto que no ofrecen el mismo tipo de exposiciones por tanto la competencia es mínima.

4.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO

El museo está dirigido al público en general: turistas locales, nacionales e internacionales, y sector educativo.

Siendo un museo con una temática nueva en Guayaquil y planteado a ubicarse en un sector con gran acogida turística tendrá aceptación por parte del público que visita dicho sector. Mencionado esto, se consideró realizar las encuestas en la ciudad y en zonas relativamente cerca a la ubicación de la propuesta.

CAPÍTULO V

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1 Descripción de la propuesta

El Museo Gastronómico de Guayaquil surge de la idea de aportar un espacio que permita exhibir los elementos de identidad cultural de la comida tradicional porteña, de proporcionar una nueva visión a la actividad comercial, turística y cultural de la ciudad que; frente a las nuevas tendencias gastronómicas nace la necesidad de su revalorización.

Dirigido tanto a locales como a turistas, el Museo se sitúa en una casa del Barrio Las Peñas en la que se ha respetado su estructura original. Comprende dos plantas en las hay una exposición permanente en la planta alta y degustaciones periódicas en la planta baja.

El área museográfica incluirá los inicios de la gastronomía prehispánica, los cambios ocurridos durante la colonia y las influencias que se generaron con la llegada de distintas corrientes migratorias hasta la actualidad. A través de este recorrido se apreciarán las diferentes variaciones y aspectos de la historia gastronómica y cultural de la ciudad, complementados con las explicaciones que se presentan en los paneles informativos del lugar.

Durante todo el recorrido se contará con soporte audiovisual multilenguaje, en cada etapa el visitante podrá reforzar la cantidad de veces que desee la charla dada por el guía, ya que habrá estructuras con tecnologías touchscreen y headphones para la comodidad de los asistentes.

En el área de las degustaciones, se podrá probar la amplia gama de platos característicos de la gastronomía guayaca, en la que también se destinará un espacio para la venta de artesanías y merchandising, entre los que se contará con camisetas, gorras, llaveros, tazas, fotografías, sombreros de paja toquilla, guayaberas, platos de cerámica, etc, todos estos alusivos a la temática del museo.

El recurso humano es sumamente vital para el éxito de la gestión diaria, se contratará a profesionales comprometidos con la temática museística para cada una de las áreas a administrar, involucrados con la misión de la institución para brindar una experiencia enriquecedora al visitante.

Con todo esto, la propuesta pretende convertirse en un espacio donde se puedan dictar charlas y talleres de comida tradicional, como también formar parte de la ruta de los museos.

5.1.1 Ubicación

La zona destinada a la implementación del Museo se localiza en el barrio Las Peñas en la ciudad de Guayaquil.

Se consideró este sitio para la ejecución de esta propuesta por los siguientes motivos:

- Es el barrio más emblemático y antiguo de la ciudad, declarado Patrimonio Cultural de la Nación.
- Es uno de los sitios más importantes y turísticos de la ciudad.
- Considerado un museo vivo por la historia que conserva.
- Zona cultural, existencia de museos con otras temáticas.

La casa propuesta es la antigua vivienda Lida Pintado, ubicada en el Fortín. Actualmente la propiedad es de uso cultural y le pertenece al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y Fundación Malecón 2000.

5.1.1.1 Reseña Histórica

El Barrio Las Peñas tuvo sus inicios en el siglo XVI con la llegada de los españoles y el posterior asentamiento de la ciudad. Situado en el lado oriental del

cerro Santa Ana, en las orillas del río Guayas. Su nombre se debe a la cantidad de peñas y peñascos en el terreno.

Inicialmente su callejón principal y único se lo conocía como calle de los pescadores, quienes allí tuvieron pequeñas viviendas que fueron destruidas por el Gran Incendio de 1896 y para su reconstrucción siguieron las mismas características.

Fue nombrado barrio a finales del siglo XIX a causa de haber sido el primer sector residencial en Guayaquil. En la década de los veinte con el boom cacaotero hubo un desarrollo económico en la ciudad favoreciendo también a las familias que vivían en el barrio Las Peñas, de las cuales muchas viajaron hasta Europa e importaron diseños arquitectónicos en sus edificaciones asegura Lilian Ricaurte, técnica del INPC.

También, vivieron importantes personalidades del ambiente político, artístico y cultural tales como: el escritor Enrique Gil Gilbert, el historiador Rafael Pino Roca, los ex presidentes Eloy Alfaro Delgado, Alfredo Baquerizo Moreno, José Luis Tamayo y Carlos Alberto Arroyo del Río, los pintores Numa Pompilio Llona y Manuel Rendón Seminario, el músico Antonio Neumane, entre otros.

En 1973, fue declarado mediante ordenanza municipal al Barrio Las Peñas como parte del Patrimonio Urbanístico de la Ciudad y a la calle Numa Pompilio Llona como monumento nacional.

Ya en el año de 1982, fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación, quedando bajo la protección de la Ley, con el objetivo de procurar su conservación.

Junto a la designación del INPC, las fundaciones Malecón 2000 y Siglo XXI realizaron entre el 2002 y el 2008 un proceso de regeneración y restauración de las casas.

5.1.2 Misión

Acercar y difundir a la comunidad nacional e internacional la historia, tradiciones y costumbres de la gastronomía porteña a través de la exposición del origen y evolución de la comida criolla que permita fortalecer la identidad cultural guayaquileña.

5.1.3 Objetivos

- Defender, investigar y transmitir el patrimonio inmaterial mediante diferentes actividades como exposiciones, charlas y degustaciones.
- Educar didácticamente al público sobre la alimentación del pasado y presente a través de recursos visuales.
- Apoyar y colaborar con la difusión de la cultura culinaria en la ciudad.

5.2 Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Producto pionero en Ecuador.• Localización óptima.• Sentimiento de identidad de los guayaquileños respecto a la gastronomía local y sus costumbres.• Incremento del interés de los ciudadanos por los orígenes gastronómico que posibilita afianzar una nueva marca cultural dentro del mercado.	<ul style="list-style-type: none">• No contar con una buena organización interna.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación estratégica por sector turístico y por ende aprovechamiento de llegadas de visitantes.	<ul style="list-style-type: none">• Poco interés de visitar museos.• Competencia con productos similares.

- Temática de Gastronomía interesante para la mayoría de personas.
- Ocasión para generar nuevos negocios basados en la gastronomía local.
- Aumento de visitas a futuro con exhibiciones itinerantes y festivales culinarios.

5.3 Estructura Organizativa

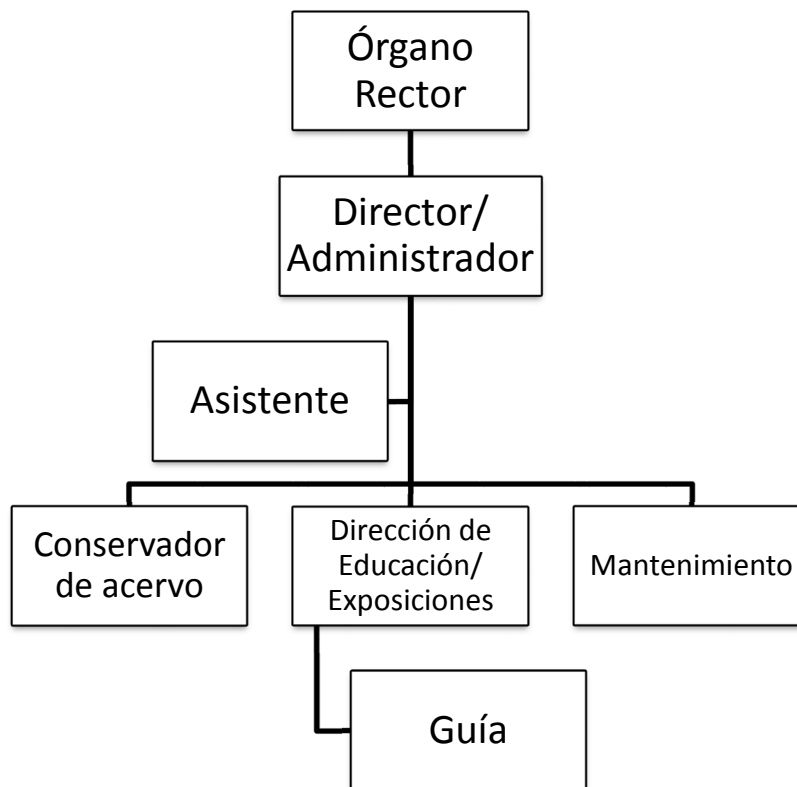


Gráfico 7 Estructura Organizacional

5.3.1 Descripción de Funciones

Órgano Rector

1. Encargado de representar formal y jurídicamente la institución.
2. Responsable de las políticas rectoras de la institución, administración del patrimonio, coordinar los programas culturales, administración y presupuesto, recursos humanos y servicios del museo.
3. Establece las normas pactadas, laborales, convenios interinstitucionales y demás.

Director/Administrador

1. Planifica y supervisa los actos administrativos de cada área del museo. Esta función la ejecuta estableciendo un presupuesto anual para el desarrollo de las actividades planificadas.
2. Recomienda normas de control financiero.

Conservador de Acervo

1. Responsable de la conservación física-ambiental y la documentación del patrimonio del Museo.
2. Garantiza el enlace con el resto del personal de conservación y, de ser necesario, con otras divisiones sobre las cuestiones de supervisión.
3. Plan de emergencia para el Servicio.
4. Mantiene actualizados los inventarios de materiales y existencias de productos químicos y otros productos necesarios de tratamiento para la conservación.
5. Se ocupa de la aplicación del reglamento sanitario y de seguridad en el Servicio.
6. Lleva el control de las existencias de productos químicos, consumibles, piezas de almacenamiento y equipamiento para la conservación y la gestión del patrimonio, y su registro por razones de seguridad y auditoría.
7. Organiza y garantiza el mantenimiento de los locales de trabajo, los almacenes y las presentaciones según las necesidades.

8. Se cerciora de que el consumo de las existencias figure en el presupuesto; lleva el registro de los gastos según las necesidades.

Dirección de Educación/Exposiciones

1. Formula y ejecuta la política educativa de la institución.
2. Interpreta las exposiciones para el público.
3. Supervisa y organiza las visitas guiadas del museo y establece las pautas para las guías docentes.
4. Debe conocer técnicas de enseñanza.
5. Propone actividades o eventos que complementen las exposiciones.

Mantenimiento

1. Responsable de todas las actividades relacionadas con la limpieza y resguardo del museo.
2. Inspecciona los trabajos de instalación y operativos de los equipos del museo.

Horario del Museo

El horario del museo fue establecido guiado en el programa de los museos de Guayaquil.

Tabla 6: Horarios del Museo

DÍAS	HORARIO
Martes a Sábado	10h00 – 18h00
Domingos y Feriados	10h00 – 19h00

Podría plantearse la idea de abrir el museo por las noches siempre y cuando haya alguna actividad interesante. (Degustaciones, charlas de expertos, etc.)

5.4 Desarrollo del Guion Museológico

Naturaleza de la exposición: Evolución de la comida guayaquileña

El patrón de alimentación a partir del siglo XVI experimentó la imposición de los modelos alimentarios europeos, dando origen a la cocina mestiza, la misma que a mitad del siglo XIX, recibiría nuevas influencias al producirse una especie de segundo mestizaje biológico y cultural con la llegada de los inmigrantes de otras procedencias, cuyos sabores se fusionaron, definiendo la identidad de la comida criolla. A su vez, ésta se fue combinando con sabores de otras provincias de la costa ecuatoriana. (Estrada, 2013)

El ámbito cultural del museo es el origen y evolución de la cocina mestiza. El recorrido propondrá centrar la atención en cinco partes:

Período Prehispánico

Período Colonial

Período Republicano

Sabores perdidos

Mesa Mestiza

El recorrido será secuencial, comienza, con una presentación inicial que es una breve introducción de los orígenes de la ciudad de Guayaquil y su posición ecuatorial que le otorga una producción perenne durante todo el año.

Durante el período prehispánico se expone: las características de la alimentación aborigen, las formas de procesar y combinar los alimentos para su subsistencia, el proceso de nómada a sedentario y las herramientas utilizadas en el transcurso.

Seguidamente la influencia en la época de la conquista. La llegada de una raza fuerte y sana dueña de sus propios sistemas de alimentación. El resultado que produjo la introducción de nuevas especies vegetales y animales domésticos.

La siguiente etapa presentará como se dio el “segundo mestizaje” al constituirse la República del Ecuador (1830) y el ingreso a la migración extranjera contribuyendo a estructurar las características de la mesa tradicional guayaquileña.

Por último, la mesa tradicional mestiza fruto de la fusión de productos de varias provincias del país.

Tabla 7 Guión Museológico

TEMA	CONTENIDO TEMÁTICO	MATERIAL DE EXHIBICIÓN	APOYO
Alimentación Aborígen	Informar sobre las características de la alimentación aborígen, las formas de procesar y combinar los alimentos para su subsistencia, el proceso de nómada a sedentario y las herramientas utilizadas en el transcurso.	Réplicas de las herramientas y recipientes más representativos relacionados con los antepasados en tiempos prehispánicos con sus cédulas respectivas.	Imágenes sobre las técnicas agrícolas perfeccionadas utilizadas por los manteños y huancavilcas.
La conquista española	El resultado que produjo la introducción de nuevas especies vegetales y animales domésticos.	Imágenes y réplicas de los productos introducidos por los españoles y utensilios utilizados para su consumo.	Ilustraciones descriptivas de los eventos sucedidos durante el período.
“Segundo Mestizaje”	Influencia del ingreso a la migración extranjera.	Descripción ilustrativa de la llegada de extranjeros (italianos, españoles, chinos y árabes). Influencia de ingredientes como la pasta (tallarín) y métodos de producción innovadores, adaptándose a la producción local.	Ilustraciones de Guayaquil antiguo.

Sabores perdidos	Tradiciones culinarias de los guayaquileños hasta la segunda mitad del siglo XX.	Descripción ilustrativa de los sabores de antaño, información detallada en cédulas.	Réplicas de los platos típicos. Ilustraciones donde se comercializaban los platos.
Mesa tradicional guayaquileña	Destacar el fruto de la fusión de productos de varias provincias del país.	Descripción ilustrativa de las costumbres y tradiciones guayaquileñas	Réplicas de los platos típicos.

Elaboración: Autora

5.5 Servicio Complementario

El servicio de degustación de comida tradicional se proyecta a organizarse dos veces al mes para alumnos de escuelas públicas y privadas de la ciudad como complemento a su visita. Esto, con la finalidad de establecer contacto más estrecho entre los centros educativos y los museos para sumar esfuerzos en el logro de objetivos comunes tales como ser transmisor de conocimientos. De esta manera se integran los conocimientos previos, a los adquiridos posteriormente en la degustación, de forma vivencial.

Las visitas pueden ser coordinadas personal o telefónicamente y se solicitarán datos como: nombre de la escuela, teléfono, nombre del maestro encargado, número de alumnos (máximo 15), si excede esta cifra se reorganiza la visita en grupos con media hora de diferencia uno del otro.

El tiempo previsto para coordinar la visita es con quince días de anticipación, puesto que se pretende buscar la colaboración para la realización de las degustaciones a empresas privadas involucradas con la industria alimenticia.

Debido a que el presente proyecto es una propuesta de implementación de un museo gastronómico, la ejecución del mismo se sugiere se realice mediante el trabajo conjunto del sector turístico y cultural. Por tanto, puede ser formalizado por la M. I.

Municipalidad de Guayaquil, con su respectiva Dirección de Turismo y la Dirección de Cultura y Promoción Cívica.

5.6 Desarrollo del Guion Museográfico

Al empezar el diseño museográfico, se verifican las medidas de los objetos a exhibir, para diseñar las bases y vitrinas con el fin de su adecuado montaje. Para este, se utilizarán:

- Paneles: Las medidas variarán según el tema a exponerse y su ubicación puesto que estas no solo servirán como herramienta informativa sino también como paredes para dividir las áreas del museo. El material será de madera laurel.



- Mesas: Elaboradas de madera laurel para manipulación del objeto a exponerse.



- Cédulas: Las cédulas ya sean introductorias, individuales generales contendrán información legible.

Ilustración 10 Cédula introductoria



CONQUISTA ESPAÑOLA

Al gestarse el proceso del mestizaje, los españoles introdujeron nuevas especies vegetales y animales domésticos. A bordo de sus naves trajeron el ganado vacuno, porcino, caprino, bovino y equino. Gallinas y más aves de corral que se hermanaron con el pavo y los patos machacones. El aceite para freír los alimentos que los aborígenes preferían crudos, hervidos, horneados o asados.

También trajeron a los negros esclavos y en la costa enseñaron a sembrar y cosechar el arroz, la de azúcar y una variedad de plátano llamado dominico, cuya introducción se le atribuye a Fray Tomás de la Berlanga (descubridor accidental de las islas Galápagos), aunque todavía se discute la presencia anterior de otra variedad de plátano existente en la región amazónica de donde se habría extendido su cultivo.

Elaboración: Autora

Ilustración 11 Cédula individual



1950: CALDO DE MANGUERA

Las amas de casa guayaquileñas tenían por costumbre prepararles a los bomberos, cada 10 de octubre, grandes ollas con caldos y salchichas hechas de arroz y sangre cocinada.

Elaboración: Autora

Asimismo se proyecta a utilizarse otros elementos de diseño, tales como:

- Gigantografías: Elaboradas sobre lona plástica, el tamaño varía según lo que se va a mostrar.
- Réplicas: Recreaciones a escala natural de los utensilios y platos de comida.

5.6.1 Plano del Museo

Ilustración 12 Plano del Museo



Elaboración: Neosirys

5.7 Rubros pre-operacionales

Los rubros pre-operacionales en los cuales se invertirían serían los detallados a continuación:

- Contratación de personal administrativo y operativo.
- Adecuación de la casa: Diseño y montaje de la exposición.
- Permisos municipales, turísticos y de compañía para la operación de la institución.

5.8 Antecedentes de la infraestructura

En el 2009, año en el que los restauradores terminaron el rescate de la poca estructura que quedaba. Sus grandes ventanales con vista al río y la estructura de madera y caña se remontan a los años 1900.

Con tablonces de cedro se replicaron los portones y ventanales. Aunque no se conocía el color real, utilizaron técnicas modernas para revelar la verdadera identidad de la casona: verde claro en los ventanales y balcones, y rosado en la fachada. El piso y las losetas se reconstruyeron con madera de chanul. El equipo restaurador colocó tratamientos preservantes para garantizar una durabilidad de por lo menos 15 años.

Se mantuvo la tipología original de los patios centrales, que en los inicios de la casa llegaban hasta el río. Debajo de la edificación había un atracadero y junto a él, la habitación del canoero, que en la época se consideraba como el chofer de la familia.

Esta casa, fue la morada de fin de semana de Gabriel García Gómez, padre del ex presidente Gabriel García Moreno. En 1830 perteneció a Rosa Morán Butrón, y hacia 1950 pasó a Lidia Pintado Herrera, de ahí tomó el nombre.

Aunque se decía que en la casa habría habitado Antonio Neumane, quien creó la música del Himno Nacional, el italiano y su familia vivieron, a partir de 1866, en la edificación vecina conocida como la Casa Robles.

En la planta baja estaban ubicados los dormitorios. El principal tenía vista al río Guayas. Pequeños balcones con balaústres y pasamanos de madera conjugaban con el ambiente ribereño.

Un tragaluz une los dos pisos de la vivienda con la buhardilla. Se consideraba una chimenea de ventilación debido al clima tropical. Estaba ubicada entre la cocina y las bodegas.

La vivienda actualmente funciona como un centro de exposiciones, es un punto atractivo en la entrada. Desde ahí se dimensiona el espacio que era la sala principal y ahora puede adaptarse a un museo, parcialmente como biblioteca o una sala de propósitos múltiples, como exposiciones culturales y turísticas (La casa pintado tomó otro aire, 2009)

5.9 Presupuesto de financiamiento de la investigación

Tabla 8 Costo de la investigación

DESCRIPCIÓN		UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Estudios del proyecto	Asesoría técnica de arquitectura		800,00	800,00
	Asesoría Museológica y Museográfica	Sin costo por parte de la historiadora Jenny Estrada		
Línea Gráfica	Desarrollo de la marca		2.000,00	2.000,00
	Hojas membretadas (encuestas)	400	0,01	4,00
Movilización			50,00	50,00
Servicios	Consumo	4 meses	8,00	32,00

Básicos	Telefónico			
	Consumo eléctrico		5,00	20,00
	Servicio de internet		20,00	80,00
TOTAL			\$ 2.883,01	\$ 2.986,00

Elaboración: Autora

Cada uno de estos valores es un estimado de las actividades investigativas que se toman en cuenta antes de la puesta en marcha de la propuesta.

Actualmente el Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (CRESPIAL) promueve y apoya acciones de salvaguardia y protección del vasto patrimonio cultural inmaterial de los pueblos de América Latina. Por lo tanto por medio de los Fondos Concursables de proyectos se buscará financiar este estudio. (Ver anexo 3)

Expuesto esto, a partir de aquí empieza la parte de ejecución del proyecto, con la valiosa colaboración del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y el apoyo del Municipio de Guayaquil como institución gestora y promotora del desarrollo cultural y turístico.

La inversión inicial para su ejecución, administración y mantenimiento estará a cargo del Órgano Rector que acoja dicha propuesta, ya sea el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural u otra entidad pública.

5.10 Análisis de impactos

5.10.1 Económico

La implementación del Museo Gastronómico en la ciudad de Guayaquil, se convertirá en una nueva fuente de trabajo. Esto se refiere a la contratación de personal para el funcionamiento pre-operacional y durante su funcionamiento, tales

como historiadores, especialistas en diseñar museos, arquitectos, ingenieros, guías turísticos, fotógrafos, entre otros.

Además, este tipo de propuesta involucra la participación de organizaciones o entidades de los sectores culturales y turísticos ya sean públicas o privadas. Esto comprende, su inclusión en la planificación de las actividades, o el desarrollo y apoyo de las mismas, generando el crecimiento de la oferta laboral.

Aparte de los beneficios directos, se desprende el incremento en los consumos realizados por los turistas que visitan el museo con interés en el sector gastronómico, aumento de las ventas en restaurantes de comida típica.

5.10.2 Sociocultural

La presente propuesta se caracteriza por presentar un contenido que forma parte de la cultura de los guayaquileños. Y uno de los elementos más representativos de una cultura es su comida. El impacto generado a partir de la implementación de la misma influye tanto a los turistas como a la localidad que lo acoge, produciendo integración y concienciación de la identidad propia.

Su desarrollo fortalecerá el sentimiento de preservación de las tradiciones culinarias y su prolongación en el tiempo. El museo será el espacio que mantendrá vigente el legado ancestral de los sabores de la mesa porteña.

5.10.3 Ambiental

La ejecución de la propuesta no impacta directamente en el ambiente, sólo se mejoraría la estética del sitio donde se plantea su ubicación. Esto, involucraría un aumento en la circulación de personas alrededor del sitio ocasionando contaminación visual. Además, podría originar la posibilidad que el flujo de personas genere desechos.

5.11 Marketing mix

5.11.1 Producto

El Museo Gastronómico de Guayaquil por estar situado en una casa patrimonial le da al visitante un ambiente acogedor y hace el recorrido más informal, y a su vez influye positivamente en la experiencia del aprendizaje.



Ilustración 13 Fachada del museo

Además la exposición estará cuidadosamente presentada por un guía capacitado apoyado por materiales visuales tales como réplicas, imágenes, ilustraciones descriptivas y mapas.

Conjuntamente se pretende implementar nuevos soportes como pantallas touchscreen en cada área temática del museo para brindar un mejor servicio y así reforzar la experiencia de la visita al museo.



Ilustración 14 Pantalla touchscreen

5.11.2 Precio

La visita al museo será gratuita para la exposición permanente y se cobrará un módico valor dependiendo el tipo de exposición temporal que se prevea realizar y de acuerdo a los gastos de mantenimiento, promoción y publicidad.

Aquellos valores oscilarán entre uno a tres dólares, esto como resultado a que se brindarán degustaciones y para ello se necesita la contratación de servicio de catering.

5.11.3 Promoción

Considerando que el museo está planteado como una organización sin fines de lucro y propuesto para ser gestionado por alguna entidad pública, el mensaje

publicitario podrá estar incluido ventajosamente dentro de propagandas ya sea del Municipio de Guayaquil, el Ministerio de Turismo o el Ministerio de Cultura.

La publicidad que se realizará para el desarrollo del proyecto, se manejará estratégicamente por ser una nueva marca en el mercado, debido a que se pretende llegar a los ciudadanos y turistas nacionales e internacionales.

Para la creación de la marca se requirió la asesoría de una empresa gráfica, Neosirys, la cual tomó como referencia los colores que identifican a la ciudad de Guayaquil por referirse a la historia culinaria de esta.

Gráfico 8 Logotipo del museo



Elaboración: Neosirys

A su vez también se pretende la creación de una página web como herramienta fundamental de publicidad en internet, para a dar a conocer el Museo con su respectiva información general (misión, objetivos, servicios y ubicación de la institución) y específica (exhibiciones, galería de imágenes, videos y merchandising).

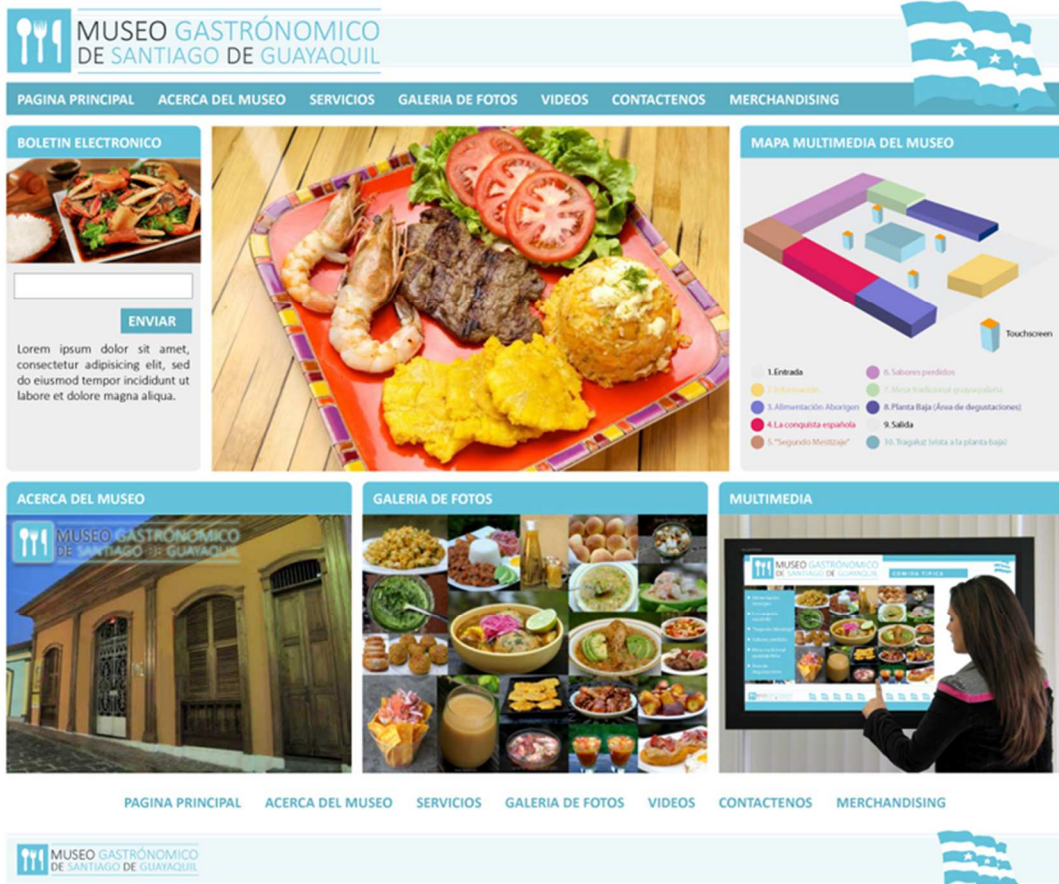


Ilustración 15 Diseño de la web

Otra manera de vender el museo, es la venta de productos con la imagen de la institución (merchandising). Los visitantes pueden adquirir lápices, bolsas de la compra, camisetas, jarrones, bolígrafos, pisapapeles, etc. con el que se proyecta acercar la cultura a los visitantes.



Ilustración 16 Merchandising

5.11.4 Plaza

En este caso pierde sentido aparente la política de distribución pues es el visitante el que acude al museo.

Una alternativa es la distribución de publicaciones donde detalle una reseña del contenido del museo y una breve historia del entorno que lo rodea. La opción será la página web, en la que se despliega la información de servicio y el programa de actividades que se prevea realizar.

CONCLUSIONES

La propuesta de un Museo Gastronómico aparece como un proyecto necesario desde el punto de vista de que la sociedad revalorice los sabores tradicionales que le fueron heredados y han quedado plasmados como patrimonio inmaterial valioso.

Actualmente no se cuenta con actividades culturales permanentes y resguardo del patrimonio inmaterial, así como su estudio específico para su adecuada difusión, por lo que la asistencia de turistas a dicho sitio es indudable.

La adecuada investigación de este patrimonio inmaterial y la constitución de una colección significativa se convierten en un gran aporte para atraer un turismo cultural a la localidad porteña. Como espacio educativo, su fin será el de servir de lugar para acercar y afirmar un importante elemento de la identidad cultural, un objetivo que por sí mismo ya forma una razón de peso para su creación.

Por ello su creación se plantea como un reto y una oportunidad para la defensa e investigación del acervo mencionado y, para la culminación de un espacio de interpretación y valoración de la historia de la mesa guayaquileña.

La ciudad cuenta con todos los medios necesarios, sean estos, humanos y físicos para desarrollar un proyecto de esta índole para beneficio de la comunidad. La defensa del patrimonio cultural conlleva a un turismo responsable puesto que busca el desarrollo de las comunidades, en este caso a revalorizar su identidad sin crear impactos sociales negativos.

RECOMENDACIONES

Para la acogida de esta propuesta es recomendable el trabajo en conjunto de instituciones encargadas del patrimonio cultural y del turismo local, de manera que ellos estén conscientes del beneficio que representa a la ciudadanía para su enriquecimiento cultural.

Así también se sugiere realizar una investigación más profunda respecto a la historia culinaria de la ciudad contando con el asesoramiento de historiadores. Esto permitirá ampliar la información expuesta en el museo.

Por tanto es meritorio promover actividades socioculturales que eduquen a la población tanto local como nacional para que se responsabilice respecto a la importancia que tiene conservar el patrimonio cultural.

Además, sería conveniente complementar la propuesta con la implementación de talleres de cocina criolla para poder obtener ingresos adicionales para su mantenimiento.

BIBLIOGRAFÍA

- Boylan, P. J. (2004). Comité Intergubernamental de la UNESCO para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural de Irak. *Cómo administrar un museo: Manual Práctico* (pág. 231). París: UNESCO.
- Castelli, A. (2008). Revista Museología e Patrimonio, Vol 1, No 1. *Revista Museología e Patrimonio*, 1(1).
- El Universo. (s.f.). Especiales, El Universo. *La historia del Sabor Guayaco*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: El Universo. Obtenido de La historia del Sabor Guayaco.
- Estrada, J. (2013). *Sabores de mi tierra*. Guayaquil.
- Expoflores. (28 de 12 de 2013). *Expoflores*. Obtenido de http://www.expoflores.com/index.php?option=com_content&view=article&id=757:analisis-economico-principales-indicadores-economicos-del-ecuador&catid=39:estudio-economico&Itemid=122
- Fernández, L. (1999). *Introducción a la nueva museología*. Madrid: Alianza Editorial Sa.
- Fernández, L. A. (1999). *Museología y museografía*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- Fernández, L., & García, I. (1999). *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*. Madrid: Alianza Forma.
- Fierro, M. (04 de Octubre de 2007). El caldo de salchicha, un plato que llegó con el cerdo y la gastronomía española. *El Universo*, pág. 1.
- Gandara, J. M., Gimenes, M., & Mascarenhas, R. (2009). *Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos*. Sao Paulo: Manole, Barueri.
- Giménez, G. (2000). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.
- Guevara Avilés, C. (2013). Gestión del patrimonio cultural. *Reunión Anual de Etnología*.
- Hoyos Galarza, M. D. (2011). *Guayaquil 1880-1920. Historias, costumbres y recuerdos de una generación inolvidable*. Guayaquil.
- ICOM. (2004). *Código de deontología del ICOM para museos*. Seúl: UNESCO.

- International Council of Museum.* (2007). Obtenido de icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/
- La casa pintado tomó otro aire. (19 de Septiembre de 2009). *El Comercio*.
- León, A. (1995). *El museo: teoría, praxis y utopía*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Linarez Pérez, J. C. (2008). El museo, la museología y la fuente de información museística. *ACIMED*, 17(4).
- Matsuzono, M. (2004). Conferencia General del ICOM. *Museos, patrimonio cultural inmaterial y el espíritu de la humanidad*. Seoul.
- Michael Hall, C., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Amsterdam; Boston: Butterworth-Heinemann/Elsevier, Oxford.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio.* (s.f.). Obtenido de www.museos.gob.ec/siem/index.php/component/content/frontpage
- Pereira Pérez, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare*, 15(1), 15-29.
- Quintero Rizzuto, L., & Gallardo Guillén, L. C. (2008). La estrategia de desarrollo local en el contexto de la globalización. *Aldea Mundo*, 39-48.
- Ribeiro Cruz, M. S., & Netto Simoes, M. d. (Diciembre de 2010). *Patrimonio cultural gastronómico y políticas públicas: Inmigración, hibridación e interculturalidad*. Obtenido de *Estud. perspect. tur.*: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000600015&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1851-1732.
- Soler Pujals, P. (2001). *Investigación de mercados*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Tnews.* (24 de 03 de 2011). Obtenido de News about Tourism in Peru: http://www.tnews.com.pe/not_am/nm240311.htm
- Ulrich, B. (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós.
- UNESCO. (1982). Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. *Declaración de México sobre las Políticas Culturales*. México D.F.

- UNESCO. (2003). Conferencia General de la UNESCO. *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial* . Paris.
- Urtizberea, I. A. (2008). La Nueva Museología, el patrimonio cultural y la participación ciudadana a debate. *Participación ciudadana, patrimonio cultural y museos: entre la teoría y la praxis*, 13.
- Varine-Bohan, H. (1979). *Los museos en el mundo*. Barcelona: Salvat Editores.
- Verhaar, J., & Meeter, H. (1989). *Project model exhibitions*. Reinwardt Academie.
- Vivanco, M. (2005). *Muestreo estadístico. Diseño y aplicaciones*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Whitman, M. (17 de Junio de 2013). *The Daily Meal*. Obtenido de www.thedailymeal.com/world-s-10-tastiest-food-museums
- Wiesner Yagual, M. (28 de Julio de 2012). Las Peñas, un barrio con reminiscencia. *El Universo*.
- Wolf, E. (2013). The New Wave in Food Tourism. *World Food Travel Summit*. Portland, Oregon.

ANEXOS

ANEXO 1



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

FORMATO DE LA ENCUESTA

El objetivo de la presente encuesta es determinar si las personas conocen y están interesadas en la historia de la gastronomía guayaquileña.

SEXO: F M

EDAD: 18 - 25 41 - 47
26 - 33 48 - 55
34 - 40 Más de 56

1. ¿Cree Ud. que la identidad gastronómica guayaquileña se ha ido perdiendo a lo largo del tiempo?

SI NO

2. ¿Conoce el origen y procedencia de los platos típicos de Guayaquil?

SI NO

3. ¿Cuáles Ud. considera los platos típicos de Guayaquil? Mencione 5.

4. ¿Cree Ud. que las ferias gastronómicas son suficientes para mantener la tradición de la comida guayaquileña?

SI NO

5. ¿Le gustaría conocer el origen de estos platos típicos?

SI NO

6. ¿Cuál cree Ud. es el mecanismo más importante que se deba implementar para fortalecer la identidad gastronómica guayaquileña?

Informativos en medios de comunicación

Museo Gastronómico

Exposiciones o eventos

7. ¿Considera la gastronomía como identidad del país?

SI NO

8. ¿Visitaría un Museo Gastronómico?

SI NO

ANEXO 2



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

ENTREVISTA

Dirigida a historiadora guayaquileña Jenny Estrada

Reunión establecida dada su labor como historiadora y ser promotora de la identidad cultural. Se prefirió realizar una entrevista de tipo no estructurada debido a la facilidad de tratar más profundamente los temas en discusión.

1. Noción de la identidad guayaquileña
2. La globalización y pérdida de las costumbres gastronómicas
3. Cultura gastronómica en los guayaquileños
4. Platos que identifican al guayaquileño
5. Importancia de la creación de un Museo Gastronómico de Guayaquil

Además de contenidos afines con la alimentación guayaquileña se trataron temas relacionados con el diseño de la propuesta, dicha asesoría se ve plasmada en el desarrollo de la investigación.

Fondos Concursables de proyectos para la salvaguardia del PCI 2013

Recepción de proyectos
Del 05 de abril al 15 de agosto de 2013

Publicación de resultados
Noviembre 2013

CRESPIAL invita a postular a los "Fondos Concursables de proyectos para la Salvaguardia del PCI - 2013", que busca financiar, total o parcialmente, proyectos de iniciativa social vinculados a la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de Latinoamérica.

Los Fondos Concursables están dirigidos a portadores y gestores del PCI, instituciones públicas y privadas, así como a la sociedad civil en general.

CATEGORÍAS

- *Proyectos de investigación en PCI:* Se valoran los estudios académicos, técnicos, artísticos y culturales, vinculados a la salvaguardia del PCI en Latinoamérica.

- *Proyectos de salvaguardia en PCI:* Se valoran las propuestas que soliciten fondos para el inicio de programas, proyectos y actividades que promuevan la salvaguardia del PCI y la participación comunitaria.

FONDOS

El monto máximo financiado por el CRESPIAL para cada proyecto presentado es de US\$ 10.000 (Diez mil dólares americanos). Se entregarán 03 (tres) financiamientos para investigación en PCI, y 03 (tres) financiamientos para salvaguardia en PCI.

INSCRIPCIÓN Y ENVÍO DE DOCUMENTOS

Los postulantes pueden enviar su proyecto al siguiente correo: convocatorias@crespial.org, especificando, en el campo de asunto, el siguiente texto: FONDOS CONCURSABLES DE PROYECTOS 2013, o pueden hacerlo llegar, de manera física al siguiente correo postal:

CRESPIAL

Fondos Concursables de Proyectos para la Salvaguardia del PCI 2013
Calle Maruri s/n. 2º Piso, Complejo Kusicancha
Cusco - Perú
Tel. (51) 84 - 242011



Roda de Casildo Valongo
Foto: CRESPIAL/BFV/Maria Buzanovsky



Más información y bases en:
www.crespial.org

Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina