

**Gastronomía en el sector Rompeolas–Humboldt
en General Villamil Playas 2024–2025**

**Gastronomy in the breakwater sector–
Humboldt in General Villamil Playas 2024–2025**

Mishelle Stephany Acosta-Alvarado¹
Universidad Estatal Península de Santa Elena
stephanyacosta02@gmail.com

Jennifer Mabel Criollo-Suarez²
Universidad Estatal Península de Santa Elena
mabelcriollos@gmail.com

Juliana Stefania Garcia-Medina³
Universidad Estatal Península de Santa Elena
julianagarciaupse.2030@gmail.com

Dalia Andrea Jordán-Crespín⁴
Universidad Estatal Península de Santa Elena
daliajcrespin@gmail.com

Hugo Agustín Álvarez-Plua⁵
Universidad Estatal Península de Santa Elena
Hugoalvarez19@yahoo.com

doi.org/10.33386/593dp.2025.4.3350

V10-N4 (jul) 2025, pp 1406-1425 | Recibido: 27 de julio del 2025 - Aceptado: 25 de agosto del 2025 (2 ronda rev.)

1 ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7598-2894>. Estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas en carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

2 ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5391-7348>. Estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas en carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

3 ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-7493-6657>. Estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas en carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

4 ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3778-3718>. Estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas en carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

5 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0176-1314>. Economista, una maestría en educación superior, Diplomado en Pedagogía Universitaria, un MBA, docente titular de la UPSE, Docente investigador.

Cómo citar este artículo en norma APA:

Acosta-Alvarado, M., Criollo-Suarez, J., García-Medina, J., Jordán-Crespín, D., & Álvarez-Plua, H., (2025). Gastronomía en el sector Rompeolas–Humboldt en General Villamil Playas 2024–2025. 593 Digital Publisher CEIT, 10(4), 1406-1425, <https://doi.org/10.33386/593dp.2025.4.3350>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

El presente artículo aborda el análisis del potencial turístico de la gastronomía en el sector Rompeolas–Humboldt del cantón General Villamil Playas, durante el periodo 2024–2025. A través de una investigación bibliográfica y fuentes académicas, se identificaron los principales recursos gastronómicos del área, destacando la riqueza culinaria basada en mariscos frescos y recetas tradicionales costeñas. Al igual que se examinó el papel de los establecimientos locales como los promotores de experiencias turísticas auténticas, con especial atención a restaurantes ubicados frente al mar que se ha convertido en puntos de referencia para los visitantes. El estudio ha revelado que la gastronomía constituye un elemento clave en la identidad cultural y en la diversificación de la oferta turística de la localidad. Entre los hallazgos más relevantes, se resalta la necesidad de fortalecer estrategias de promoción, capacitación del personal y la articulación institucional para posicionar el destino como un referente de turismo gastronómico sostenible. Finalmente, se propone la integración de rutas gastronómicas y festivales culinarios como mecanismos efectivos para impulsar el desarrollo económico local a partir de los saberes y sabores de la comunidad.

Palabras clave: gastronomía; turismo gastronómico; desarrollo local; recursos culinarios; Playas Villamil.

ABSTRACT

This article analyzes the tourism potential of gastronomy in the Rompeolas–Humboldt sector of the General Villamil Playas canton during the period 2024–2025. Through bibliographic research and academic sources, the main gastronomic resources of the area were identified, highlighting the culinary richness based on fresh seafood and traditional coastal recipes. The role of local establishments as promoters of authentic tourist experiences was also examined, with special attention given to seaside restaurants that have become landmarks for visitors. The study revealed that gastronomy is a key element in the cultural identity and diversification of the town's tourist offerings. Among the most relevant findings, the need to strengthen promotion strategies, staff training, and institutional coordination to position the destination as a benchmark for sustainable gastronomic tourism was highlighted. Finally, the integration of gastronomic routes and culinary festivals was proposed as effective mechanisms to boost local economic development based on the knowledge and flavors of the community.

Key words: gastronomy; gastronomic tourism; local development; culinary resources; Playas Villamil.

Introducción

Según Nicolalde Barrios (2016) la gastronomía local representa un componente esencial en la construcción de la identidad cultural de los destinos turísticos, al igual que el tiempo actúa como el motor principal para el desarrollo económico de las comunidades receptoras. En este contexto, en el cantón General Villamil Playas, dentro del sector Rompeolas–Humboldt, su oferta culinaria se basa en productos del mar la cual conforma un atractivo estratégico que aún no ha sido explorado al máximo desde la perspectiva integral y sostenible.

Pese al creciente interés por el turismo gastronómico en Ecuador, existen zonas específicas donde la infraestructura, promoción y articulación entre actores turísticos es débil, lo que limita el aprovechamiento de los recursos gastronómicos. En esta situación en el sector Rompeolas–Humboldt, se observa una amplia oferta de establecimientos reconocidos y con una variedad de platos turísticos, pero hay una falta de gestión coordinada que ayude a convertir los elementos en experiencias turísticas. El desaprovechamiento de este potencial constituye un desafío, pero también una oportunidad para generar empleo, competitividad y sostenibilidad (Comercio, 2019).

En este marco, la presente investigación busca responder a la pregunta: ¿Cómo influye el aprovechamiento del potencial gastronómico en el desarrollo turístico del sector Rompeolas–Humboldt en General Villamil Playas durante el periodo 2024–2025? El objetivo principal es analizar e identificar los recursos gastronómicos del sector y proponer estrategias que fortalezcan la planificación turística local.

Marco Teórico

La gastronomía como atractivo turístico no se limita al consumo de alimentos: constituye una experiencia, cultural, sensorial y emocional. Según Córdova-Buiza (2021), la motivación y satisfacción del turista gastronómico son determinantes para fortalecer la experiencia global, lo que obliga a diseñar productos

diferenciados para los distintos perfiles de los visitantes. En esta misma línea, Carvache-Franco (2022) evidencio que las motivaciones gastronómicas predicen de manera significativa el nivel de satisfacción del visitante en destinos costeros ecuatorianos como Playas. Asimismo, estudios sobre el patrimonio gastronómico en Ecuador (Marco David, Gladys Lola, & Gerardo Javier, 2022) demuestran que la cocina local es un eje fundamental para el desarrollo sostenible y la competitividad territorial.

De igual manera, investigaciones internacionales han resaltado la gastronomía como contribución de identidad nacional y al posicionamiento de los destinos turísticos. En Perú, (Huamanchumo, Rojas, López, & Jarama, 2022) identifico que la gastronomía tiene una relación directa sobre la lealtad del visitante, demostrando que el consumo culinario puede fomentar fidelización y repetición de viajes. En Colombia y México, se han documentado practicas sostenibles en el turismo gastronómico que integran la dimensión ambiental y social como factores clave para generar mayor competitividad (Roger Badín, Noemí Emperatriz, Gladys Marleny, & Alma Rafaela, 2024). Estas experiencias ofrecen lecciones útiles para Ecuador, donde el turismo gastronómico aún se encuentra en proceso de consolidación.

General Villamil Playas

General Villamil Playas o conocido también como “Playas”, es uno de los distintos sitios turísticos más visitado de la provincia de Guayas. Su clima cálido, sus playas extensas y la amabilidad de la gente lo convierten en el lugar atractivo para el turista nacional e internacional. Gracias a su cercanía con Guayaquil le da un posicionamiento estratégico que favorece el desarrollo económico local a través del turismo. Playas ha sabido combinar las bellezas naturales con la actividad pesquera y gastronómica, generando una identidad cultural muy valorada y marcada.

Importancia de la Gastronomía en la actividad turística

La gastronomía desempeña un papel clave en la experiencia de los turistas, debido a que se conecten con la cultura, historia y las tradiciones del destino que se visite. Más allá del consumo de alimentos, al comer en un lugar nuevo automáticamente se convierte en una experiencia sensorial y emocional. Una buena oferta gastronómica ayudara a motivar repetidas visitas, prolongar su estadía y aumentar el gasto turístico. Por ello, cada vez más destinos buscan fortalecer su identidad culinaria como parte estratégica del desarrollo turístico sostenible.

Gastronomía en el sector Rompeolas

Para García Tuarez y Sánchez Quispe (2021) en el sector Rompeolas que está ubicado en General Villamil Playas, es una zona de las zonas más visitadas por turistas nacionales e internacionales debido a su amplia oferta gastronómica basada principalmente en productos del mar. En esta área se encuentran cabañas y restaurantes que destacan por ofrecer platos típicos elaborados con ingredientes frescos, como ceviches, cazuelas y arroz marinerero. La gastronomía local se ha convertido en uno de los principales atractivos turísticos del cantón.

El sector Rompeolas de Playas se destaca por su intensa actividad gastronómica, ubicado frente al mar ofreciendo una experiencia culinaria que se liga con el entorno costero, tales como: platos frescos, cocinados al momento y con ingredientes locales. Donde los viajeros puedan disfrutar de la gastronomía mientras disfrutan de la vista al mar o se divierten en ella, la cual hace que la comida se eleve por la experiencia acompañada. Además, gracias a los restaurantes que están arraigados en tradiciones familiares y locales, aportando a la autenticidad de la oferta. (Laria, 2023)

Tabla 1

Tipos de restaurantes

Establecimiento	Ubicación
Comedor Lorenita	Ubicación en el mapa https://maps.app.goo.gl/Mityo6jxtAY7Z5VK9 Malecón, Gral. Villamil Horario de atención: Lunes a domingo, 09h00 – 17h30 Platos destacados: Corvina entera, ceviche mixto, camarones apanados Precio promedio: \$6 – \$10
Restaurante Paradise Beach	Ubicación en el mapa https://maps.app.goo.gl/3A1eb1PbxRPfjmY76 Línea 1, Gral. Villamil 092202 Teléfono: 0992168705 Horario de atención: Todos los días, 08h00 – 19h00 Platos destacados: Ceviche de camarón, dedos de pescado, arroz marinerero Precio promedio: \$8 – \$15
Aquí es Magdalena – Playas Villamil	Ubicación en el mapa: https://maps.app.goo.gl/7nGCCcK7U7MuNbTU8 9J62+WCQ, Gral. Villamil. Teléfono: 0981267767 Horario de atención: Sábado y domingo 08h00 – 18h00 Platos destacados: Pikeos, bolones, empanadas, corviches, encocao mixto Precio promedio: \$10 – \$18
Juan Ostras	Ubicación en el mapa https://maps.app.goo.gl/8QhQ75gHjnx6GuV8 Teléfono: 0991407215 Horario de atención: Viernes a domingo 10h00 – 21h30 Platos destacados: Volcán de mariscos, ostra gratinada, ceviche mixto ecuatoriano, arroz marinerero, ostras en crema de ajo Precio promedio: \$10 – \$15
La esquina de los Sabores del Mar	Ubicación en el mapa: https://maps.app.goo.gl/v8CxxRJGN6boc2Q8 9J95+CGM, y, Av. Pedro Menéndez Gilbert & Av. La Merced, Gral. Villamil Horario de atención: Lunes a sábado 07h00 – 15h00 Platos destacados: Encebollado, encebollado mixto, ceviche mixto, cazuela de pescado Precio promedio: \$6 – \$11
Delicias express resto bat	Ubicación en el mapa: https://maps.app.goo.gl/6EN4BEZRtHkjrqaG6 9J65+MVG malecón de playas, Av. Jambelí, Gral. Villamil Teléfono: 0961769166 Horario de atención: Todos los días 15h00 – 12h00 a.m. Platos destacados: Encebollado, ceviche mixto, arroz con pescado frito Precio promedio: \$5 – \$9
Kiosco del Gordo Daniel	Ubicación en el mapa: https://maps.app.goo.gl/XtXh31BE93JP9mbP6 Km 5, Vía Data, Gral. Villamil Teléfono: 0968738584 Horario de atención: Miércoles – jueves 13h00 – 20h00 Viernes a domingo 11h00 – 22h00 Platos destacados: Sandwich de langosta, picaña, matahambre a la fugazzeta, matambre con miel Precio promedio: \$10 – \$15
Cevichería Perilita 2	Ubicación en el mapa: https://maps.app.goo.gl/b7HUWnoxDUgYiEQQA Av. Jaime Roldós Aguilera 100, Gral. Villamil Teléfono: 0960623375 Horario de atención: Lunes, miércoles, jueves y domingo 09h00 – 23h00 Martes, viernes y sábado 24 horas Platos destacados: Camarones reventados, arroz con cangrejo, arroz con camarones Precio promedio: \$5 – \$10

Elaborado por Criollo Mabel; Acosta Stephany;
García Juliana; Jordán Crespín

Platos representativos del cantón Playas

Según Nicolalde Barrios (2016) entre los platos más representativos de la zona se destacan el ceviche de camarón, pescado o concha; el arroz marinero (elaborado de una combinación de mariscos frescos); la cazuela de mariscos (preparada con plátano verde y mariscos); el pescado frito o asado (común la Corvina); el encebollado de albacora (sopa caliente con yuca y cebolla curtida). Estas preparaciones son esenciales para la identificar culinaria del cantón, promoviendo el turismo gastronómico y el desarrollo económico local.

Estos platos son preparados con productos frescos, obtenidos localmente, la cual garantiza calidad y sabor, al igual que su presentación demuestra un estilo tradicional que conecta con los visitantes, entre sus platos más representativos se destacan los ceviches en todas sus presentaciones (camarón, pescado, concha y ostra), la cazuela de mariscos, el arroz marinero, pescado frito o apanado y encebollado. Adicional a ello la langosta tiene un lugar importante en la gastronomía playasense, tales como langosta al ajillo o asada.

Tabla 2

Oferta Gastronómica Global de General Villamil Playas

Sopa Chuhueco	Cazuela Mixta	Cazuela de Camarón
Ceviche de Pescado	Arroz con Camarón	Arroz Marinero
Ceviche de Ostión	Arroz con Cangrejo	Ceviche de Concha
Ceviche de Cangrejo	Camarones al Ajillo	Arroz con Concha
Ceviche de Langostino	Ostión Gratinado	Encocado de Pescado
Cazuela de Pescado	Sopa de Camarón	Ceviche de Calamar
Cazuela Marinera	Calamar Apanado	Ceviche Mixto
Arroz con Calamar	Chicharrón de Pescado	Pescado Frito
Arroz Mixto	Ensalada de Langostino	Ensalada de Camarón
Camarones Apanados	Decena de Ostiones al Natural	Encocado Marinero
Ostra Natural	Langostinos a la Plancha	Encocado de Camarón
Sango de Camarón	Ensalada de Cangrejo	Tortilla de Ostión
Tortilla de Cangrejo	Camarones Reventados	Ostras Gratinadas
Docenas de Conchas Asadas	Ensalada de Pangora	Sopa Marinera
Arroz con Filete de Dorado	Ensalada de Langosta	Tortilla de Ostra
Langosta a la Plancha	Encocado de Cangrejo	Ensalada Mixta
Sopa de Queso	Arroz con Menestra	Ceviche de Camarón
Tortilla de Camarón	Ceviche de Ostra	Ceviche de Pata de Mula
Tortilla Mixta	Ceviche de Caracol	Arroz con Filete Corvina

Elaborado por Nicolalde, Lidice 2007

Potencial turístico de la gastronomía local

Según Morocho Chacasaguay (2024), el estudio realizado en el cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi, evaluó el potencial del turismo gastronómico mediante metodologías adaptadas al ministerio de turismo de Ecuador. Se identificaron 14 platos tradicionales, de los cuales nueve destacaron por su relevancia cultural y aceptación entre los visitantes. La investigación concluyó que la gastronomía local pueda ser aprovechada para el desarrollo turístico del cantón recomendando la creación y promoción de productos turísticos gastronómicos para atraer más turistas y visitantes.

La gastronomía playasense tiene un gran potencial turístico, ya sea por su autenticidad, variedad y conexión con el entorno marino. Si se aprovecha este recurso al máximo, se puede atraer más a visitantes, permitiendo generar valor económico y cultural para la comunidad. Para ello se debe fortalecer la cadena de valor culinario, desde el producto hasta el chef, promoviendo así prácticas sostenibles, capacitación en atención al cliente y promoción del destino

Identificación de recursos gastronómicos

Para Montalván y Cabrero (2020) Ecuador posee una diversidad de recursos culinarios que reflejan sus distintas regiones biogeográficas: la Costa del Océano Pacífico, Los Andes y la Selva Amazónica. Esta variedad permite elaborar una amplia gama de platos autóctonos, lo que constituye un potencial turístico significativo. La cocina ecuatoriana, al integrar ingredientes y técnicas de estas regiones, ofrece una experiencia culinaria única que puede ser aprovechada para atraer turistas interesados en la cultura y la gastronomía del país.

La identificación de los recursos gastronómicos implica reconocer los ingredientes autóctonos, los saberes culinarios locales y las prácticas tradicionales de la identidad alimentaria de la región. Para Playas, este recurso consiste en los mariscos frescos, las técnicas de cocción como el asado a la brasa y el uso de los condimentos. Reconocer estos alimentos permitirá planificar y estructurar mejor los productos turísticos, diseñar rutas culinarias y experiencias atractivas para el turista.

Gastronomía como atractivo turístico primario

En algunos casos, la gastronomía ya no es solo un complemento del turismo, sino que es un motivo principal de viaje. En el cantón playasense, la riqueza de su cocina se podría posicionar como el atractivo primario, es decir, la razón del por cual muchos turistas visitarían al cantón, para ello, se exige una visión estratégica por parte de las autoridades y los actores turísticos, donde la gastronomía sea vista como

el eje central del desarrollo económico, cultural y social del territorio.

En conjunto la literatura revisada permite comprender que la gastronomía no es únicamente un complemento de actividades turísticas, sino que es un motor, que, con una buena gestión, puede aportar la diversificación de la oferta, desarrollo sostenible y la construcción de una identidad cultural sólida en General Villamil Playas.

Metodología

Metodología aplicada

La presente investigación se enmarca un enfoque mixto, integrando técnicas cualitativas y cuantitativas, con el propósito de comprender tanto las percepciones subjetivas de los visitantes como los datos estadísticos que reflejan tendencias generales de consumo. El diseño que se adoptó fue tipo descriptiva y de campo, puesto que se buscó observar directamente el fenómeno en su contexto natural y describir las características de la oferta gastronómica del sector Rompeolas-Humboldt en General Villamil Playas.

Este enfoque permite examinar las características, prácticas y percepciones que rodean a la oferta culinaria en el sector Rompeolas de General Villamil Playas, identificando su relevancia dentro del contexto turístico local. Las principales fuentes de información fueron fuentes bibliográficas tales como la revisión bibliográfica y documental, consultando fuentes académicas, institucionales y digitales para contextualizar el potencial turístico de la gastronomía ecuatoriana, identificando patrones que se relacionen con el caso del cantón Playas con experiencias similares en otros destinos del país.

En el plano cualitativo, se utilizó la observación directa como técnica fundamental para captar la interacción entre turistas y prestadores de servicios, los modos de presentación de los platos, las prácticas de atención al cliente y las condiciones del espacio gastronómico. Esta técnica permitió

complementar la información estadística con descripciones detalladas de la dinámica social y cultural que se genera en torno a la gastronomía local.

En el plano cuantitativo, el principal instrumento fue un cuestionario estructurado compuesto por 15 ítems, que incluían preguntas cerradas de opción múltiple y preguntas cerradas para obtener una amplia apreciación de los visitantes. Este instrumento se diseñó tomando como referencia estudios previos sobre el turismo gastronómico en Ecuador. Los datos recolectados fueron sistematizados y analizados utilizando herramientas estadísticas básicas, como tablas de frecuencia y gráficos comparativos.

Se llevó a cabo una prueba piloto con cinco visitantes del sector, cuyos resultados confirmaron la claridad del lenguaje y la pertinencia de los ítems. El análisis de la información se realizó mediante la tabulación de frecuencias absolutas y relativas, así como el diseño de graficas comparativas en Excel, lo que permitió visualizar las principales tendencias. Los datos cualitativos obtenidos de la observación directa y de las preguntas abiertas fueron analizados a través de categorías temáticas emergentes, lo que aportó a una visión más amplia del fenómeno.

Desarrollo

Sujetos de estudios

La muestra del presente estudio estuvo compuesta por un total de 400 encuestados, seleccionados de manera intencionada en el sector Rompeolas–Humboldt de General Villamil Playas, durante los fines de semana del mes de junio del presente año 2025. Del total de participantes, el 52% correspondió a mujeres y el 48% a hombres, lo que evidencia una participación equilibrada por género. En cuanto a la edad, los encuestados se distribuyeron en 3 rangos principales:

18 a 30 años: 40%

31 a 50 años: 45%

Mayores a 50 años: 15%

La encuesta tuvo como finalidad conocer aspectos claves tales como: la percepción de la calidad gastronómica, grado de satisfacción, la recomendación que darían del establecimiento hacia otras personas, y si la oferta gastronómica influye en la elección de elegir a Playas como destino turístico. Los resultados obtenidos nos permitieron identificar que el 75% de los encuestados reconoció la gastronomía playasense como un factor determinante para visitar la localidad, mientras que el 60% destaco el

Además de las encuestas, se emplearon fuentes bibliográficas y documentales como sustento teórico para el estudio. Las cuales fueron investigaciones académicas, artículos científicos y gastronomía ecuatoriana. Este enfoque nos permitió contrastar la percepción del visitante con estudios previos sobre el potencial turístico de la gastronomía.

Técnicas utilizadas

Se aplicó técnicas metodológicas que permitieron a recopilar, organizar y analizar la información relacionada a la oferta gastronómica en el sector Rompeolas–Humboldt, su vínculo con la actividad turística y la percepción del visitante.

Una de las técnicas principales fue la encuesta estructurada aplicada a turistas que frecuentan el sector. Permitted recopilar información cuantitativa de primera mano sobre variables como: la percepción de la calidad gastronómica, grado de satisfacción, la recomendación que darían del establecimiento hacia otras personas. Las encuestas fueron diseñadas con preguntas cerradas, lo cual facilitó el análisis estadístico posterior.

Asimismo, se empleó la observación directa no participativa, es decir, aplicada en restaurantes y cabañas gastronómicas del sector, sirvió para identificar patrones de consumo,

tiempos de atención, prácticas de servicio y calidad en la presentación de los platos. Esta técnica aportó un registro objetivo de situaciones cotidianas, complementando los resultados de las encuestas.

Además, se desarrolló un inventario gastronómico del sector tomado de la publicación de Nicoldalde, Lidice donde se clasifica los platillos más ofertados. Este inventario sirvió como herramienta de diagnóstico para establecer el nivel de diversidad, autenticidad y sostenibilidad de la oferta culinaria.

Finalmente, se aplicó la revisión bibliografía y documental, que permitió contextualizar los hallazgos empíricos con estudios previos relacionados con el turismo gastronómico, el desarrollo local y la gestión de destinos en la zona costera del Ecuador. Fue fundamental para establecer un marco teórico sólido y justificar la relevancia del estudio.

Procedimientos de recolección de datos

Para garantizar la validez y pertinencia de la información obtenida, la recolección de datos en este estudio se desarrolló mediante un enfoque mixto, combinando herramientas cuantitativas, el proceso se estructuró en las 3 fases principales: planificación, aplicación en campo y sistematización de resultados.

Observación ordinaria

La observación ordinaria o directa es una técnica complementaria en la recolección de datos, su propósito fue registrar de manera directa y no intrusiva los aspectos relacionados con la oferta gastronómica y la experiencia del consumidor en el sector Rompeolas–Humboldt. Durante. A diferencia de la encuesta, que se centra en la percepción declarada por los turistas, permitió identificar los comportamientos y dinámicas que no son expresadas verbalmente, pero que inciden de manera significativa en la calidad de los servicios.

Esta técnica se lo aplicó durante varios recorridos en días de semana, fines de semana y feriado, con el fin de captar las distintas

condiciones de afluencia turística. Se efectuó en restaurantes, cabañas y puestos de comida del sector. Se enfocó en elementos como: presentación de los platos, tiempo de atención, interacción entre prestadores de servicio y clientes, condiciones de higiene, ambiente general del establecimiento.

Este procedimiento permitió identificar las fortalezas como la frescura de los mariscos y la autenticidad en la preparación de los platos típicos, así como las debilidades que se relacionan con la presentación gastronómica y la atención al cliente, que posteriormente se confirmaron con los resultados obtenidos de las encuestas.

Encuesta

La técnica de encuestas fue la técnica principal de recolección de datos aplicada en este estudio. Orientada a conocer de manera directa las percepciones, motivaciones y niveles de satisfacción de los visitantes en relación con la oferta gastronómica del sector Rompeolas–Humboldt.

El cuestionario estuvo conformado por 15 preguntas, distribuidas en 3 bloques temáticos: **Datos sociodemográfico** (edad, procedencia, tipo de acompañante); **percepción de la gastronomía** (calidad, frescura, autenticidad, atención al cliente, presentación de platos); **motivaciones y expectativas** (razones de visita, disposición a participar en actividades gastronómicas, nivel de satisfacción general)

La encuesta fue dirigida a una muestra de 400 visitantes, turistas nacionales y locales que visitaron el sector Rompeolas durante fines de semana, seleccionados mediante un muestro no probabilístico por conveniencia, considerando aquellos que se encontraban en el sector en horarios de mayor afluencia turística. Se priorizó la diversidad de perfiles, incluyendo familias, parejas, grupos de amigos y visitantes individuales.

La aplicación se realizó de manera presencial, con el apoyo de los encuestadores previamente capacitados, quienes garantizaron

un trato cordial y explicación claro de los objetivos de la investigación. El tiempo promedio de respuesta por persona fue de 5 a 10 minutos. Para asegurar la veracidad y confiabilidad de la información, se aplicó un protocolo de ética investigativa, en el que se informó a los encuestados sobre la finalidad académica del estudio y se respetó la confidencialidad de los datos personales.

Los resultados de estas encuestas constituyen la base principal del análisis cuantitativo, complementados con la información cualitativa obtenida mediante la observación directa, lo que permite ofrecer una visión integral del estudio investigado.

Inventario

Se desarrolló un inventario descriptivo de los recursos gastronómicos del sector, que incluyó la categorización de los establecimientos según el tipo de oferta (mariscos, platos típicos mixtos, especialidades locales), nombre comercial, ubicación, horario de atención, platos destacados y precios promedio. Esta herramienta permitió consolidar tener un registro de la diversidad y riquezas culinarias del sector.

Características de General Villamil Playas

Aspectos geográficos

General Villamil Playas, comúnmente conocida como “Playas”, es un cantón costero ubicado al suroeste de la provincia del Guayas, en la región litoral del Ecuador. Está ubicado a 97 Km de la ciudad de Guayaquil convirtiéndolo en un destino turístico de fácil acceso, especialmente para los visitantes nacionales. El cantón es parte del perfil costero del país, que cuenta con unas extensas playas, una rica biodiversidad marina y un entorno cultural ligado a las tradiciones pesqueras y gastronómicas. (Playas, 2025).

El cantón se limita al oeste del Océano Pacífico, con una identidad marítima y pesquera. Su territorio abarca las zonas urbanas, las áreas rurales y espacios naturales como manglares y playas abiertas. El clima que predomina es el tropical seco que oscila entre los 24°C y 32°C

durante todo el año, favoreciendo la actividad turística en cualquier estación. El sector Rompeolas–Humboldt ubicada en la zona de mayor desarrollo turístico, caracterizada por su cercanía al malecón, accesibilidad peatonal y concentración de restaurantes especializados en mariscos.

Análisis del destino

Playas es considerado como uno de los destinos del sol y playas más visitados en la costa ecuatoriana. Su principal atractivo radica en la combinación de paisajes naturales, actividades recreativas y la destacada oferta gastronómica que se basa en los productos marinos. La infraestructura turística ha evolucionado en los últimos años, con mejoras en las vías de acceso, servicios de alojamiento, restaurantes y servicios complementarios. Sin embargo, existen desafíos en términos de sostenibilidad, ordenamiento territorial y la promoción de una identidad turística.

Actividades Económicas

La economía local de General Villamil Playas gira en torno a los 3 ejes principales: el turismo, la pesca artesanal y el comercio. Durante la temporada alta, los ingresos en el turismo son una representación de fuente significativamente al empleo directo e indirecto para la población. En los últimos años, la gastronomía se ha posicionado como un elemento clave para dinamizar el sector, siendo los restaurantes locales y las cadenas de comida marina como parte del ecosistema económico principal.

Análisis demográficos

Según datos recientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010) el cantón cuenta con una población que supera los 40.000 habitantes, con una tendencia de crecimiento moderada. La mayoría de la población se concentra en la zona urbana, donde se encuentran los principales servicios y zonas comerciales. Existe una presencia de adultos mayores, jóvenes emprendedores y trabajadores migrantes que se vinculan a la actividad turística.

Contextualización Económica

Playas ha experimentado un crecimiento en su oferta económica local, pasando de ser un pueblo pesquero a un cantón con potencial turístico. El turismo gastronómico, ha tenido un eje importante para el aumento del consumo de mariscos frescos, la innovación culinaria de los cocineros y el fortalecimiento de la identidad local a través de la cocina. Gracias a la actividad turística que contribuye al producto interno bruto del cantón, aunque aún se requiere la mayor inversión pública y privada para mejorar los niveles de competitividad y calidad de los servicios.

Principales atractivos turísticos

Entre los principales atractivos turísticos de General Villamil Playas se destaca:

Las playas de Villamil, con extensos arenales ideales para actividades recreativas y deportivas.

El malecón escénico, ofrece paseos peatonales frente al mar y acceso a áreas gastronómicas.

El sector Rompeolas–Humboldt, conocido por su oferta culinaria frente al mar

Actividades como surf, kayak, pesca deportiva y avistamiento de aves en la zona manglar.

Actividades turísticas

La actividad turística en Playas se caracteriza por el flujo constante de visitantes durante el fin de semana y feriados, debido a las temporadas de vacaciones escolares. El perfil del turista es mayormente nacional, pero en los últimos años se comenzó a registrar una afluencia de visitantes extranjeros, especialmente mochileros y turistas interesados en las experiencias locales. La gastronomía marina se ha convertido en uno de los principales motivadores de visitas, siendo el eje fundamental en la experiencia turística de quienes recorren el sector Rompeolas–Humboldt. (Online, 2023)

Cumplimiento de estándares éticos

Esta investigación se llevó a cabo respetando los principios éticos fundamentales que rigen a los estudios con participación humana. Previo a la aplicación de encuestas, se proporcionó a los participantes un consentimiento informado, en el que se explicó de manera clara y comprensible el propósito del estudio, la naturaleza de su participación, así como el uso y resguardo de la información que se obtuvo, permitiendo a los encuestados retirarse en cualquier momento sin consecuencias negativas.

Asimismo, se aseguró la confidencialidad de los datos personales, los cuales fueron recolectados de manera anónima y tratados exclusivamente con fines académicos, sin revelar la identidad de los participantes en ningún momento. Durante el proceso de investigación, se tuvo cuidado de no exponer a los participantes a ningún tipo de riesgo físico, psicológico, ni emocional, asegurando un ambiente respetuoso, seguro y ético.

Resultados

Los resultados que se obtuvieron mediante la herramienta de cuestionario tipo Likert, permitieron evaluar la percepción de los visitantes respecto a la calidad de servicios y la atención brindada en los restaurantes del sector Rompeolas–Humboldt en General Villamil Playas. La escala utilizada conto con 5 niveles: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Del total de las 400 encuestados, los resultados muestran una tendencia positiva en la mayoría de los ítems evaluados. A continuación, se describe los principales hallazgos:

Tabulación

Tabla 3

Considera usted que los platos servidos tienen una presentación atractiva?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	14	3,5%
En desacuerdo	8	2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	147	36,8%
De acuerdo	151	37,8%
Totalmente de acuerdo	80	20%

Gráfico 1

Considera usted que los platos servidos tienen una presentación atractiva?



Análisis

La pregunta se refiere a la presentación de los platos ante lo cual un 37,8% de los encuestados manifestó estar de acuerdo con el aspecto visual de los mismos. Esto indica que, si bien no consideran que la presentación sea deficiente, perciben que aún existen oportunidades de mejora para lograr un resultado más atractivo y profesional.

Tabla 4

Piensa usted que las instalaciones del restaurante (mesas, baños, cocina) están limpias y bien cuidadas para su uso

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	2,3%
En desacuerdo	15	3,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	73	18,3%
De acuerdo	207	51,8%
Totalmente de acuerdo	96	24%

Gráfico 2

Piensa usted que las instalaciones del restaurante (mesas, baños, cocina) están limpias y bien cuidadas para su uso



Análisis

En relación con las instalaciones del restaurante, un 51,8% de los encuestados está de acuerdo en que el local se encuentra en buen estado y mantiene una adecuada limpieza. No obstante, un 24,4% considera que aún se pueden implementar mejoras para que los establecimientos alcancen condiciones óptimas, contribuyendo así a proyectar una mejor imagen del sector.

Tabla 5

Considera que los precios ofrecidos son accesibles y se ajustan a su presupuesto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	3%
En desacuerdo	14	3,5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	95	23,8%
De acuerdo	138	34,5%
Totalmente de acuerdo	141	35,3%

Gráfico 3

Considera que los precios ofrecidos son accesibles y se ajustan a su presupuesto



Análisis

Un 69,8% de los encuestados (34,5% de acuerdo y 35,3% totalmente de acuerdo) considera que los precios son accesibles y se ajustan a su presupuesto. Esto refleja una percepción positiva sobre la relación calidad-precio del restaurante. Sin embargo, un 23,8% permanece neutral y un 6,5% expresa disconformidad, lo que sugiere que podría evaluarse la estructura de precios en ciertos productos o servicios.

Tabla 6

Considera que el servicio de entrega en los restaurantes es eficiente y cumple con la exactitud de los pedidos solicitados

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	2,3%
En desacuerdo	26	6,5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	115	28,7%
De acuerdo	137	34,3%
Totalmente de acuerdo	113	28,2%

Gráfico 4

Considera que el restaurante opera de acuerdo con los horarios de atención in-formados previamente



Análisis

El 62,5% de los encuestados (34,3% de acuerdo y 28,2% totalmente de acuerdo) valora positivamente la eficiencia y precisión del servicio de entrega. No obstante, el 28,7% se muestra neutral, lo que podría indicar experiencias variables. El 8,8% de respuestas negativas indica la necesidad de reforzar la capacitación en gestión de pedidos.

Tabla 7

Está de acuerdo en que el servicio se entrega en el tiempo previamente establecido

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	2,8%
En desacuerdo	4	1%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	97	24,2%
De acuerdo	197	49,2%
Totalmente de acuerdo	91	22,8%

Gráfico 5

Está de acuerdo en que el servicio se entrega en el tiempo previamente establecido



Análisis

La mayoría (72%) de los encuestados considera que el servicio fue puntual, sumando 49,2% de acuerdo y 22,8% totalmente de acuerdo. Solo el 3,8% expresó desacuerdo. Este resultado demuestra un cumplimiento adecuado con los tiempos prometidos, un aspecto clave en la satisfacción del cliente.

Tabla 8

Considera que el restaurante opera de acuerdo con los horarios de atención informados previamente

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	2,8%
En desacuerdo	17	4,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	84	21%
De acuerdo	139	34,7%
Totalmente de acuerdo	149	37,3%

Gráfico 6

Considera que el restaurante opera de acuerdo con los horarios de atención informados previamente



Análisis

El 72% de los participantes (34,7% de acuerdo y 37,3% totalmente de acuerdo) afirma que el restaurante cumple con sus horarios. Aunque el 21% se mantiene neutral y un 7,1% discrepa, la percepción general es que el restaurante es confiable en cuanto a sus horarios de operación.

Tabla 9

Está de acuerdo en que el personal estuvo atento y disponible para asistirle en el momento que lo requirió

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	2,3%
En desacuerdo	19	4,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	98	24,5%
De acuerdo	173	43,3%
Totalmente de acuerdo	101	25,2%

Gráfico 7

Está de acuerdo en que el personal estuvo atento y disponible para asistirle en el momento que lo requirió



Análisis

El 63,6% de los encuestados (40,3% de acuerdo y 23,3% totalmente de acuerdo) percibe que el personal fue atento y disponible. Un 30,8% mantiene una posición neutral, lo que sugiere que aún hay margen para mejorar la proactividad del personal durante la atención al cliente.

Tabla 10

Considera que el tiempo de espera para ser atendido al llegar al restaurante fue adecuado y eficiente

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	2,5%
En desacuerdo	13	3,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	123	30,8%
De acuerdo	161	40,3%
Totalmente de acuerdo	93	23,3%

Gráfico 8

Considera que el tiempo de espera para ser atendido al llegar al restaurante fue adecuado y eficiente



Análisis

Un 68,5% de los encuestados manifiesta satisfacción con el tiempo de espera (43,3% de acuerdo y 25,2% totalmente de acuerdo). Un 24,5% se muestra neutral y solo un 7,1% expresa desacuerdo. Esto indica que la eficiencia en la atención inicial es buena, pero podría optimizarse aún más en horarios pico.

Tabla 11

Está de acuerdo en que el personal atendió con prontitud cualquier inconveniente o requerimiento adicional.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	2,8%
En desacuerdo	13	3,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	95	23,8%
De acuerdo	156	39%
Totalmente de acuerdo	125	31,3%

Gráfico 9

Está de acuerdo en que el personal atendió con prontitud cualquier inconveniente o requerimiento adicional



Análisis

El 70,3% de los encuestados considera que el personal respondió adecuadamente ante inconvenientes (39% de acuerdo y 31,3% totalmente de acuerdo). Un 23,8% no tuvo una posición clara, lo que indica que no todos experimentaron situaciones de este tipo o no fueron manejadas con consistencia.

Tabla 12

Considera que el personal esta capacitado en el conocimiento del menú y fue capaz de responder correctamente a sus inquietudes o solicitudes de información

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	2,5%
En desacuerdo	16	4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	106	26,5%
De acuerdo	151	37,8%
Totalmente de acuerdo	117	29,3%

Gráfico 10

Considera que el personal esta capitado en el conocimiento del menú y fue capaz de responder correctamente a sus inquietudes o solicitudes de información



Análisis

Un 67,1% de los encuestados reconoce la buena preparación del personal en cuanto al menú. Esto refleja una adecuada formación, aunque un 26,5% permanece neutral y un 6,5% manifiesta dudas, lo que podría abordarse con capacitaciones regulares y dinámicas.

Tabla 13

Está de acuerdo en que el establecimiento cumple con estándares adecuados de higiene tanto en el local como en la manipulación de los alimentos.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	14	3,5%
En desacuerdo	10	2,5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	101	25,3%
De acuerdo	176	44%
Totalmente de acuerdo	99	24,8%

Gráfico 11

Está de acuerdo en que el establecimiento cumple con estándares adecuados de hi-giene tanto en el local como en la mani-pulación de los alimentos



Análisis

El 68,8% de los encuestados (44% de acuerdo y 24,8% totalmente de acuerdo) considera que el restaurante mantiene buenas prácticas de higiene. Sin embargo, un 25,3% no se posicionó claramente y un 6% expresa preocupaciones, lo que sugiere la importancia de reforzar la percepción visual y operativa de limpieza.

Tabla 14

Considera que la actitud y atención del personal generaron un ambiente de confianza durante toda su experiencia en el establecimiento.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	2,3%
En desacuerdo	25	6,2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	81	20,3%
De acuerdo	146	36,5%
Totalmente de acuerdo	139	34,8%

Gráfico 12

Considera que la actitud y atención del personal generaron un ambiente de confianza durante toda su experiencia en el establecimiento



Análisis

El 71,3% de los clientes (36,5% de acuerdo y 34,8% totalmente de acuerdo) sintió confianza durante su visita, gracias a la actitud del personal. La confianza es un pilar clave en la fidelización, por lo que este resultado es altamente positivo.

Tabla 15

Está de acuerdo en que el personal demostró preocupación e interés por brindarle una experiencia satisfactoria

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	14	3,5%
En desacuerdo	17	4,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	107	26,8%
De acuerdo	157	39,3%
Totalmente de acuerdo	105	26,2%

Gráfico 13

Está de acuerdo en que el personal de-mostró preocupación e interés por brin-darle una experiencia satisfactoria



Análisis

El 65,5% de los encuestados (39,3% de acuerdo y 26,2% totalmente de acuerdo) percibió un interés genuino del personal. Aunque un 26,8% se mantiene neutral, la mayoría aprecia el esfuerzo por ofrecer un servicio centrado en el cliente.

Tabla 16

Considera que el restaurante fue receptivo y atento a sus requerimientos específicos o solicitudes especiales durante su visita

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	2,3%
En desacuerdo	18	4,5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	87	21,8%
De acuerdo	167	41,7%
Totalmente de acuerdo	119	29,8%

Gráfico 14

Considera que el restaurante fue receptivo y atento a sus requerimientos específicos o solicitudes especiales durante su visita



Análisis

El 71,5% (41,7% de acuerdo y 29,8% totalmente de acuerdo) cree que sus necesidades especiales fueron atendidas. Este resultado refleja una atención personalizada y adaptable, lo cual mejora la experiencia general del cliente.

Tabla 17

Está de acuerdo en que la atención y el servicio justifican recomendar el restaurante a otras personas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	13	3,3%
En desacuerdo	10	2,5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	92	23%
De acuerdo	140	35%
Totalmente de acuerdo	145	36,3%

Gráfico 15

Está de acuerdo en que la atención y el servicio justifican recomendar el restaurante a otras personas



Análisis

El 71,3% de los encuestados (35% de acuerdo y 36,3% totalmente de acuerdo) recomendaría el restaurante. Este indicador es clave para la reputación del establecimiento, ya que refleja una experiencia satisfactoria que impulsa el boca a boca positivo.

Conclusiones

El estudio realizado en el sector Rompeolas-Humboldt de General Villamil Playas permitió evidenciar la relevancia de la gastronomía como atractivo turístico principal, constituyéndose en un factor decisivo para la visita de turistas nacionales y extranjeros. La mayoría de los encuestados reconoció que la oferta culinaria local representa un elemento diferenciador frente a otros destinos de la región, lo que reafirma la importancia de integrar la gastronomía en las estrategias de promoción turística del cantón,

Los resultados que reflejaron las fortalezas más valoradas por los visitantes son la frescura de los mariscos, y la autenticidad de las recetas tradicionales, aspectos que fortalecen la identidad cultural y que aportan a la construcción de una experiencia gastronómica genuina. Sin embargo, también se identificaron debilidades significativas relacionadas con la presentación

de los platos, la calidad de la atención al cliente y la diversificación de la oferta gastronómica, lo que limita el potencial competitivo del sector.

Asimismo, se observó que existe una alta disposición de los visitantes a participar en actividades complementarias, como las rutas culinarias y festivales gastronómicos. Esto constituye una oportunidad para el diseño de los productos turísticos innovadores que integren la gastronomía con las otras dimensiones culturales y recreativas del cantón, contribuyendo así con la diversificación de la oferta turística local.

Con estos resultados se respalda que la hipótesis inicial de que la gastronomía en el sector Rompeolas-Humboldt constituye un recurso turístico con alto valor experiencia, capaz de atraer visitantes y generar impacto de positivo en la percepción del destino. Sin embargo, se evidencia la necesidad de fortalecer ciertos aspectos, como la capacitación continua del personal, diseño visual de los platos y la mejora constante en los tiempos de atención, para consolidar una oferta gastronómica competitiva, sostenible y diferenciada.

Tabla 18

Distribución de percepciones de satisfacción sobre el servicio gastronómico en el sector Rompeolas-Humboldt

Indicador evaluado	Nivel de acuerdo (%)
Recomendaría el restaurante	71.3
Atención a solicitudes especiales	71.5
Actitud del personal genero confianza	71.3
Conocimiento del menú por parte del personal	67.1
Tiempo de espera adecuado	68.5
Resolución de inconvenientes con rapidez	70.3
Higiene del local y alimentos	68.8
Presentación atractiva de los platos	57.8
Precios accesibles	69.8
Limpieza de instalaciones	72.0

Tabla 19

Percepción sobre la atención del personal en restaurantes del sector Rompeolas – Humboldt

Aspecto evaluado	Nivel de acuerdo (%)
Rapidez en la atención inicial	68.5
Ayuda del personal cuando fue solicitada	74.0
Resolución de inconvenientes	70.3
Interés en la satisfacción del cliente	65.5
Conocimiento del menú	67.1

Nota. Resultados obtenidos mediante las encuestas estructurada a los 4000 visitantes. Escala de valoración: totalmente en desacuerdo (1) a totalmente de acuerdo (5). Auditoria propia

Tabla 20

Percepción sobre infraestructura y ambiente en restaurantes del sector Rompeolas – Humboldt.

Aspecto evaluado	Nivel de acuerdo (%)
Limpieza de instalaciones	72.0
Presentación de los platos	57.8
Ambiente del local	66.4
Disponibilidad de mesas	61.2
Accesibilidad y ubicación	70.1

Nota. Datos obtenidos de encuestas aplicadas a 400 visitantes. Escala de Likert de 5 puntos. Auditoria propia.

Discusión

Los resultados que se obtuvieron en el sector Rompeolas-Humboldt demuestra que la gastronomía constituye uno de los principales motivadores turísticos, lo que coincide con lo planteado por Carvache-Franco et al. (2022), quienes señalaron que los destinos costeros se fortalecen cuando se integra la oferta culinaria como parte de su identidad cultural. El hecho de que el 70% de los encuestados hayan visitado el lugar motivado por la gastronomía confirma que este recurso no solo cumple una función complementaria, sino que se ha convertido en un eje central del desarrollo turístico local.

La percepción positiva de los visitantes se enfoca en la frescura de los mariscos (65%) y la autenticidad de las recetas (40%) se alinea con lo expuesto por Mauricio, Miguel, Orly, Wilmer y Lapo (2022), quienes destacan que las motivaciones gastronómicas, en particular la autenticidad y el uso de los productos frescos, son predictores directos de la satisfacción del turista en los destinos costeros.

No obstante, las debilidades detectadas en la presentación de los platos (35% lo califico como regular) y en la calidad de la atención al cliente (32% aceptable y 28% deficiente) que reflejaron la limitación que pueden afectar la satisfacción del visitante. Esto coincide con lo planteado por Córdova-Buiza (2021), quien advierte que la experiencia gastronómica debe de ser atendida como un servicio integral, en el que influyen los alimentos, hospitalidad, ambiente e innovación.

Otro hallazgo relevante es la alta disposición de los turistas (60%) en participar en las actividades gastronómicas complementarias, lo cual coincide con lo señalado por Carvache-Franco et al. (2022), quienes destacan que la creación de productos turísticos innovadores, como festivales o rutas gastronómicas, genera un valor agregado y contribuye a la diversificación de la oferta. Este dato sugiere una oportunidad estratégica para diseñar las experiencias integradas que fortalezcan la identidad de la cultura y potencien la economía local.

En términos generales, los resultados de este estudio confirman que el sector Rompeolas-Humboldt posee un notable potencial gastronómico, pero se requiere un proceso de fortalecimiento en la capacitación del personal, la estandarización de los procesos en la atención y la innovación en la oferta. Estos elementos son fundamentales para garantizar la calidad del servicio, mejorar la experiencia del visitante y consolidar la sostenibilidad del destino a largo plazo.

Referencias bibliográficas

- Comercio, E. (27 de Septiembre de 2019). *Monumentos y gastronomía evocan la cultura de playas*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/monumentos-gastronomia-cultura-playas-intercultural/>
- Franklin, C. B., Edwin, G. C., Lucía, C. P., & Lucía, G. G. (2021). La experiencia gastronómica: motivación y satisfacción del turista gastronómico: el caso de la ciudad de Puno (Perú). *Gestión del Turismo Cultural y Patrimonial y su Sostenibilidad*, 13, (16), 9170.
- García Tuarez, ú. J., & Sánchez Quisphe, J. E. (2021). *Potencialidad de una ruta gastronómica en el Cantón General Villamil (Playas), Provincia del Guayas*. Obtenido de Universidad de Guayaquil: <https://repositorio.ug.edu.ec/items/22c45b0a-42b3-419c-89bd-049bdcfb65dd>
- Huamanchumo, R. M., Rojas, R. D., López, R. A., & Jarama, M. C. (2022). La gastronomía como efecto de la fidelización del visitante: el caso peruano (Lima) . *Revista Interancional de Ciudades Turísticas*, 9 (2): 362–376.
- INEC. (2010). *Censo Ecuador cuenta conmigo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Laria. (12 de Septiembre de 2023). *Los 11 mejores Restaurantes en Playas, Ecuador*. Obtenido de ¿Dónde comer en Playas?: <https://www.lariaplayas.com/noticias/mejores-restaurantes-playas-villamil-ecuador>
- Marco David, Q. T., Gladys Lola, L. J., & Gerardo Javier, S. C. (2022). Análisis del patrimonio gastronómico como herramienta de desarrollo sostenible en Santa Elena-Ecuador. *Siembra*, Vol. 9 Núm. 1.
- Mauricio, C. F., Miguel, O. M., Orly, C. F., Wilmer, C. F., & Maria del Carmen Lapo, M. (2022). Motivaciones gastronómicas como predictores de satisfacción en destinos costeros. *Gestión de Marketing en las Industrias Hotelera y Turística* , 14 (18), 11437.
- Montalván Fernández, A., & Cabrero Miret, F. (2020). *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*. Obtenido de Library: <https://1library.co/document/zw3mk4vy-gastronomia-recurso-identidad-ancestral-parroquia-chuquiribamba-loja-ecuador.html>
- Morocho Chacasaguay, E. L. (2024). *Potencial del turismo gastronómico del cantón Saquisilí de la provincia de Cotopaxi*. Obtenido de https://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/11960?utm_source=chatgpt.com
- Nicolalde Barrios, L. J. (2016). *Inventario de Recursos Gastronómicos con Potencial Turísticos de General Villamil - Playas*. Obtenido de Repositorio DuraSpace: <https://dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/57245>
- Online, P. (2023). *Playas de Villamil*. Obtenido de <https://playasecuador.globaldir.com.ec/playas-en-ecuador/general-villamil-playas/>
- Playas. (2025). *Prefectura Ciudadana del Guayas*. Obtenido de En Guayas El Cambio Sí Se Siente: <https://guayas.gob.ec/cantones-2/playas/>
- Roger Badín, P. G., Noemí Emperatriz, C. V., Gladys Marleny, A.-C., & Alma Rafaela, B.-V. (2024). Competitividad en Turismo Gastronómico Sostenible: Integración de Prácticas Ambientales en Destinos Latinoamericanos. *Revista de Turismo Sostenible*, https://www.researchgate.net/publication/384679058_Competitiveness_in_Sustainable_Gastronomic_Tourism_Integration_of_Environmental_Practices_in_Latin_American_Destinations.