

Estado de la cuestión sobre la gestión pública del turismo gastronómico en Ecuador: Avances al 2020 y áreas pendientes de atención para su desarrollo

Situation of public management of gastronomic tourism in Ecuador: Progress to 2020 and pending areas of attention for its development.



Torres Cabezas, Lili^a

^aIndependent scholar, Ecuador, ing.lili.torres@gmail.com

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

RESUMEN

Historial del artículo:

Recibido 17 de enero de 2022

Aceptado 10 de febrero de 2022

Disponible online

Keywords:

Ecuador; gestión pública; gobernanza, MINTUR; turismo gastronómico.

Esta investigación presenta el estado actual de la gestión pública del turismo gastronómico en Ecuador, hasta el año 2020. El marco teórico se centra en los principales avances que se han dado a nivel mundial en esta materia, destacando los liderados por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Se realizó una investigación sobre las acciones e hitos relacionados con este tipo de turismo y el Ministerio de Turismo (MINTUR), como principal entidad pública encargada de la gestión turística a nivel nacional, cuyos resultados se presentan en orden cronológico. A esta información se suman los resultados de una encuesta dirigida a los 221 municipios, de los que se obtuvo un 56% de respuestas. El cuestionario, diseñado a partir de las encuestas realizadas por la OMT en años anteriores, abordó cuestiones de percepción, conocimiento y gestión local de la actividad en los destinos a nivel local. La información recopilada se analizó tomando como marco de referencia doce temáticas presentadas en la guía de la OMT y el Basque Culinary Center (BCC) en 2019, que fueron publicados como pautas brindadas a las Organizaciones de Gestión de Destino (OGDs) en este aspecto. Se identificó un nivel de avance inicial (intermedio bajo) en la mitad de los parámetros, mientras que una cuarta parte se califica como media y la restante como baja. Para terminar, se resumen los principales avances en cada área identificada y se mencionan los pendientes de atención, comentando la importancia de su aplicación en el caso de Ecuador.

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received 17th January
2022

Accepted 10rd
February 2022

Available online

Keywords:

Ecuador; gastronomic
tourism; governance;
MINTUR; public
management.

This research presents the current state of public management of gastronomic tourism in Ecuador up to the year 2020. The theoretical framework focuses on the main worldwide achievements in this area, highlighting those led by the World Tourism Organization (UNWTO). Research was conducted on the actions and milestones related to this type of tourism and the Ministry of Tourism (MINTUR), as the main public entity in charge of tourism management at the national level, the outcomes of which are presented in chronological order. This information is followed by the results of a survey addressed to the 221 municipalities, from which 56% of responses were obtained. The questionnaire, designed on the basis of surveys conducted by the UNWTO in previous years, addressed issues of perception, knowledge and local management of the activity in destinations at a local level. The information collected was analyzed using as a frame of reference the twelve topics presented in the guide released by the UNWTO and the Basque Culinary Center (BCC) in 2019, as guidelines provided to Destination Management Organizations (DMOs) in this aspect. An initial level of progress (low intermediate) was identified in half of the parameters, while a quarter is rated as medium and the rest as low. In the end, the main advances in each area identified are summarized and those pending attention are mentioned, commenting on the importance of their application in the case of Ecuador.

1. INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país megadiverso en términos naturales y culturales con una gastronomía nacional de gran riqueza tanto en términos de sabor, como en su singularidad por el uso de ingredientes locales icónicos y preparaciones que son parte de la tradición e identidad de sus pobladores. La gastronomía se ha venido poniendo en valor al ser considerada como una expresión social relevante, que forma parte de la cultura de los pueblos (Navarro Oltra & Medina, 2018). Es así que el comer y la posibilidad de disfrutar de la gastronomía local se ha vuelto una parte cada vez más valorada de la experiencia turística, que puede influir a la hora de definir su destino de viaje. El alcance de lo que se interpreta como turismo gastronómico ha evolucionado, superando por mucho el ámbito de la mera degustación e integrando muchas otras actividades y experiencias que acercan al visitante a conocer más el destino por medio de elementos gastronómicos (World Tourism Organization ([UNWTO], 2019a; UNWTO y Basque Culinary Center [BCC], 2019). La cadena de valor de este tipo de actividad alcanza a diversos sectores que se extienden desde la ciudad al campo. Su transversalidad lo convierte en una tipología con un gran potencial para conectar a zonas rurales y revitalizar las economías locales de dichos territorios, lo cual puede aportar a la protección de los recursos naturales y el desarrollo de áreas de la población con un acceso limitado a oportunidades de producción (UNWTO, 2020). Esto aporta a varios de los Objetivos del Desarrollo del Milenio propuestos por las Naciones Unidas (UNWTO, 2015). Existen destinos internacionales que han logrado posicionar su gastronomía como uno de los atributos más importantes, utilizándolos para motivar movimientos turísticos.

A nivel mundial se reconocen varios estudios y propuestas para optimizar la gestión pública del turismo gastronómico en destinos, dentro de los que se destaca una guía elaborada en 2019 por la Organización Mundial del Turismo (OMT) junto al Basque Culinary Center

(BCC), donde se consideraron resultados de los Reportes Globales y los Foros Mundiales de Turismo Gastronómico liderados por la OMT. La guía se presenta como una herramienta práctica para los Organismos de Gestión de Destino (OGDs) y propone doce temáticas sugeridas como clave para la gestión del turismo gastronómico en los destinos (UNWTO y BCC, 2019).

La gestión pública del turismo en Ecuador es liderada por el Ministerio de Turismo (MINTUR) que según el Art.15 de la Ley de Turismo de Ecuador lo reconoce como el organismo rector del ámbito turístico nacional y entre sus atribuciones señala la de dictaminar la planificación de esta actividad en el país (Ley de Turismo Del Ecuador (No.97), 2002). Si bien el MINTUR es la institución pública con las competencias más amplias sobre este tema a nivel nacional, existe en marcha un proceso de descentralización que adquirió mayor relevancia desde la aprobación de la Constitución del 2008 donde se establece una nueva organización territorial del Estado, que busca promover la mayor participación de los diferentes niveles de gobierno en la gestión pública. Sin embargo, como en otras entidades de carácter técnico-político del país, en el caso del MINTUR la visión estratégica está supeditada a la sostenibilidad que las nuevas administraciones apliquen sobre los proyectos en curso. Esto causa que en varias ocasiones existan esfuerzos que puedan disolverse en el tiempo por ausencia de una planificación estratégica.

El turismo gastronómico no ha logrado consolidar un proceso de desarrollo a nivel nacional por lo que se identifica la necesidad de investigar el estado de la cuestión en lo que refiere a la gestión pública del desarrollo del turismo gastronómico Ecuador, identificando los avances registrados hasta el 2020 por parte del MINTUR y levantando información que permita conocer la percepción de los encargados de la gestión pública del turismo a nivel local sobre este tipo de turismo. La información recopilada se analiza en el marco de los puntos propuestos en la guía mencionada para generar un diagnóstico que permita evaluar el nivel de avance en cada área y los puntos pendientes de atención para la optimización de la gestión pública del turismo gastronómico nacional. Con ello se pretende por una parte rescatar esfuerzos realizados en anteriores administraciones, consolidando en un mismo lugar la información, y fomentar el desarrollo técnico y sostenible de la actividad en el marco de la realidad ecuatoriana.

2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El objetivo general de esta investigación es identificar el estado de la cuestión sobre las acciones y estrategias implementadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador para gestionar el desarrollo del turismo gastronómico del país hasta el año 2020. De este objetivo se desprenden los siguientes cinco objetivos específicos:

- **A1.** Identificar las acciones y estrategias implementadas por el MINTUR en favor del desarrollo del turismo gastronómico en Ecuador.
- **A2.** Recopilar información sobre los principales esfuerzos públicos y privados que el MINTUR haya tomado en consideración para la gestión de esta tipología de turismo.

- **A3.** Sondar la percepción y conocimiento de los gestores públicos a nivel local - municipal sobre el turismo gastronómico, sus opiniones sobre el potencial y nivel de desarrollo de la oferta en territorio y las gestiones encaminadas al desarrollo de la actividad.
- **B1.** Analizar el nivel de avance que alcanza al 2020 la gestión del turismo gastronómico en Ecuador tomando como referencia la guía que la OMT y el BCC publicaron sobre este tema en 2019.
- **B2.** Detallar las áreas pendientes y las acciones prioritarias de atención por parte del MINTUR para optimizar la gestión pública del turismo gastronómico del país.

Como hipótesis se plantea que el hecho de que Ecuador no tenga una planificación estratégica determinada para la gestión del turismo gastronómico nacional, hace que hasta el presente el desarrollo de esta tipología de turismo no haya alcanzado un mayor nivel de progreso.

3. APROXIMACIÓN TEÓRICA AL DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN BASE A LOS RECURSOS PROPIOS

Grant (1991) desarrolló una teoría que propone que los recursos y las capacidades internas son los puntos centrales sobre los que se debería sustentar la planificación de las estrategias organizacionales. La naturaleza cambiante de los factores externos (entorno y tendencia de la demanda) no ofrece suficiente estabilidad para basar en ellos una estrategia a largo plazo, mientras que los recursos y capacidades propias de la organización son menos variables ofreciendo una base más sólida y estable para ese efecto. Además, surgen las complicaciones de dirigir los esfuerzos a demasiados perfiles del mercado que tienen una amplia gama de necesidades; sugiriendo desarrollar y explotar las capacidades internas claramente definidas, para ser capaz de adaptarse a los cambios externos y/o aprovecharlos (Grant, 1991).

Para lograr un enfoque en los recursos para la formulación de estrategias es fundamental “comprender las relaciones entre los recursos, las capacidades, la ventaja competitiva y la rentabilidad, en particular, comprender los mecanismos que permiten mantener la ventaja competitiva a lo largo del tiempo”(Grant, 1991, p.133).

Esta teoría establece que los recursos y capacidades más potenciales de una organización son los que cumplen con las siguientes características principales:

- A. Alta durabilidad (sostenibilidad en el tiempo)
- B. Son difíciles de identificar y comprender
- C. No logran transferirse perfectamente
- D. No se pueden replicar fácilmente
- E. Existe una clara propiedad y control del destino sobre ellos

Sugiere que el diseño de la estrategia debería girar en torno a los recursos que reúnen esas características y utilizarlos para desarrollar aquellas actividades en las que se tiene una clara ventaja competitiva (Grant, 1991).



Figura 1: Análisis estratégico basado en el Recurso. Fuente: Elaboración propia basada en Grant (1991) y Horng y Tsai (2012).

Horng y Tsai (2012) tomaron esta teoría como marco de referencia para analizar las estrategias para el desarrollo del turismo gastronómico de varios destinos de la región Asia-Pacífico. En su análisis adaptan las conclusiones de Grant para las organizaciones a los destinos, argumentando que “los gobiernos que entienden claramente sus recursos y capacidades internas pueden establecer políticas con mayor eficacia” (Horng & Tsai, 2012, p.43).

En su metodología analizaron las equivalencias de cada uno de los cinco pasos propuestos al desarrollo de estrategias de los destinos en el turismo gastronómico. La Figura 1 muestra la adaptación de la teoría de Grant (1991) llevada a cabo Horng y Tsai (2012):

4. METODOLOGÍA

Por su aplicabilidad en la práctica, la presente investigación podría calificarse como *aplicada* pues busca analizar en el caso real de Ecuador los conocimientos teóricos generados en otras investigaciones sobre la gestión del turismo gastronómico. Por su alcance, el estudio es de tipo *descriptivo* pues pretende detallar características del caso de estudio para obtener una descripción de la realidad del turismo gastronómico en Ecuador. Con respecto a la orientación metodológica, corresponde a un tipo mixto pues combina técnicas cuantitativas, así como técnicas cualitativas o no estructuradas para el levantamiento de información.

La presente investigación se desarrolla en dos fases. La primera correspondiente al *Levantamiento de información* que da respuesta a los tres primeros objetivos específicos y la *segunda Diagnóstico y Análisis*, aborda los dos objetivos específicos restantes. Las técnicas e instrumentos que se plantean para este estudio se detallan en cada fase a continuación (Ver Tabla 1):

FASE	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN E INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS	DESCRIPCIÓN
A. Levantamiento de Información	<p>ORIENTACIÓN METODOLÓGICA MIXTA:</p> <p>Técnicas Cualitativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisión fuentes secundarias • Entrevistas a profundidad <p>Técnicas Cuantitativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<p>Para los objetivos A1 y A2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisión detallada de notas de prensa y comunicados en las páginas web oficiales del MINTUR y MCYP que tengan que ver con el recurso gastronómico. • Aplicación de tres entrevistas semiestructuradas virtuales dirigidas a: <ul style="list-style-type: none"> ○ Un funcionario activo del MINTUR, específicamente de la Dirección de Productos – DP como área encargada del turismo gastronómico. ○ Un exfuncionario de la DP MINTUR encargado del producto en la última década por lo menos por un año. ○ Un líder del sector privado, representante de la Asociación de Chefs del Ecuador (ACE). • Indagación sobre documentos no disponibles en la web a los entrevistados. <p>Los resultados de este levantamiento se presentan en un cuadro que resume los hitos principales de manera cronológica</p> <p>Para el objetivo A3:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se diseña una encuesta tomando como base las preguntas formuladas por la OMT en sus investigaciones levantadas en 2012 y 2016 entre sus socios afiliados (UNWTO, 2017) y el cuestionario utilizado para desarrollar el caso de estudio Japón (UNWTO, 2019b). La encuesta fue diseñada en Google Forms y el link se dirigió a los encargados de la gestión turística en los 221 municipios del Ecuador. Para garantizar los niveles de respuesta se gestionó su envío con el apoyo de la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME). <p>Los resultados de este levantamiento se presentan en un cuadro que resume los hallazgos principales por cada una de las preguntas planteadas.</p>

B. Diagnóstico y Análisis	Instrumentos de análisis cualitativo: <ul style="list-style-type: none"> • Cuadro comparativo • Análisis descriptivo 	Para el objetivo B1:
		<ul style="list-style-type: none"> • Se diseñó una matriz en la que se confrontarán la información levantada sobre la gestión del MINTUR frente a las acciones sugeridas por la OMT, otorgando un nivel de avance en cada ámbito propuesto por la metodología de la Guía para OGDs que esa organización desarrolló con el BCC (2019).
		Para el objetivo B2:
		<ul style="list-style-type: none"> • En base al análisis realizado se resumen en el acápite de Hallazgos y Resultados los puntos principales para describir la situación actual de la gestión pública del turismo gastronómico en Ecuador y se mencionan las áreas pendientes de atención.

Tabla 1: Descripción de la Metodología de Investigación. Fuente: Elaboración propia (2022).

Los instrumentos y técnicas consideradas se proponen tomando en cuenta que el público objetivo se encuentra en Ecuador y las herramientas tecnológicas existentes permiten su aplicación virtual.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De las entrevistas realizadas y la búsqueda en portales oficiales, se levantaron 98 hitos recopilados de manera cronológica. Aquí, se incluyen gestiones, publicaciones, eventos y acontecimientos referentes al desarrollo del turismo gastronómico en Ecuador. A continuación, se presentan los principales:

- El grupo GT26 (26 instituciones privadas relacionadas a Gastronomía y Turismo) presentan una solicitud de atención a Presidencia. Se genera un compromiso SIGOB frente al que se crea el área dedicada al Producto Turismo Gastronómico dentro de la Dirección de Productos de la Subsecretaría de Desarrollo del MINTUR (2011 – 2012).
- El Ministerio Coordinador de Cultura y Patrimonio (MCYP) ejecuta el Proyecto Salvaguarda Patrimonio Inmaterial Culinario con varias gestiones registradas desde 2012 hasta 2015, dentro del que se registran resultados orientados a la puesta en valor de la gastronomía y la mejora de la calidad en la prestación de servicios de alimentos y bebidas. (Investigaciones etnográficas, capacitaciones, certificación comedores con tradición “*huecas patrimoniales*” (Ministerio Coordinador de Cultura y Patrimonio [MCYP], 2012)).
- La Dirección de Producto genera un primer diagnóstico, FODA, mapa de actores (03/2012).
- Se gestiona la creación de un Comité Culinario con el liderazgo del MINTUR y la participación del MCYP, la Asociación de Chefs del Ecuador (ACE), y miembros de la Academia (03/2012).
- Plan Estratégico > SIGOB + avances a la fecha (eventos, publicaciones, planificación, chefs embajadores) (08/2012).

- El MINTUR lidera reuniones de coordinación de 9 entidades públicas relacionadas al turismo gastronómico 03/2014.
- Se presenta el compromiso SIGOB “Declaratoria de País Cacao y Chocolate” (08/2014).
- Se publica el Mapa Gastronómico del Ecuador (12/2017), fruto de un esfuerzo participativo donde se expone un plato típico y una bebida tradicional por cada provincia. Se publican en el marco de un evento donde anuncian un nuevo Reglamento de Alimentos y Bebidas (09/2018). Exponen una metodología de creación del mapa para que sea replicada por los GADs a nivel local (12/2018).
- Se crean rutas gastronómicas en torno s productos agrícolas: Pitahaya, Rosas, Café, +Cacao (Rutas) 12/2019.
- Plantean el fortalecimiento de la identidad gastronómica en el marco de la ejecución del Programa de Pueblos Mágicos, tomado de la experiencia del SECTUR – México (12/2020).
- Se registran múltiples procesos de capacitación y certificación de competencias laborales - Calidad, así como una serie de eventos y publicaciones para puesta en valor de recurso gastronómico (2012 – 2020).

A estos hitos se suman los principales hallazgos de la encuesta levantada entre los encargados de la gestión turística a nivel municipal. Para asegurar niveles de respuesta y participación efectiva de los municipios se solicitó apoyo a la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME). Gracias a este soporte el envío de los formularios recibió una respuesta acumulada del 56% correspondiente a 123 cantones de los 221 existentes. Se enfatizó que las respuestas debían ser emitidas considerando el escenario hasta finales de 2019, previo a la pandemia del COVID19 que inició en el primer trimestre del 2020.

- Sobre el nivel de importancia que tiene la actividad turística dentro de las actividades productivas de la población residente en cada cantón, un 17% de cantones la calificaron como “muy alta” considerando que el turismo era la principal actividad económica del cantón, la que generaba más ingresos y más fuentes de trabajo. Un 39% lo calificó como “alta” pues el turismo estaba dentro de las tres principales actividades económicas del cantón, pero no era la más importante, con muchos negocios relacionados y presencia frecuente de turistas. El disfrute de la gastronomía se mencionó como principal motivación de visita al cantón en un 68% de los casos, seguida por la visita a amigos y familiares (48%) y la visita a lugares naturales (37%). El 47% de los respondientes califican como “alta” la potencialidad de su recurso gastronómico, lo cual fue incluso superior en los cantones de la costa (64%).
- Un 73% de los respondientes indicó conocer a qué se refiere el “turismo gastronómico” y sus características. El 27% restante indicó tener una idea general. Un 87% indicó estar al tanto de que el turismo gastronómico en otros países como México, Italia o Perú ha recibido mucha atención y es una alternativa de desarrollo, especialmente para destinos rurales por la inclusión de actores y sectores que permite. Sobre la percepción del producto de turismo gastronómico en sus territorios, se puede observar en los resultados de la encuesta que en más del 50%

- de los casos el número de productos es menor a 5 en el territorio o no existe. La mayor cantidad de oferta corresponde a las visitas a mercados o productores de alimentos en el campo (46%), seguido por los eventos gastronómicos como festivales o ferias (40%). En tercer lugar, se mencionaron los talleres y clases de cocina (32%), concentrados principalmente en la región Costa.
- Un 48% reporta considerar al turista gastronómico dentro de los segmentos prioritarios para el turismo, mientras un 31% indicó aún no contar con una segmentación de mercado. De la misma manera, al preguntar sobre planificación municipal para la gestión turística del turismo gastronómico solo un 13% afirmó contar con un plan específico. Un 67% indicó que, aunque no se ha generado un plan específico, se han planificado o ejecutado algunas acciones que pueden apoyar a la promoción y disfrute de la gastronomía. Un 13% también respondió que no cuentan con una planificación, pero que se han apoyado las iniciativas público - privadas que han receptado en relación a la gastronomía. Un 7% indicó que aún no cuentan con una planificación referente al tema. La tendencia principal que se observa es la gestión y apoyo de acciones sin que estén alineadas a un plan estratégico para la actividad.
- Sobre las acciones municipales para el desarrollo del turismo gastronómico, la realización de eventos es la gestión reportada con mayor recurrencia (88%), seguida por acciones para identificar o articular a los actores locales (76%) y la promoción de la gastronomía local en redes sociales del municipio (65%). Un 58% respondió que no designa un presupuesto específico al turismo gastronómico, mientras que un 25% dedica hasta el 9% del disponible.
- El presupuesto limitado fue identificado como el principal obstáculo para el desarrollo local de la actividad con un 85% de menciones. Un 47% mencionó que la gastronomía es tratada como parte del turismo cultural por lo que no recibe una atención diferenciada. Un 31% indicó desconocer el potencial de esta tipología de turismo mientras que el 18% mencionó esperar una estrategia nacional para articular acciones.
- Sobre la participación de actores locales, mencionan al propio Municipio (80%), seguido por el Gobierno Provincial. Los chefs y restaurantes se posicionan en tercer lugar con un 39% de respuestas.
- Sobre la medición de la experiencia del turista gastronómico un 78% indicó que aún no se monitorea en específico el segmento, entre los que el 26% no mide la experiencia del turista a nivel general. Un 81% de respondientes indicó que aún no mide el impacto del turismo gastronómico en la economía local. Como punto final se solicitó mencionar los recursos gastronómicos locales en los que identifican mayor potencial para la creación de productos turísticos y la matriz resultante se anexó al estudio.

Recopilada esta información se creó una matriz en donde se analizaron cada una de las doce temáticas sugeridas por la OMT y BCC en la guía para la gestión local del turismo gastronómico. Se determinó parámetros de cumplimiento para calificar entre cinco niveles el avance en cada aspecto (ver tabla 2):

Nivel	Interpretación
Alto 100%	Los parámetros se cumplen en su totalidad.
Intermedio alto 75%	Existen avances importantes sin embargo hay detalles de forma que aún se deben mejorar (por ejemplo: formatos, procesos, metodologías, detalles de presentación, actualización).
Medio 50%	Aunque existen avances importantes que constituyen insumos para completar esta temática, hace falta más de la mitad de gestiones para cumplir todos los parámetros.
Intermedio bajo 25%	Los avances que existen son muy pocos o iniciales. No se cumplen todos los puntos mencionados en los parámetros.
Bajo 0%	Los avances en relación a esta temática son mínimos o inexistentes.

Tabla 2: Niveles de desarrollo e interpretación. Fuente: Elaboración propia (2021).

Como resultado se obtuvieron seis temáticas (50%) con un avance intermedio bajo, tres temáticas (25%) con un avance medio y tres con un avance bajo (25%). Para facilitar la descripción de los hallazgos y resultados de este análisis, se identificaron cuatro áreas principales donde se agrupan las temáticas según sus objetivos comunes tal como se expone a continuación (ver tabla 3):

Áreas identificadas	Temáticas de la guía	Nivel de avance estimado
Planificación Estratégica	• Planificación y gestión en el territorio (1)	Medio
	• Definición de la estrategia competitiva del destino (7)	Intermedio bajo
Articulación con actores de la cadena de valor	• Cadena de valor (2)	Intermedio bajo
	• Gobernanza: impulsando la colaboración público-privada (11)	Intermedio bajo
Inteligencia Comercial (BI)	• Análisis de tendencias - BI (3)	Intermedio bajo
	• Análisis comparativo y de competidores (4)	Bajo
	• Análisis del turista gastronómico (5)	Intermedio bajo
	• Análisis de la imagen y posicionamiento (6)	Bajo
	• Mecanismos de control y seguimiento (12)	Bajo
Producto y Calidad	• Impulso al desarrollo del producto y la innovación (8)	Medio
	• Formación, profesionalización y creación de empleo (9)	Medio
	• Experiencias memorables y de calidad (10)	Intermedio bajo

Tabla 3: Áreas principales de gestión – Nivel de avance según temáticas de la Guía. Fuente: Elaboración propia (2021) en base a Guía (UNWTO y BCC, 2019).

Se describen los hallazgos y resultados en función a estas cuatro áreas con los respectivos niveles de avance alcanzados en las temáticas que agrupan:

a) Planificación estratégica:

El MINTUR es la OGD principal del país con las competencias y atribuciones necesarias para liderar el proceso de planificación y gestión del turismo gastronómico a nivel nacional. Se considera que sus en relación a la generación de un plan nacional de carácter estratégico y consensuado con los agentes del turismo gastronómico en Ecuador se encuentra en un nivel medio pues existen gestiones que servirían de insumo para este plan, sin embargo, no se llega a identificar una herramienta concreta que incluya planes y programas operativos de trabajo. La misma situación se observa a nivel local, donde son muy pocos los municipios que afirman contar con planificaciones específicas para el turismo y mucho menos para el turismo gastronómico en específico.

A nivel nacional, los principales avances específicos en relación a este aspecto se concentran en el período posterior a que la Dirección de Productos de la Subsecretaría de Desarrollo destina personal específico para su gestión en 2012. En esta etapa se realizaron acciones dentro de las que se destaca la generación de un primer diagnóstico, un mapeo general de los actores involucrados, e incluso, de acuerdo a lo descrito en los informes y avances de los compromisos SIGOB relacionados, se llegó a generar una estrategia inicial, la misma que fue actualizada con acciones adicionales que se presupuestaron e integraron a la planificación del año fiscal correspondiente. Para esta investigación lamentablemente no se logró acceder al documento de dicha estrategia, aun contando con la ayuda activa de la administración actual, que brindó todos los insumos relacionados que reposaban en el archivo de la dependencia correspondiente.

Sin embargo, de acuerdo a las entrevistas realizadas a exfuncionarios involucrados, el proceso de generación de dicha estrategia no contempló aún los pasos necesarios para integrar todas las sugerencias de la guía publicada en 2019 por la OMT y el BCC, , como el hecho de ser producto de un proceso participativo que asegure su carácter de consensuado, en conjunto a todos los actores públicos y privados que intervendría en el desarrollo de la actividad. Por tanto, se mantiene vigente la necesidad de contar con una herramienta planificadora nacional que se ajuste a la descripción de la primera temática de la guía propone.

Así también, en lo que respecta a la definición de la estrategia competitiva del destino se observan gestiones y resultados que pueden sumar como insumos para concertar una estrategia nacional y más adelante específicas a los territorios o subdestinos que se hayan identificado. Como se indicó en el análisis de este punto, existen muchos productos y preparaciones en común, que caracterizan a regiones que sobrepasan las circunscripciones político-administrativos, por lo que la necesidad de apoyo del MINTUR en la coordinación nacional y entre actores se torna fundamental para producir estrategias territoriales conjuntas que faciliten el posicionamiento de la oferta en los mercados meta.

Se identifica que, en ausencia de una carta de navegación nacional con un horizonte a largo, mediano y corto plazo, muchas de las acciones identificadas como avances pueden llegar a

perderse o disiparse por su falta de sostenibilidad o de articulación a una estrategia marco, que funcione independiente de la visión de la administración de turno y asegure su carácter participativo al integrar a los principales representantes de los diferentes sectores que interactúan en la cadena de valor de la actividad. El MINTUR tiene como desafío establecer un modelo de gobernanza que promueva el aprovechamiento de insumos previos aquí expuestos, estimule la participación de los actores involucrados y brinde lineamientos que guíen y promuevan la articulación de iniciativas de terceros interesados en la promoción y el desarrollo de la gastronomía nacional y el turismo que se desarrolla en relación a sus recursos.

En el caso de Ecuador se identifican los siguientes puntos como principales razones para priorizar este apartado:

- El contar con un plan fruto de un proceso participativo en donde se hayan integrado a los principales actores de la cadena de valor del turismo gastronómico promovería su involucramiento y la coherencia de acciones, al facilitar que los diferentes proyectos relacionados al recurso gastronómico que sean liderados por otras instituciones públicas o privadas, mantengan coherencia con la visión, objetivos y estrategias comunes del destino y sus productos sean aprovechados y gestionados por todos los actores a nivel nacional. Este punto es especialmente importante para precautelar la eficacia de la inversión pública y la sostenibilidad en el tiempo de los resultados de la gestión.
- Con una planificación que defina la visión y horizonte a largo plazo, se podría contrarrestar en cierta medida el desafío que se identifica en el ámbito público, con los cambios de administración y las diferentes visiones y prioridades de las autoridades de turno, se afecta a la continuidad de las planificaciones, generando retrasos o repetición de esfuerzos ya realizados. Esto es especialmente perjudicial para el mantenimiento positivo de las relaciones del MINTUR con los diferentes actores que interactúan en este ámbito, afectando también su nivel de involucramiento y gestión en las acciones que se planteen a futuro.
- Un instrumento planificador a nivel nacional es un punto elemental para apoyar la gestión local, coordinada con los OGDs municipales y demás actores en territorio. Considerando la diversidad de recursos y actores, aún con una planificación nacional, persistirá la necesidad de que las OGDs locales a nivel región, provincia o municipio generen también sus propias planificaciones, ajustando sus objetivos, visión y posicionamiento para que se enmarquen en la estrategia nacional. El MINTUR puede apoyar este proceso no solo al orquestar la generación del plan nacional e insumos para la inteligencia comercial, sino también empoderando a los OGDs locales al transferir metodologías y brindar acompañamiento para definir la estrategia competitiva de los destinos internos, permitiendo que los actores en territorio sean los protagonistas activos del desarrollo del turismo gastronómico en su región.

b) Articulación con Actores de la Cadena de Valor

En lo que corresponde a la articulación con los actores de la cadena de valor se identificaron acciones iniciales como la conformación del Comité Culinario y la formación de mesas consultivas; sin embargo, el nivel de progreso en este aspecto se califica como inicial al no llegar a integrar a todos los sectores interesados o generar un marco de gobernanza para el desarrollo sostenible de la actividad. A nivel local, pese a que varias OGDs municipales reportan acciones para identificar a sus actores locales, se observa que muchos de los principales actores aun no participan en el desarrollo del turismo gastronómico y pese a la diversidad en el recurso, los niveles de oferta actual son muy bajos. Existe la necesidad de promover la participación de otros actores básicos para la creación del producto como los tour-operadores y las organizaciones locales de productores y artesanos.

Se detecta además la necesidad de trabajar en la optimización de la comunicación y gestión interinstitucional entre entidades públicas, tanto de orden nacional como en el ámbito local. Se observan acciones duplicadas, productos que habrían podido ser aprovechados para impulsar acciones adicionales (por ejemplo, al incluir en las publicaciones sobre el valor de un recurso gastronómico la información de puntos de visita o negocios relacionados) y también acciones que iniciaron con la intención de establecerse, pero no lograron mantenerse en el tiempo.

La base legal promueve la descentralización de la actividad por lo que el MINTUR debería concentrar sus esfuerzos en definir el modelo de gobernanza donde se identifique con claridad los roles y alcance de los diferentes actores promoviendo su participación activa y transfiriendo las metodologías necesarias para que los GADs locales puedan replicar estos procesos en territorio.

En el caso de Ecuador se puede observar el profundo debilitamiento de la relación del gobierno central con actores privados y de cooperación internacional, así como un bajo nivel de coordinación con los gobiernos seccionales por lo que este ámbito se presenta como uno de los más desafiantes a gestionar por parte del MINTUR.

c) Inteligencia comercial

Esta área es una de las que mayor gestión requiere para satisfacer las sugerencias de la guía que se usa como marco de referencia. Se observan avances para el levantamiento de información general, pese a ello, los indicadores que consideran y su frecuencia de levantamiento no permite contar con información básica específica referente al turismo gastronómico. Por ejemplo, existen informes con un detalle sobre perfiles internacionales de turista que se acercan a los temas necesarios de información, pero lamentablemente aún no profundiza en el tema del turismo gastronómico y la versión más actual es del año 2017. No se identifica un análisis de los destinos que se mencionan como competidores en lo que a la actividad turística en general respecta, tampoco sobre la imagen del Ecuador en los mercados meta o su posicionamiento en esos destinos internacionales. A nivel local son muy pocos los municipios que ejecutan actividades de inteligencia comercial. Incluso a nivel general para la actividad turística, en muchos de los casos no se cuenta con una segmentación de mercados o el monitoreo de la experiencia del visitante y el impacto de la actividad en la economía local.

El levantamiento y análisis de datos específicos acerca del turismo gastronómico para las actividades de inteligencia comercial debería priorizarse pues del mismo depende la generación de insumos para la toma informada de decisiones y la definición de estrategias. La gestión que el MINTUR pueda realizar para acercarse al nivel de detalle que la guía sugiere sería de gran beneficio no solo para la planificación y gestión del turismo gastronómico, sino para la actividad turística en general por lo que se sugiere que dentro de la priorización de presupuestos se procure incluir estos objetivos, apalancándose también en alianzas público privadas, como mecanismos de cooperación con la academia y otras entidades público-privadas tanto para el levantamiento de información, como para la producción de análisis y el monitoreo de tendencias.

d) Producto y Calidad:

Al revisar las publicaciones y eventos entorno al recurso gastronómico de Ecuador, se puede evidenciar que el país cuenta con un amplio potencial para el turismo gastronómico, el cual se basa en la amplia diversidad de recursos naturales y culturales que posee y que le brinda una base sólida y para desarrollar una oferta atractiva y diferenciada en este tipo de turismo. Se reconocen varios esfuerzos de investigadores culinarios y proyectos públicos y privados dentro de los que resaltan los resultados del Proyecto de Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial Culinario del Ecuador ejecutado por el MCYP y las publicaciones e investigaciones de historiadores y chefs, generados en el marco de convenios de cooperación o de manera independiente. Estas iniciativas suman a la puesta en valor y el posicionamiento de la gastronomía ecuatoriana en el mercado nacional e internacional, sin embargo, es complicado determinar su mayor alcance en ausencia a una planificación estratégica general como destino que defina la visión, objetivos y metas específicas, como marco para el diseño de una estrategia nacional donde se recojan las diferentes gestiones desde los niveles territoriales y los múltiples sectores de la cadena de valor.

Con esta información sobre el valor intrínseco, organoléptico y cultural de los recursos gastronómicos y demás expresiones culinarias se han generado además avances sobre instrumentos como el Mapa Gastronómico que contó con apoyo de los miembros del Comité Culinario. También se han propuesto rutas gastronómicas en torno a elementos destacados de la gastronomía como productos emblemáticos (cacao, papa y café) y otros elementos característicos de regiones específicas (pitahaya, queso y rosas). Actualmente indican estar trabajando en fortalecer en componente gastronómico en el Proyecto Pueblos Mágicos que busca empoderar a ciertos destinos rurales que cuentan con condiciones para desarrollar actividad turística.

Aún no se identifica una estrategia definida para determinar el portafolio de productos a nivel nacional y aunque se han realizado algunas acciones conjuntas (como *fam-trips* con tour operadores en las rutas gastronómicas propuestas), aún no se ha logrado la participación activa de las agencias creadoras de producto. El rol del MINTUR es necesario para lograr una articulación de estos actores que manejan los grupos de turistas y conocen sus particularidades para que puedan interactuar con los diferentes actores de la cadena de valor del turismo gastronómico (como productores, procesadores, distribuidores, dueños de restaurantes, chefs y demás actores que se involucran en la provisión de los alimentos y la información relacionada) y usando la información e inteligencia comercial sobre las

tendencias, preferencias de la demanda y posicionamiento deseado, se llegue a generar propuestas de producto que tengan potencial comercial y apoyen la sostenibilidad de la oferta en el corto, mediano y largo plazo. Habrá además que considerar que gran parte de la demanda gestiona sus viajes y actividades de manera directa por lo que los generadores de las experiencias deberán estar en capacidad de comunicar su oferta y responder a las demandas de los turistas también por estos canales directos.

Se sugiere fomentar la participación de los productores en campo y los tour-operadores para el diseño creativo de experiencias que sean viables a nivel práctico y que respondan a las expectativas y aspiraciones de los mercados meta, cumpliendo altos niveles de calidad en el servicio e incorporando mayores niveles de sofisticación de la cadena de valor como sugiere Hjalager (2002) en su modelo. El alcance de esta investigación no implica la descripción de la oferta existente a nivel de territorio, pero de lo sondeado a través de la encuesta a los municipios se puede afirmar que el mayor porcentaje de la oferta con la que Ecuador cuenta, lo ubican en el primer eslabón del modelo jerárquico propuesto por dicha autora. Se conoce de contadas experiencias que integran características de niveles superiores, pero aun la mayoría de opciones se mantienen en un nivel de desarrollo básico. Considerando lo dicho, sería importante tomar en cuenta las características de sofisticación y complejidad de la cadena de valor que tienen los niveles superiores para que sean incluidas en la definición de la visión y objetivos que se piense plantear en el mediano y largo plazo.

Se recomienda además tomar en cuenta las consideraciones de la teoría de Grant (1991) e interpretada para el turismo gastronómico por Horng y Tsai (2012), sobre el análisis estratégico basado en el recurso. Según esta teoría, es recomendable identificar esas capacidades únicas y ventajas competitivas en el recurso que es un factor más estable y difícil de imitar por parte de la competencia. Ecuador puede aprovechar la diversidad y riqueza de su recurso para generar una estrategia que aproveche esas cualidades como base para su diferenciación y posicionamiento.

6. CONCLUSIONES FINALES

La información recabada en la presente investigación, junto a los análisis realizados han permitido conseguir cada uno de los objetivos planteados (ver tabla 4):

Objetivo:	Instrumento utilizado para su consecución:
<ul style="list-style-type: none"> • A1. Identificar las acciones y estrategias implementadas por el MINTUR en favor del desarrollo del turismo gastronómico en Ecuador. 	Entrevistas y levantamiento de información secundaria.
<ul style="list-style-type: none"> • A2. Recopilar información sobre los principales esfuerzos públicos y privados que el MINTUR haya tomado en consideración para la gestión de esta tipología de turismo. 	Entrevistas y levantamiento de información secundaria.

<ul style="list-style-type: none"> • A3. Sondear la percepción y conocimiento de los gestores públicos a nivel local - municipal sobre el turismo gastronómico, sus opiniones sobre el potencial y nivel de desarrollo de la oferta en territorio y las gestiones encaminadas al desarrollo de la actividad. 	Encuestas
<ul style="list-style-type: none"> • B1. Analizar el nivel de avance que alcanza al 2020 la gestión del turismo gastronómico en Ecuador tomando como referencia la guía que la OMT y el BCC publicaron sobre este tema en 2019. 	Matriz de análisis de acuerdo a cada una de las doce temáticas sugeridas por la OMT y BCC en la guía para la gestión local del turismo gastronómico.
<ul style="list-style-type: none"> • B2. Detallar las áreas pendientes y las acciones prioritarias de atención por parte del MINTUR para optimizar la gestión pública del turismo gastronómico del país. 	Se describen como parte de los hallazgos y resultados de las cuatro áreas en las que los doce temáticas de la guía de la OMT y el BCC (2019) fueron agrupadas.

Tabla 4: Consecución de objetivos planteados. Fuente; Elaboración propia (2021).

El levantamiento, compilación, análisis y exposición estructurada de hallazgos, constituyen la principal aportación de esta investigación, al brindar una base formal susceptible a ser consultada por los equipos técnicos y demás actores involucrados en la gestión pública del turismo gastronómico del Ecuador, optimizando el uso de productos y gestiones que se registran como avances a la fecha para la planificación estratégica y la priorización de temas en la gestión pública del desarrollo de la actividad.

Una de las principales limitaciones para este estudio ha sido que por la naturaleza política de la entidad objeto de análisis, la recopilación de información se limita a los documentos publicados o compartidos por diferentes administraciones, lo cual en algunos casos ha significado el no poder acceder a toda la información referente ya sea porque los documentos no fueron correctamente respaldados o por falta de acceso a los repositorios digitales que deberían contar con estos respaldos. Esto pese a que se ha contado con la mayor apertura por parte de los funcionarios y exfuncionarios encargados.

En base a lo evidenciado durante esta investigación, se puede afirmar que algunos documentos con avances y gestiones completas se llegan a perder en el paso del tiempo. Esto sumado al hecho ya descrito sobre el impacto en la sostenibilidad de las acciones que causan los cambios de autoridades, constituyen parte de los principales obstáculos para optimizar la gestión pública eficiente del turismo gastronómico en Ecuador. El presente estudio tiene ánimo de sumar a contrarrestar esta condición, al presentar la consolidación sistematizada de hallazgos a la fecha, mismos que pueden utilizarse como insumo dentro de un futuro proceso de planificación estratégica por parte del MINTUR. Es vital para el desarrollo de la actividad el contar con una planificación nacional que funcione como carta de navegación con un horizonte a largo, mediano y corto plazo, que debería ser fruto de un proceso participativo, al integrar a los principales representantes de los diferentes sectores que interactúan en la cadena de valor de la actividad, permitiendo contar con una estrategia que funcione independiente a la visión de la administración de turno de la institución y asegure su sostenibilidad. Para esto el MINTUR tiene como desafío clave el establecer un

modelo de gobernanza que promueva el desarrollo organizado, técnico y colaborativo del turismo gastronómico. Esto brindaría una estructura al promover y guiar la articulación de iniciativas de terceros interesados en la promoción y el desarrollo de la gastronomía nacional y del turismo que se desarrolla en relación al recurso gastronómico.

Considerando el nivel de impacto que el contar con una planificación estratégica supone en el destino, se puede afirmar que el hecho de que Ecuador no haya contado hasta la fecha con un instrumento de tales características, se identifica como una de las razones principales para que el desarrollo de esta tipología de turismo no haya alcanzado un mayor nivel de progreso hasta finales del 2020, con lo que se confirma la hipótesis establecida.

Dentro de las áreas de interés para próximas investigaciones relacionadas, se identifican temáticas como el análisis del desarrollo de la oferta nacional de turismo gastronómico, la definición de un modelo de gobernanza factible bajo el marco legislativo existente, la identificación del perfil del turista gastronómico nacional e internacional (características, expectativas y percepciones), el estudio comparativo del potencial gastronómico con países de la región y la definición de los puntos sobre los que se puede establecer una estrategia diferencial basada en el recurso, entre otros.

REFERENCIAS

- Grant, R. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. *California Management Review*, 33, 114–135. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7088-3.50004-8>
- Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy* (A.-M. Hjalager & G. Richards (eds.)). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203218617>
- Hornig, J.-S., & Tsai, C.-T. S. (2012). Culinary tourism strategic development: an Asia-Pacific perspective. *International Journal of Tourism Research*, 14(1), 40–55. <https://doi.org/10.1002/jtr.834>
- Ley de Turismo del Ecuador (No.97), Registro Oficial Suplemento 733 de 27/12/2002 Última Modificación 29/12/2014 (2002). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Ley-De-Turismo.pdf>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador (MCYP). (2012). *Proyecto Salvaguardia Del Patrimonio Inmaterial Culinario Del Ecuador*. MCYP. <https://contenidos.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/2015/conservaci--n-y-salvaguada.pdf>
- Navarro Oltra, G., & Medina, F. X. (2018). Sellos, turismo y gastronomía: El papel de la gastronomía en la promoción turística de España a través de los sellos de correos. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(4), 927–938. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.065>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2015). *Contribución del Turismo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*. UNWTO.

- World Tourism Organization (UNWTO). (2017). Second Global Report on Gastronomy Tourism. In *Affiliate Members Report, Volume sixteen – Second Global Report on Gastronomy Tourism*. <https://doi.org/978928441870>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2019a). UNWTO Tourism Definitions | Définitions du tourisme de l'OMT | Definiciones de turismo de la OMT. In *World Tourism Organization*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2019b). Gastronomy Tourism – The Case of Japan. In *Gastronomy Tourism – The Case of Japan* (primera). World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284420919>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2020). Turismo en Iberoamérica – Creando oportunidades para todos. In *Turismo en Iberoamérica – Creando oportunidades para todos* (1st ed.). World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284421497>
- World Tourism Organization (UNWTO) y Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico* (1st ed.). World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284420995>