



La gastronomía típica de Jipijapa como motor del turismo cultural

The typical gastronomy of Jipijapa as a driving force for cultural tourism

A gastronomia típica de Jipijapa como motor do turismo cultural

Dayanara Liseth Suarez Segovia ^I
dayanara.suarez@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1563-2022>

Jorge Luis Conforme Sornoza ^{II}
jconforme@produccion.gob.ec
<https://orcid.org/0009-0004-0531-9624>

Correspondencia: dayanara.suarez@unesum.edu.ec

Ciencias de la Económicas
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 26 de junio de 2025 * **Aceptado:** 24 de julio de 2025 * **Publicado:** 27 de agosto de 2025

- I. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Magister en Administración Pública, Docente Contratada Carrera de Turismo, Facultad Ciencias Económicas, Jipijapa, Ecuador.
- II. Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca, Jipijapa, Ecuador.

Resumen

En los últimos años, la gastronomía ecuatoriana ha cobrado mayor relevancia gracias a la riqueza de sus sabores, texturas y técnicas culinarias, pero, sobre todo, por la historia y herencia ancestral que encierra cada preparación. A partir de este contexto, el presente estudio tuvo como objetivo analizar la gastronomía como un factor motivacional de viaje en el cantón Jipijapa, provincia de Manabí. Para ello, se empleó una metodología de enfoque mixto, combinando criterios cualitativos y cuantitativos. Como parte del trabajo de campo, se recopilaron 12 fichas técnicas de platos típicos representativos de la zona. Además, se analizaron las principales motivaciones de los visitantes, identificando que, si bien existen diversos factores que influyen en su decisión de viajar, destacan especialmente la búsqueda de realización personal y la satisfacción emocional como elementos clave en la experiencia turística. Por otro lado, los resultados reflejan que el 80% de los encuestados viajan a Jipijapa motivados por el deseo de visitar su tierra natal. De ese porcentaje, el 63% corresponde a personas originarias de Jipijapa que actualmente residen fuera del cantón por razones laborales u otras actividades. Esto revela el fuerte vínculo emocional que tienen con su cultura y gastronomía local, constituyéndose en un importante elemento de atracción turística.

Palabras Clave: Gastronomía; motivaciones; turismo; satisfacción.

Abstract

In recent years, Ecuadorian cuisine has gained greater relevance thanks to its rich flavors, textures, and culinary techniques, but above all, to the history and ancestral heritage embedded in each preparation. Based on this context, this study aimed to analyze gastronomy as a motivating factor for travel in the Jipijapa canton, Manabí province. To this end, a mixed-method approach was used, combining qualitative and quantitative criteria. As part of the fieldwork, 12 technical sheets of typical dishes representative of the area were compiled. Furthermore, the main motivations of visitors were analyzed, identifying that, while various factors influence their decision to travel, the pursuit of personal fulfillment and emotional satisfaction stand out as key elements of the tourist experience. Furthermore, the results reflect that 80% of those surveyed travel to Jipijapa motivated by the desire to visit their homeland. Of that percentage, 63% are people originally from Jipijapa who currently reside outside the canton for work or other activities. This demonstrates the strong emotional connection they have with their local culture and cuisine, which constitutes an important tourist attraction.

Keywords: Gastronomy; motivations; tourism; satisfaction.

Resumo

Nos últimos anos, a cozinha equatoriana ganhou maior relevância graças aos seus ricos sabores, texturas e técnicas culinárias, mas, acima de tudo, à história e à herança ancestral incorporadas em cada preparação. Com base neste contexto, este estudo teve como objetivo analisar a gastronomia como fator motivador para as viagens no cantão de Jipijapa, província de Manabí. Para tal, recorreu-se a uma abordagem de método misto, combinando critérios qualitativos e quantitativos. No âmbito do trabalho de campo, foram compiladas 12 fichas técnicas de pratos típicos representativos da região. Além disso, foram analisadas as principais motivações dos visitantes, identificando-se que, embora diversos fatores influenciem a sua decisão de viajar, a procura pela realização pessoal e pela satisfação emocional destacam-se como elementos-chave da experiência turística. Além disso, os resultados refletem que 80% dos inquiridos viajam para Jipijapa motivados pelo desejo de visitar a sua terra natal. Desta percentagem, 63% são pessoas originárias de Jipijapa que atualmente residem fora do cantão em trabalho ou outras atividades. Isto demonstra a forte ligação emocional que têm com a cultura e a gastronomia locais, que constituem uma importante atração turística.

Palavras-chave: Gastronomia; motivações; turismo; satisfação.

Introducción

La gastronomía de la provincia de Manabí es ampliamente reconocida tanto a nivel nacional como internacional. En este contexto, el cantón Jipijapa se destaca por sus tradiciones culinarias ancestrales, en las que el maíz, el maní, la yuca, el café y el plátano son ingredientes fundamentales. Estos productos, cultivados en la región, forman parte de recetas con raíces precolombinas que han sido transmitidas de generación en generación. Más allá de los sabores, cada preparación encierra historias contadas entre leña y barro, en su mayoría protagonizadas por mujeres manabitas, cuya labor culinaria refleja la riqueza natural del territorio, la tradición oral y el legado cultural de sus comunidades.

Para Aguilar, N. (2015), la gastronomía jipijapense constituye un valor intangible que forma parte del patrimonio cultural de la zona. Este valor se expresa no solo en los ingredientes utilizados, sino también en el arte de su preparación, la dedicación y esmero de quienes la elaboran, así como en

el uso de técnicas tradicionales como el horno de barro alimentado con leña, el cual aporta un sabor único e inconfundible.

A pesar de esta riqueza, el potencial gastronómico de Jipijapa no ha sido aprovechado plenamente como recurso turístico ni como fuente de desarrollo económico para las familias locales. Muchos de los actores clave, tanto institucionales como comunitarios, no han promovido de manera efectiva esta herencia culinaria como parte del turismo cultural y gastronómico, lo cual ha limitado su visibilidad a nivel nacional e internacional.

El turismo ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años, consolidándose como uno de los pilares de la economía nacional y provincial. Dentro de este contexto, es crucial reconocer el valor de la gastronomía como un atractivo turístico que puede impulsar el desarrollo local. Platos emblemáticos como el ceviche de pescado con maní y aguacate, entre otros, representan un fuerte motivo de visita para turistas que buscan experiencias auténticas y memorables (Campo, G. 2019). Esta investigación se adentra en el análisis de los recursos culturales y turísticos del cantón Jipijapa, con énfasis en su oferta gastronómica como expresión de identidad cultural. Se propone valorar la gastronomía local no solo como una manifestación cultural, sino como una herramienta estratégica para el desarrollo turístico. A partir del perfil de los visitantes y de las tendencias actuales del turismo, se busca establecer acciones concretas que permitan posicionar la cocina jipijapense en el mercado turístico y fomentar su reconocimiento más allá de las fronteras locales (Carbajal, Á. 2018).

Metodología

Diseño Metodológico. – Las técnicas y procesos que serán utilizados en el artículo, en el cual se ha recopilado información la cual interceden diferentes áreas, mediante un análisis descriptivo, cualitativo y cuantitativo se dio cumplimiento con los objetivos que previamente fueron planteados, además se conocerá las herramientas con las que se pondrá en marcha la recopilación de datos.

Según Suárez, Sáenz & Mero (2016) indican que los estudios descriptivos “indican la existencia de determinados hechos o fenómenos en la población estudiada. Es una simple confirmación. Está permitido explicar hechos o fenómenos. Esto le permite probar la existencia de características o cualidades en ciertos grupos sociales”. (pág. 82)

Población y muestra. - La metodología utilizada en esta investigación es cuantitativa y cualitativa. De acuerdo con Hernández et al., (2018), el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos y

el enfoque cualitativo se basa en métodos de recolección de datos, que consisten en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos). Luego de la aplicación de la formula se logró obtener que la muestra a utilizar fue de 100 turistas.

Resultados

Los hallazgos del estudio evidencian que la gastronomía típica de Jipijapa constituye un pilar fundamental de la identidad cultural y del atractivo turístico del cantón. Platos como los **bollos de cerdo o pescado**, el **café pasado** y los **raspados** no solo cumplen una función alimenticia, sino que se configuran como **expresiones vivas del patrimonio inmaterial**, al estar ligados a prácticas comunitarias, rituales y tradiciones intergeneracionales.

La preferencia de los visitantes muestra que existe un **fuerte consumo local** de estos productos, lo cual garantiza su vigencia cultural, aunque también revela la necesidad de potenciar estrategias de **promoción nacional e internacional**, dado que apenas un 5% de los visitantes proviene del extranjero.

Se destaca que la gastronomía atrae principalmente a personas mayores de 31 años, quienes buscan experiencias auténticas y tradicionales; mientras que los jóvenes (18-30 años) priorizan los atractivos naturales y recreativos, consumiendo los platos típicos de forma complementaria. Esto representa una oportunidad para integrar la **gastronomía con el ecoturismo**, generando propuestas de valor más completas para distintos segmentos de mercado.

El consumo gastronómico se realiza en diferentes espacios, predominando los locales de expendio y los domicilios, lo que refleja la dualidad entre el consumo **familiar-tradicional** y el **comercial-turístico**. Además, el hecho de que un 37% consuma varias veces por semana la comida típica, confirma que estos productos no solo son parte de la oferta turística, sino también de la vida cotidiana de los jipijapenses.

Por último, la asociación entre gastronomía, naturaleza y hospitalidad local posiciona a Jipijapa como un destino integral que combina **turismo cultural, gastronómico y de naturaleza**, con un fuerte potencial para desarrollarse bajo un modelo de **turismo sostenible**.

Tabla: Platos típicos representativos identificados en el estudio

<i>Plato típico</i>	<i>Descripción</i>	<i>Significado cultural</i>	<i>Contextos de consumo</i>
<i>Bollos (de cerdo o pescado)</i>	Elaborados con plátano y maní, envueltos en hojas de plátano, cocidos en hornos de barro por 7-10 horas.	Expresión comunitaria y familiar; símbolo del paisaje cultural jipijapense.	Festividades, reuniones familiares, ventas locales.
<i>Café pasado</i>	Preparado en olla o filtrado; acompaña velorios campesinos y reuniones sociales.	Elemento central en rituales y eventos sociales; transmite hospitalidad.	Velorios, celebraciones, visitas familiares, desayunos tradicionales.
<i>Raspados</i>	Hielo granizado raspado manualmente, servido con mieles de sabores.	Identidad popular; símbolo lúdico y refrescante ligado a la memoria colectiva.	Calles, plazas y ferias; consumo cotidiano y turístico.
<i>Otros mencionados</i>	Tortilla de maíz, humitas, natilla, greñoso, ceviche, chicha, pan de maíz, torta de plátano.	Variedad que muestra la riqueza culinaria montubia.	Encuentros familiares, celebraciones comunitarias y restaurantes.

Fuente: Datos recabados dentro del área de estudio.

Descripción de cada platillo

Bollos (de cerdo o de pescado):

Uno de los platos más emblemáticos de Jipijapa. Su elaboración es un proceso comunitario que inicia desde la madrugada. Las familias se reúnen para prepararlos cuidadosamente, seleccionando hojas de plátano de buen grosor, amasando una mezcla de plátano y maní condimentado, con bollos que pueden llegar a pesar hasta tres libras. La cocción puede tomar entre 7 y 10 horas en hornos de barro a ras del suelo, rodeados de ceniza y troncos de leña al rojo vivo. El humo que emana de las

casas tradicionales de caña guadua al amanecer forma parte del paisaje cultural jipijapense (Campuzano, 2020).

Café pasado:

El café tiene un papel central en eventos sociales y rituales, como los velorios campesinos, donde se honra al fallecido durante la noche. Estas reuniones son también una muestra de la riqueza gastronómica local: se sacrifican animales de corral y se preparan numerosos platos como bollos de maní y chanco, tortillas de maíz y yuca (dulces o saladas), roscas, bizcochuelos, corviches, pan de maíz, torta de plátano con maní y carne de cerdo, entre otros. El café, preparado en olla o filtrado, es un infaltable en estos encuentros (Inga *et al*, 2021).

Raspados:

Los tradicionales raspados de Jipijapa se preparan con hielo granizado raspado manualmente desde bloques sólidos, utilizando cuchillas metálicas, y se sirven con mieles saborizadas y coloridas. Más allá del aspecto culinario, este producto ha trascendido como parte de la identidad local, al punto de que se hace una analogía entre los raspados y los habitantes del lugar, conocidos por tener poco vello corporal.

Preferencias de los visitantes al viajar a Jipijapa

Procedencia:

El 71% de los visitantes son locales, el 13% provienen de otras provincias del país, el 11% son del resto de la provincia de Manabí, y apenas un 5% son internacionales. Estos datos evidencian una baja promoción turística del cantón a nivel nacional e internacional.

Del total de encuestados, el 63% son hombres y el 37% mujeres, lo que sugiere una mayor afluencia de visitantes masculinos al cantón.

La mayoría de los visitantes interesados en la gastronomía de Jipijapa tiene más de 31 años, lo que indica una inclinación de personas con gustos definidos hacia lo tradicional. Un 32% corresponde a jóvenes de entre 18 y 30 años, quienes se sienten atraídos principalmente por los balnearios de agua dulce y los atractivos naturales de la zona.

Entre los platos más mencionados por los visitantes se encuentran: tortilla de maíz, chicha, humitas, natilla, greñoso, bollo, café y ceviche. Estos productos son altamente valorados por su sabor y autenticidad.

El 35% de los visitantes consume la gastronomía en locales de expendio, el 32% en sus domicilios, el 29% en restaurantes y un 5% la adquiere a través de vendedores ambulantes.

El 51% de los encuestados disfruta la comida en familia, el 23% con amigos, el 16% en pareja, y el resto lo hace en solitario. Además, se evidenció que el 37% consume los platos típicos varias veces por semana, mientras que el 24% lo hace cada quince días.

Además de la gastronomía, los visitantes son atraídos por los recursos naturales del cantón, como cascadas, ríos, paisajes verdes y la hospitalidad de su gente. Estos elementos convierten a Jipijapa en un destino ideal para el turismo de naturaleza, cultural y gastronómico.

Discusión

En la actualidad, Ecuador ha experimentado un notable crecimiento en su oferta turística, reflejado en la mejora de su infraestructura, la diversificación de servicios y el aumento de actividades orientadas a satisfacer las nuevas demandas de los viajeros. Entre estas nuevas formas de turismo, destaca el turismo gastronómico, una tipología que ha cobrado relevancia en los últimos años. Esta modalidad se centra en la visita a destinos cuya identidad cultural se expresa a través de su cocina, donde ciertos platos emblemáticos se convierten en la carta de presentación del lugar.

Para Mielnikowicz, M. (2017) esta tendencia no solo abarca la alta cocina o los restaurantes reconocidos, sino que también ha visibilizado espacios populares como las llamadas “huecas”: puestos informales o tradicionales, muchas veces alejados de los circuitos turísticos convencionales, donde se ofrecen preparaciones locales auténticas. Estos lugares, valorados por su sabor, tradición y accesibilidad, forman parte integral de la experiencia gastronómica del visitante. De acuerdo con la teoría del funcionalismo de Bronislaw Malinowski (2018), un territorio se caracteriza por su cultura y por los constantes cambios que se producen en su entorno. Bajo esta perspectiva, el turismo gastronómico se reconoce como un fenómeno cultural dinámico que ha ganado protagonismo, representando un medio por el cual los destinos proyectan su identidad y se diferencian de otros lugares. Esta evolución ha llevado a consolidar la gastronomía como un atractivo turístico en sí mismo, capaz de movilizar visitantes y generar reconocimiento a nivel local y nacional (Núñez, M. A., & Larrín, S. B. 2016).

En el marco de esta investigación, uno de los objetivos principales fue identificar las motivaciones de viaje asociadas a la gastronomía en los visitantes del cantón Jipijapa. Los resultados evidencian que los platos más representativos, según las expectativas de los turistas, son aquellos que pueden encontrarse durante todo el año y que son accesibles tanto en precio como en disponibilidad (Oblea, 2019).

Entre ellos, destaca el bollo, considerado uno de los platos más emblemáticos de la cocina jipijapense. Su preparación artesanal y su fuerte carga cultural lo convierten en un elemento atractivo para quienes buscan una experiencia culinaria auténtica. El proceso de elaboración comienza con el rallado de plátano verde en un recipiente amplio; a la masa resultante se le incorpora un refrito de cebolla, pimienta, cilantro y achiote, además de maní molido. Esta mezcla se amasa cuidadosamente, añadiendo agua según sea necesario para lograr una textura adecuada. Luego, se prepara la hoja de plátano –previamente suavizada al fuego– que servirá para envolver el bollo. En el centro de la masa se coloca cerdo o pescado previamente aliñado, y se procede a envolver y amarrar cuidadosamente el contenido. Finalmente, el bollo se cuece en un horno de barro tradicional, lo que le confiere su sabor característico y distintivo (Chancay, 2018).

Este tipo de preparación no solo representa un deleite culinario, sino también un elemento clave de la identidad cultural de Jipijapa, siendo motivo de orgullo local y de atracción turística significativa. Su elaboración, ligada a prácticas ancestrales, es parte fundamental de la experiencia que el visitante busca y valora durante su estancia (Fernández, 2019).

Conclusiones

Conocer las motivaciones se logró cumplir con el objetivo al llenar una ficha de encuesta a los visitantes sobre las motivaciones y preferencias al momento de viajar a jipijapa para probar su gastronomía, con esto se logró obtener que el 90% de los encuestados viajan a Jipijapa por su gastronomía variada caracterizada por la utilización de ingredientes de la zona, también se identificó que el 63% viaja en familia y tiene un gusto por realizarlo en una frecuencia de una vez por semana o cada 15 días.

Estos resultados denotan que Jipijapa si logra obtener interés en los visitantes por su gastronomía pero que esto no es solamente el motor que impulsa el turismo en el cantón si no que está acompañado del interés de conocer los parajes que ofrece Jipijapa a los visitantes, caracterizado por tener cascadas, ríos playas y otros atractivos que llaman la atención de los visitantes nacionales, locales, regionales y extranjeros hasta el cantón.

El perfil del turista que llega a Jipijapa es fundamental desde el punto de vista que conociendo sus expectativas y sus preferencias se logra brindar un mejor servicio es por esto que se identificó que el visitante de Jipijapa es en gran porcentajes hombres de más de 31 años que tienen gustos específicos por la gastronomía de Jipijapa, aman el ceviche de Jipijapa con maní y aguacate y que

visitan el lugar con frecuencia con familia y amigos en una estacionalidad que esta entre una vez por semana y cada 15 días, que en un 70% son de origen local y no pernocta en el cantón solo llega de visita y viaja.

Referencias

- Aguilar, N. (2015). La gastronomía peruana patrimonio cultural: material e inmaterial, genera desarrollo socioeconómico en la provincia de Huánuco. *Investigación Valdizana*, 10(4), 190-193. doi:<https://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/article/view/82/84>
- Anchón, M., González, M. P., & Varela, G. (2018). Criterios de armonía funcional entre gastronomía y salud: una visión desde la comunidad científica. *Nutrición Hospitalaria*, 35(4), 75-84. doi:<http://dx.doi.org/10.20960/nh.2131>
- Campo, G. (2019). Patrimonio Cultural Inmaterial de Michoacán: La Pirekua y la Cocina Tradicional. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Campuzano, G. E. (2020). Estudio de la gastronomía típica y cultural, huecas y recetas en la zona Sur de la provincia de Los Ríos, año 2020. Quevedo- Ecuador: Tesis de GRado: Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
- Carbajal, Á. (2018). *Manula de nutrición dietética*. Madrid-España: Universidad Complutense de Madrid.
- Chancay, C., & Yagual, G. (2018). Estudio y Propuesta de Difusión de la Gastronomía Tradicional del cantón Gualaceo. Tesis de grado. Universidad de Guayaquil.
- Fernández, M. D., Aguyirregitia, A., & Bringas, N. (2019). La cocina de producto: seña de identidad y recurso de comunicación en la alta restauración en España. *RCS, Revista Latina de Comunicación Social*(74), 873-896. doi:<http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2019-1362>
- Inga, C. F., Avilés, C., & Garrido, A. (2021). Saberes ancestrales alimentarios y desarrollo del turismo gastronómico en el cantón Cañar. *Polo del Conocimiento*, 6(9), 1679-1691. doi:10.23857/pc.v6i9.3133
- Mielnikowicz, M. (2017). La construcción de la identidad de marca en la gastronomía contemporánea y la influencia en la percepción del consumidor. *TURyDES*(2), 1-36.
- Núñez, M. A., & Larrín, S. B. (2016). Gastronomía de la provincia de Imbabura como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador Parroquia San Antonio Cantón Ibarra. Ibarra-Ecuador: Universidad Técnica del Norte.
- Oblea, C. B. (2019). La gastronomía tradicional del distrito de Catacaos, Pira en el año 2018. Tesis de grado. Universidad César Vallejo.
- .

© 2025 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).