

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS DEL MAR

LICENCIATURA EN TURISMO

“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN EL
CANTÓN SANTA ROSA DE LA PROVINCIA DE EL ORO A TRAVES DEL
ANÁLISIS E INVENTARIO DE SUS PLATOS TÍPICOS”

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIATURA EN TURISMO

Presentada por

MARLON ENRIQUE FLORIL RODRÍGUEZ

SAIDA MARIELA FLORIL RODRÍGUEZ

Guayaquil - Ecuador

2011

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a todas aquellas personas que hicieron posible la realización de este documento, entre ellas al MSc. Wilmer Carvache Franco, al Departamento de Turismo de la M.I. Municipalidad del Cantón Santa Rosa y a los distintos establecimientos que nos brindaron toda la información requerida para la investigación.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis queridos padres que cultivaron en mi el valor de la responsabilidad y dedicación al estudio; a mis hermanos, que han compartido conmigo una buena parte de mis vivencias estudiantiles y a todos quienes me brindaron su invaluable apoyo hasta alcanzar esta meta.

Marlon Floril Rodríguez.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis amados padres y mi hermano Boris, quienes han sido un pilar fundamental en mi desarrollo profesional y personal. A mi compañero de tesis, gran amigo y hermano Marlon, que ha estado junto a mí durante toda mi vida Universitaria ayudándome incondicionalmente. A mi segunda madre que ya no está entre nosotros pero guía mis pasos. Todos ellos son la inspiración que tengo para continuar mi camino.

Saida Floril Rodríguez.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Msc. Jerry Landívar

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MSc. Wilmer Carvache

DIRECTOR DE TESIS

MSc. Julio Gavilanes

VOCAL PRINCIPAL

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas, y doctrinas expuestos en esta tesis, corresponden exclusivamente a sus autores, y el patrimonio intelectual de la Tesis de grado corresponde a la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**”.

MARLON FLORIL RODRÍGUEZ

Autor de la tesis

SAIDA FLORIL RODRÍGUEZ

Autor de la tesis

RESUMEN

Un tema que impulsa el desarrollo, difusión y promoción de un sector turístico es la “Propuesta de creación de una ruta gastronómica en el Cantón Santa Rosa de la Provincia de El Oro a través del análisis e inventario de sus platos típicos”

La información acerca de los platos típicos que se expenden en los distintos establecimientos de este cantón se puede encontrar en el inventario de este proyecto de tesis y busca dar a conocer e informar sobre los beneficios que se pueden conseguir aplicando este proyecto.

El objetivo se enfoca en crear una ruta gastronómica en el Cantón Santa Rosa mediante el análisis y promoción de los distintos platos típicos que existen para que sea esta una alternativa de desarrollo económico para la comunidad.

Este estudio pretende confirmar la validez de la presente hipótesis: La creación de una ruta gastronómica en el Cantón Santa Rosa y el análisis e inventario de sus platos típicos, traerá como beneficio mayor afluencia de visitantes. Para el logro positivo de la implementación de la ruta gastronómica e inventario de platos típicos es necesario la colaboración de las comunidades y establecimientos participantes, la capacitación de las mismas en atención al cliente y las mejoras necesarias para brindar un mejor

servicio; y como es lógico será necesaria la ayuda y patrocinio de las autoridades pertinentes.

Se realizaron entrevistas a propietarios, chefs, auxiliares de cocina de varios establecimientos y se pidió colaboración a las autoridades del Departamento de Turismo del Municipio del Cantón, de los cuales se obtuvo valiosa información que sirvió para completar esta investigación; obteniendo como resultado el levantamiento de un inventario sumamente útil para la creación de una ruta gastronómica y el análisis de la oferta de platos típicos que sirven como importante aporte para la ruta propuesta que se dará a conocer para el beneficio del turismo y la economía del Cantón Santa Rosa.

ÍNDICE GENERAL

	Página
Resumen.....	VII
Índice General.....	IX
Índice de Tablas.....	XII
Índice de Fichas.....	XIII
Índice de Figuras.....	XIV
Índice de Anexos.....	XV
Introducción.....	XVI
CAPÍTULO 1	
GENERALIDADES, MARCO CONCEPTUAL	
1.1 Generalidades	1
1.1.1 Condiciones Geográficas.	3
1.1.1.1 Ubicación Geográfica.	4
1.1.1.2 Clima	5
1.2 Marco Conceptual.	5
1.2.1 Atractivo Turístico.	5
1.2.2 Ruta	9
1.2.3 Ruta Gastronómica.	10
1.2.4 Gastronomía.	12
1.2.5 Servicios Turísticos.....	12

1.2.6 Infraestructura.....	16
1.2.7 Oferta.	22
1.2.8 Demanda.	22

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA

2.1 Metodología aplicada.	24
2.2 Hipótesis Planteada.....	26
2.3 Métodos de Pensar.	26
2.4 Métodos de Trabajo.....	27

CAPITULO 3

ASPECTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SANTA ROSA

3.1 Análisis de la Oferta turística.	33
3.1.1 Servicios turísticos.	34
3.2 Planta turística.	41
3.3 Infraestructura.	47
3.4 Atractivos Turísticos.	52
3.5 Análisis de la Demanda.....	63

CAPITULO 4

INVENTARIO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN SANTA ROSA CON POTENCIAL TURÍSTICO.

4.1 Inventario de platos típicos	69
4.2 Análisis del potencial turístico de la oferta gastronómica.	116

CAPÍTULO 5.

PROPUESTA DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN SANTA ROSA DE LA PROVINCIA DE EL ORO.

5.1 Ruta propuesta.....	117
5.2 Propuesta de Promoción de la Ruta Gastronómica.	124
5.2.1 Relaciones Públicas y Personales.	124
5.3 Publicidad.	126
5.3.1 Elaboración de un folleto con la ruta.	126
5.3.2 Elaboración de afiches.	126
5.3.3 Publicidad prensa y TV.....	126
5.4 Merchandising	127
5.4.1 Camisetas y Souvenirs	128
CONCLUSIONES	129
RECOMENDACIONES.....	131
ANEXOS.....	134
BIBLIOGRAFÍA	138

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla N° I Modelo de Ficha de Inventario de Platos	32
Tabla N° II Establecimientos de Alojamiento	35
Tabla N° III Establecimientos de Comida.....	37
Tabla N° IV Establecimientos de Diversión	42
Tabla N° V Establecimientos de Comida no Categorizados	46
Tabla N° VI Clasificación de la infraestructura.....	50
Tabla N° VII Inventario de atractivos turísticos del Cantón Santa Rosa....	62
Tabla N° VIII de Flujos Turísticos y Estacionalidad	66

ÍNDICE DE FICHAS

Ficha de Inventario de Platos No.1.....	71
Ficha de Inventario de Platos No.2.....	74
Ficha de Inventario de Platos No.3.....	77
Ficha de Inventario de Platos No.4.....	80
Ficha de Inventario de Platos No.5.....	83
Ficha de Inventario de Platos No.6.....	86
Ficha de Inventario de Platos No.7.....	89
Ficha de Inventario de Platos No.8.....	92
Ficha de Inventario de Platos No.9.....	95
Ficha de Inventario de Platos No.10.....	98
Ficha de Inventario de Platos No.11.....	101
Ficha de Inventario de Platos No.12.....	104
Ficha de Inventario de Platos No.13.....	107
Ficha de Inventario de Platos No.14.....	110
Ficha de Inventario de Platos No.15.....	113

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° I Entrada a la Isla JAMBELÍ.....	53
Figura N° II Atardecer en JAMBELÍ.....	53
Figura N° III Playa de JAMBELÍ.....	54
Figura N° IV Informativo de JAMBELÍ	54
Figura N° V Monumento a Jorge Káiser.....	55
Figura N° VI Monumento al Pescador	55
Figura N° VII Iglesia Matriz de Santa Rosa de Lima.....	56
Figura N° VIII Parque Simón Bolívar	56
Figura N° IX Casas de arquitectura vernácula	57
Figura N° X Limón Playa	57
Figura N° XI Parque Sucre	58
Figura N° XII Puerto Jelí	58
Figura N° XIII Camaroneras	59
Figura N° XIV Valle Hermoso	59
Figura N° XV San Agustín.....	60
Figura N° XVI Las Chorreras de Río Chico	60
Figura N° XVII Mercado Central	61
Figura N° XXVIII Mapa del Cantón Santa Rosa	118
Figura N° XXIX Tríptico De La Ruta Gastronómica.....	123

ÍNDICE DE ANEXOS

	Página
Anexo I Mapa División por parroquias del Cantón Santa Rosa.....	135
Anexo II Mapa Zona Gastronómica del Cantón Santa Rosa	136
Anexo III Mapa Zona Industrial del Cantón Santa Rosa.....	137

INTRODUCCIÓN

El Cantón Santa Rosa de la Provincia de El Oro, conocido por ser pionero en la producción de camarón en cautiverio, utilizando piscinas artificiales para el crecimiento de dicho crustáceo. Además es productor de banano, cacao de exportación y muchos productos de ciclo corto que abastecen los mercados para el consumo interno. Sin embargo, el bajo precio en el pago al pequeño productor y el alza de costos de producción han sido motivo para que la gente tome otras alternativas con el propósito de mantener o mejorar su economía; y una de esas alternativas es la gastronomía con elaboración de platos típicos de la zona y creación de platos propios de cada establecimiento, especialmente en lo que se refiere a pescados y mariscos.

El objetivo general de este proyecto es proponer la creación de una ruta gastronómica en el Cantón Santa Rosa de la Provincia de El Oro, a través del análisis e inventario de sus platos típicos.

Dentro de los objetivos específicos se encuentran los siguientes:

- Proponer formas de difusión de la ruta gastronómica en el cantón, para así determinar el flujo turístico del lugar a través de un estudio de marketing.

- Determinar la infraestructura y accesibilidad para el desarrollo de la ruta gastronómica en el Cantón Santa Rosa mediante un inventario de

atractivos turísticos para identificar las áreas relacionadas con la actividad.

- Definir las deficiencias que limitan el desarrollo del turismo gastronómico en el cantón.

- Determinar las necesidades de la oferta y la demanda del Cantón Santa Rosa.

Se elaborará además de la ruta gastronómica una propuesta de promoción de la misma, ofreciendo de muestra el diseño de tríptico y plan de difusión y promoción que se puede implementar; esperando se tome en cuenta por las autoridades respectivas para trabajar en beneficio del turismo del Cantón Santa Rosa.

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES, MARCO CONCEPTUAL.

1. Generalidades

Santa Rosa es una ciudad en la Provincia de El Oro, en el sudoeste ecuatoriano. Es la cabecera del cantón homónimo. Situada en la margen derecha del río Santa Rosa, fue fundada en 1617. Recibió su nombre de Santa Rosa de Lima. La ciudad sobrevivió a un aluvión que en 1927 casi la borra del mapa.

Santa Rosa fue ocupada por tropas peruanas el 5 de julio de 1941 y permaneció invadida siete meses hasta febrero de 1942. Las tropas se alimentaron del ganado de la zona. La población civil debió huir a la provincia del Guayas o a zonas elevadas de El Oro (Paccha). Parte de la población actual está formada por personas que emigraron desde Loja por una gran sequía que azotó a esa provincia.

Después de la guerra, la ciudad fue reconstruida y hoy es el segundo núcleo de población de la provincia.

En octubre de 1997 Santa Rosa sufrió de un segundo aluvión que ocasionó grandes daños. Se inundaron los barrios cercanos al río Santa Rosa y parte del centro de la ciudad. El nivel del río sube con mucha frecuencia debido a las fuertes lluvias y a la marea que impide una rápida evacuación de sus aguas.

El 15 de octubre (1859) es el día de Cantonización de Santa Rosa, que en el año 2010 cumplió 151 años de vida política cantonal, habiéndose convertido en un polo de desarrollo y progreso, que aporta mucho al erario nacional.

1.1.1 Condiciones Geográficas.

Superficie: 860 Km²

Altura: 13 m. SNM

Temperatura: 26 a 30 grados C. °

Limites del Cantón Santa Rosa

Norte: con los Cantones Machala y Pasaje

Sur: con los Cantones Piñas y Arenillas

Este: con los Cantones Pasaje y Atahualpa

Oeste: con el Cantón Arenillas y Océano Pacífico

Dos grandes zonas forman la provincia de El Oro: La occidental y la oriental.

La primera de ellas o Costanera, es asiento de los cantones Machala, Pasaje y Santa Rosa. Dentro de ésta se encontrará una subzona de manglares desde Puerto Hualtaco, continúa por el estero de Jambelí y abarca las islas del archipiélago del mismo nombre. Esta subzona está sujeta a inundaciones ocasionales por las mareas y pertenece a la región costanera que está interceptada por una faja de tierra húmeda que llega hasta Machala. La zona oriental tiene un ligero relieve montañoso, es de carácter subtropical y se halla comprendida en la hoya del Puyango. En esta región tiene cabida terrenos de zonas frías como Chilla y Guanazán, zonas templadas como Zaruma, Malvas, Paccha, Ayapamba y Piñas, zonas cálidas como Marcabelí y Portovelo. Existe una subzona de sabanas desde Santa Rosa, pasa por las cercanías de Machala y llega hasta cerca del río Jubones. Son lugares que

se inundan en el invierno, no se presta para la agricultura pero si para la crianza de ganado. Cuando llega el verano las sabanas se secan y presentan un terreno arcilloso.

Archipiélago de Jambelí

Al occidente de la provincia, a partir de la frontera con el Perú, se encuentra el archipiélago de Jambelí separado de la costa por una red de esteros y canales. Las islas de Jambelí constituyen un rincón privilegiado por su belleza, su clima primaveral y las playas que convierten la zona en un centro de atracción turístico a cual se puede llegar fácilmente desde Puerto Bolívar gracias a un servicio permanente de lanchas.

1.1.1.1 Ubicación Geográfica.

Se encuentra en la parte central y occidental de la Provincia de El Oro, a 79° 57' 09" de Longitud Oeste y 3° 26' 31" de Latitud Sur, por lo que tiene una ubicación privilegiada en relación a los demás cantones, ya que por su cabecera cantonal pasa la Carretera Panamericana que conduce al Perú y la vía por la que se va a los cantones de la parte alta, así como a las Provincias de Loja y Zamora.

1.1.1.2 Clima

El Cantón Santa Rosa posee en términos generales un clima cálido y húmedo, con cierta variación por la presencia de un ramal de la Cordillera Occidental de los Andes, donde existe una exuberante vegetación y es muy húmedo; en cambio en su parte central y occidental es seco durante el verano, caliente y lluvioso en el invierno; la temperatura promedio es de 23° C. y la precipitación pluvial media es de 200 a 1.500 mms. Anuales.

1.2 Marco Conceptual.

1.2.1 Atractivo Turístico.

(Gunn: 1993) aclara:

Todo lugar que constituya un destino turístico debe tener una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros. Estas características desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante.

GURRIA, (1994) afirma:

Los atractivos turísticos pueden ser de muchos tipos, ya sea permanentes o temporales, y se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: atractivos naturales y atractivos culturales.

Los atractivos turísticos naturales son aquellos creados por la naturaleza. Es decir, que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana.

Los atractivos turísticos culturales: son aquellos elementos en que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales

Importancia de las atracciones en la industria turística.

Las atracciones son uno de los principales componentes del sistema turístico, **según Leiper (1990)**, “los viajeros se desplazan desde la región de origen hacia el destino turístico, porque allí es dónde encuentran las atracciones que desean conocer”.

Normalmente, la demanda de muchos de los componentes de la experiencia turística, como la hostelería y el transporte, se deriva del deseo por parte de los viajeros de ver o hacer cosas determinadas una vez en el destino. Por lo tanto, en estos casos, los servicios de alojamiento, restauración y transporte parecen quedar limitados a facilitar el contacto entre los turistas y las atracciones deseadas que ofrece el destino turístico. Por, supuesto, todos estos elementos se interrelacionan y la falta de uno de ellos dificultaría o imposibilitaría el desarrollo de la experiencia turística como tal, pero el elemento que activa todo el proceso lo constituyen las atracciones (Leiper, 1990).

No hay que confundir las atracciones con recursos. Como apunta **Gunn (1993)**, “los recursos naturales, culturales, etc. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción”. Así, pueden promocionarse las playas, las montañas o la historia de un país, pero a no ser que estos elementos estén situados en localidades accesibles y válidas para la explotación turística, no pueden ser considerados realmente atracciones turísticas. Al fin y al cabo, como afirma **Piperoglou (1967, p. 169)** “el desarrollo turístico es un problema de encajar los recursos naturales o históricos de un lugar con la demanda y preferencias de los turistas actuales o potenciales”. Por lo tanto,

los recursos en su forma original no son más que la materia prima de futuras atracciones:

Tipología de las atracciones.

Existen múltiples intentos de integrar las atracciones turísticas en un marco conceptual que facilite el análisis de las mismas. Son varios los autores que han realizado diferentes clasificaciones de las atracciones, entre las que cabe destacar las siguientes:

Swarbrooke (1995) y OMT (1998), divide las atracciones en:

1. Atracciones naturales: playas, cuevas, ríos, lagos, bosques, flora, fauna, etc.
2. Atracciones creadas por el hombre, pero no diseñadas con la intención de atraer visitantes: Catedrales, Iglesias, Casas históricas, Monumentos, Jardines históricos, etc.
3. Atracciones creadas por el hombre, con la intención de atraer visitantes: Parques de atracciones, Parques temáticos, Museos, Centros de exhibición, Casinos, Centros de ocio, Balnearios, Lugares de picnic, Safari park, etc.

4. Eventos Especiales: Festivales de arte, encuentros deportivos, mercados y ferias, folklore, aniversarios históricos, eventos religiosos, etc.

1.2.2 Ruta

Ruta Turística es un recorrido que tiene un objetivo: permite admirar paisajes, recordar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo y desean admirarse con la geografía natural del sitio.

En las paradas que se hacen en los distintos centros turísticos que integran la ruta, se hallan montadas instalaciones hoteleras, negocios y servicios para los turistas, que son una gran fuente de recursos económicos para la región. Otras rutas ya están determinadas por las respectivas regiones, exigiéndose en esfuerzo conjunto del sector público y privado.

1.2.3 Ruta Gastronómica.

En la actualidad dentro del turismo rural, entre los productos que están teniendo mayor impacto, se encuentran las rutas especializadas, entre las que destacan, las denominadas rutas gastronómicas y rutas alimentarias.

Las rutas de diferentes tipos y calificaciones son invenciones del hombre que expresan una idea de la vida, de la historia, de la comida, de la producción o del paisaje, entre otros.

Se puede tener como referentes, por un lado las rutas gastronómicas tradicionales de los europeos occidentales, que en América del Sur toman identidad propia con las denominadas rutas alimentarias.

Las rutas alimentarias son definidas por **Barrera (2002)** “como un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, expresiones de la identidad cultural nacional”. Se organizan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta, lo cual ha dado excelentes resultados, ya que se complementa con actividades placenteras, desde la comida hasta las actividades rurales.

Dachari (2003) dice que “una ruta gastronómica es el conjunto de lugares, pueblos o regiones que comparten usos y costumbres gastronómicas”. Esta suerte de espacio colectivo deriva de una integración de los pobladores del lugar que han convivido naturalmente con los recursos del paisaje, que han explotado las riquezas agrícolas, pecuarias o ictiológicas que aquel brindaba y sigue brindando ya que tenemos la suerte de contar en el territorio nacional con muchas regiones que conservan tradiciones gastronómicas ; quienes comparten estos productos locales o regionales han desarrollado una forma característica de relacionarse con el medio y con los productos y han creado una serie de relaciones interpersonales y comunitarias alrededor de este consumo.

Dachari (2003), afirma:

Es un error muy común asociar el concepto de ruta gastronómica con el conjunto de recetas culinarias que determinada región posee. Si bien es cierto que los productos y la manera de transformarlos en exquisitos platillos son protagonistas en este escenario, de ninguna manera el concepto ruta gastronómica estaría completo si no se tomara en cuenta los aspectos culturales y simbólicos de la región. En términos turísticos, por otro lado, se

podría complementar el protagonismo culinario con otros atractivos locales como el patrimonio histórico y natural.

1.2.4 Gastronomía.

Gastronomía es el estudio de la relación del hombre, entre su alimentación y su medio ambiente (entorno). Gastrónomo es la persona que se ocupa de esta ciencia. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa. Sin embargo ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.

1.2.5 Servicios Turísticos

Servicio prestado por las empresas, instituciones y organismos relacionados con el turismo y los viajes a los clientes, consumidores o usuarios. Es una actividad del sector terciario de la economía. El Turismo es considerado una industria de servicios.

Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar, por ejemplo:

- Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente (por ejemplo, reparación de un automóvil);
- una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos);
- la entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento);
- la creación de una ambientación para el cliente (por ejemplo, en hoteles y restaurant)

Servicios turísticos

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- Servicio de alojamiento, cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de restauración, cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.

- Servicio de intermediación en la prestación de cualquier servicio turístico susceptible de ser demandado por los usuarios de servicios turísticos.
- Servicio de información, cuando se facilite información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de acogida de eventos congresuales, convenciones o similares.

Alimentación.

Casi todos los hoteles de una determinada categoría tienen servicio completo de restaurante, y los de más categoría, servicio de alimentos y bebidas en los cuartos. Los hoteles de lujo cuentan con varios servicios de alimentación y bebidas: cafeterías, restaurantes, bares, etc. Esto hace que los servicios de alojamiento y alimentación estén unidos, por lo que la administración hotelera debe tener en cuenta la operación de estos dos servicios en una forma integral.

Hasta aquí, el servicio de alimentación constituye un servicio turístico, puesto que está dirigido fundamentalmente al viajero que se aloja en el hotel o que circula por sus áreas con cualquier motivo.

Por lo general, los restaurantes se establecen para proporcionar alimentación al público en general y sólo se distingue su clientela por la categoría de los clientes, por su especialidad o por el lugar en que están ubicados. Se excluyen de este concepto de restaurante, los establecimientos en centros exclusivamente turísticos, en los que obviamente, su clientela principal la forman los turistas.

En materia de servicios de alimentación, toda ciudad, región y país tiene una gama de tipos y categorías de establecimientos que hace prácticamente imposible una clasificación efectiva de dichos lugares, sin embargo, para efectos de éste estudio solamente se considera que existen servicios de alimentación tanto en una gran capital, como en el rincón más apartado al que se desplace un viajero. Es por ésta razón que la autoridad turística procura llevar un control de los establecimientos de servicio de alimentos que se consideran dentro de la categoría turística, aunque en la práctica reciban éste tipo de clientes esporádicamente.

GURRIA (1994) afirma:

No obstante, a los restauranteros les preocupa más, en términos generales, su prestigio gastronómico que una clientela turística esporádica. Les interesa más el cliente habitual de categoría, que un turista el cual difícilmente volverá al lugar. Esto no quiere decir que hacen menos al turista, sino que el restaurante fuera del hotel no tiene especial enfoque hacia el turismo; por supuesto, hay muchos más establecimientos restauranteros que hoteleros. Se puede afirmar entonces, que el servicio de comidas es parte integrante de la economía mundial.

1.2.6 Infraestructura.

Novo Valencia (citado en CAZORLA, 2005) dice:

La Infraestructura turística es la obra básica generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimiento de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc., Estas inversiones son a veces bases de fondos perdidos y en otras recuperables a largo plazo mediante plusvalía de terreno, cuotas o peajes, son el inicio de las tareas a favor del desarrollo turístico y constituye la base para las estructuras requeridas por los turistas.

Señalización.

YEPES (2000), afirma:

La señalización turística se concibe como un servicio que se extiende sobre el territorio y cuya finalidad es cubrir las necesidades específicas e inmediatas de información que se plantean a los visitantes en el momento del disfrute de sus vacaciones, contribuyendo a su orientación en un espacio y lugar determinado, proporcionando un mejor y rápido acceso a los servicios requeridos, así como una mayor seguridad en la realización de sus desplazamientos y de sus actividades.

Transporte.

Sin transportación no hay turismo. Un destino turístico debe ser accesible mediante uno o varios medios de transporte desde el lugar donde se origina el desplazamiento. La importancia de un destino turístico se puede medir por los medios de transporte que lleguen a ese lugar.

Los desplazamientos de personas tienen necesariamente que contar con un tiempo dedicado a la transportación; cuando se tiene que viajar a un

determinado destino, muchas veces el traslado puede ser penoso, molesto y arriesgado. En el caso del viaje turístico, el traslado se debe disfrutar. La transportación por cualquier medio es parte de la vacación, debido a que ocupa una parte importante del tiempo libre. El viaje, la alimentación, el paisaje y la compañía son de gran importancia.

Así, el transporte debe satisfacer completamente las necesidades de recreación y hospedaje, y no debe ser un suplicio. En la vida actual, el turista quiere llegar a su destino de manera rápida y confortable, ya que se considera el traslado un mal necesario. Esto no debe ser así. El turismo se inicia al salir de la residencia y desde ese momento debe disfrutarse.

De cualquier manera, los destinos turísticos más populares serán aquellos que cuenten con los atractivos suficientes; los que sean accesibles a los medios de transporte más cercanos a los mercados a los mercados emisores y los que ofrezcan algo más que el simple traslado. El acceso al destino debe ser fácil y confortable, aunque no sea el más rápido.

En la planeación y desarrollo de cualquier destino turístico, la transportación es muy importante, y será indispensable contar con el control y apoyo de las autoridades.

Este sector comprende proveedores de servicios por carretera (autobuses y autocar, alquiler de coches y motocicletas), por ferrocarril (trenes de alta velocidad, largo recorrido, cercanías), por aire (vuelos regulares, chárter, alquiler privado) y por mar (transporte de pasajero, transbordadores).

El transporte proporciona el medio para llegar un destino, o en algunas circunstancias puede ser la experiencia turística en sí mismo; por ejemplo, los autocares panorámicos, los cruceros, ciertos viajes en trenes especiales de larga distancia, y los recorridos turísticos en coche privado de alquiler.

LICKORISH (1997), afirma:

Para el consumidor, la elección de transporte se basara normalmente en tres factores:

- a) El tiempo del que disponen.
- b) El precio
- c) La calidad en cuanto a la comodidad y a los servicios asociados.

Con el fin de traer al máximo volumen de pasajeros, los operadores transportistas ofrecen una variedad de tarifas, en función de los periodos de alta demanda, y la comodidad del alojamiento ofrecido. Además, se ofrecen

otros incentivos, como precios más baratos por pagos adelantados sin opción a devolución, y mejoras en la calidad del asiento por un suplemento relativamente pequeño en periodos de temporadas altas.

El Cantón Santa Rosa en la Provincia del El Oro cuenta con un óptimo servicio de transporte, beneficiando a sus habitantes y turistas en general; ya que las distintas cooperativas de transporte ofrecen sus frecuencias interprovinciales, internas, urbanas-rurales facilitando el flujo y acceso de turistas y visitantes durante todo el año.

Podemos citar algunos nombres de las distintas cooperativas interprovinciales de transporte que diariamente se trasladan desde Santa Rosa a otros lugares del país y viceversa; entre estas están:

- Coop. Loja.
- Coop. Cariamanga.
- Coop. Centinela del Sur.
- Coop. Cifa.
- Coop. Rutas Orenses.
- Coop. Ecuatoriano Pullman.
- Coop. Azuay.

- Coop. Panamericana.
- Coop. Occidental.
- Coop. Trans Esmeraldas.
- Coop. Transfosur (Van con capacidad para 6 pax).
- Coop. Piñas.
- Coop. Tac.

Se estima el tiempo de traslado hacia el cantón Santa Rosa, tomando en cuenta como punto de referencia la ciudad de Guayaquil es de tres horas, dependiendo de la cooperativa de transporte elegida.

En cuanto a las cooperativas de transporte intercantonales tenemos:

- Coop. El Oro (cubre rutas desde Santa Rosa hacia los cantones de Machala y Pasaje).
- Coop. Pinas y Copo. Tac (que se dirigen hacia los cantones de la parte alta de la provincia como Pinas, Zaruma, Portovelo, Balsas)
- Coop. Cifa, Copo. Ecuatoriano Pullman y Copo. Centinela del Sur (que se dirigen hacia los cantones de Machala, Arenillas y Huaquillas).

En cuanto a la transportación urbana y rural del cantón Santa Rosa encontramos: buses de la Copo. Ciudad de Santa Rosa, Copo. Pto. Jelí. Se puede tomar en cuenta el uso de Taxis, Moto taxis, Taxis Ejecutivos.

1.2.7 Oferta.

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

La oferta básica se compone de:

Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.

Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos.

Empresas turísticas: Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc.

1.2.8 Demanda.

La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos.

También se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se

supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el PRECIO, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de este básicamente porque:

- Disminuye la capacidad adquisitiva del turista
 - los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio
- Consecuentemente con este planteamiento, el primer elemento de decisión del turista deberá ser el precio y la cantidad de servicios y de productos que se ofrece.

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA

2.1 Metodología aplicada.

Esta Tesis abarcara el método Exploratorio y el Descriptivo. Se toma en cuenta el diseño exploratorio de **Schluter (2005)**, “porque explica el significado de este diseño; ya que, su función principal consiste en descubrir nuevas ideas y nuevas perspectivas, permitiendo la flexibilidad necesaria a los distintos aspectos del problema que se susciten a medida que avanza la investigación”.

Selltiz (1970, p. 67), quien determina que el diseño exploratorio sirve para los siguientes propósitos:

- a. Familiarización con el tema señalado.

- b. Elaborar una hipótesis.
- c. Formulación de un problema.
- d. Familiarización con los conceptos.
- e. Reunir y utilizar la información a conveniencia de la investigación.
- f. Proporcionar información detallada sobre la investigación.

También se utilizó el Método Descriptivo en base a lo señalado por **Schluter (2005)**, que especifica que el diseño descriptivo, “Es el más utilizado en turismo y se lo aplica cuando el objeto de la investigación es la descripción sistemática, objetivo y precisa de las características de una determinada población o área de interés”.

Además los estudios descriptivos son utilizados por quienes están preocupados por la acción, puesto que permiten elaborar un marco de estudio a partir del cual se deduce una problemática anterior, o bien para formular un diagnóstico con el fin de conocer carencias esenciales y sugerir una acción posterior.

2.2 Hipótesis Planteada.

Egg (1962), afirma: que “La hipótesis es una tentativa de explicación mediante una suposición o conjetura verosímil destinada a ser probada por la comprobación de los hechos”. Tomando en cuenta también a **Hernández Sampieri (1991)**, quien manifiesta que “las hipótesis indican lo que estamos buscando o tratando de probar y pueden definirse como explicaciones tentativas del fenómeno investigado formuladas a manera de proposiciones”.

Teniendo en cuenta las afirmaciones antes mencionadas para este tema de tesis se determinó la siguiente hipótesis:

La creación de una ruta gastronómica en el cantón Santa Rosa; y el análisis e inventario de sus platos típicos, traerá como beneficio mayor afluencia de visitantes

2.3 Métodos de Pensar.

Los métodos de pensar que utilizaremos en nuestra investigación son:

- ❖ **Histórico.-** Lo utilizamos en el Marco Contextual, al mencionar que la gente tiene referencias negativas, en virtud de que antes de la regeneración, era un sector azotado por la delincuencia.
- ❖ **Inductivo/Deductivo.-** Se lo utiliza en el planteamiento del problema al momento de elaborar las preguntas de investigación.
- ❖ **Analítico/Sintético.-** Lo utilizamos en el momento de tabular los datos recogidos para clasificarlos, ordenarlos y unificar las ideas más relevantes.

2.4 Métodos de Trabajo

Los métodos de trabajo que utilizaremos en nuestra investigación son:

Investigación Documental:

- Bibliográfica.- Se utilizó al momento de elaborar la delimitación conceptual con la ayuda de libros.
- Multimedia.- Sirve para tomar apuntes sobre el tema.

Investigación de Campo:

Para esta investigación se utilizó la Técnica Cualitativa que incluyó la observación y la entrevista. A continuación se detalla brevemente cada una de ellas para mayor comprensión del tema.

- **Entrevista.-** Según **Schluter (2005)**, “la entrevista se la puede definir como una conversación entre dos personas”. Para que pueda tener éxito debe poseer el calor y el intercambio de personalidades propios de la conversación, aunque con claridad y las líneas orientadas de la búsqueda científica. Por consiguiente, el entrevistador no puede simplemente dejarse extraviar mostrándose amistoso. Debe presentarse como si fuese a comenzar una conversación, pero deberá mantener, ya desde el principio, el elemento adicional de respeto y competencia profesional debidos.

La entrevista puede ser utilizada como único instrumento de recolección de datos, o puede complementar otras técnicas, según Pizam. Pueden ser clasificadas en estructuradas o no estructuradas. La entrevista no estructurada es una conversación sin restricciones entre el investigador y el entrevistado sobre temas relacionados con el objeto de estudio. **Egg (1962)**, afirma que “este tipo de entrevista puede adoptar tres modalidades: focalizada, clínica y no dirigida.

En cambio que las entrevistas estructuradas son uniformes y rígidas”. El investigador tiene un listado de preguntas las que tienen que ser formuladas en el mismo orden y en los mismos términos.

Según **Egg (1962)**, en su libro Metodología de la Investigación Científica, menciona que:

La entrevista tiene una serie de ventajas y desventajas sobre otros métodos de recolección de datos:

- Ventajas: a) permite obtener datos relevantes y significativos para el estudio que se está realizando; b) permite una situación de espontaneidad; c) no se requiere que es entrevistado sepa leer; d) permite obtener una mayor cantidad de respuestas; y, e) es más apta para relevar información sobre sentimientos y emociones de las palabras.
- Desventajas: a) ausencia de secretos; b) es costosa en tiempo y dinero; y c) cuenta con limitaciones inherentes a la entrevista (referidas a la expresión verbal y a la falta de anonimato), al encuestador (presencia, modales, opiniones) y al encuestado (no le interesa responder, no comprende el tema, no es sincero)

Consejo Provincial, Departamento Municipal de Turismo de la Ciudad de Santa Rosa, Propietarios de Restaurantes, Historiadores.

- **Observación.-** Este procedimiento es utilizado en diversas investigaciones para establecer lo que determinadas personas hacen en sus labores habituales, la forma en que emplean su tiempo, las funciones que ejecutan en circunstancias específicas, etc. Se la realiza de forma directa en el lugar del problema con la ayuda de una cámara fotográfica y una grabadora. Según **Schluter (2005)**, dice lo siguiente: “la observación puede ser definida como el proceso de mirar y escuchar a otras personas pero no toda la observación es científica”.

Recolección de datos.

Schluter (2005) afirma:

El objeto de las técnicas de recolección de datos es brindar información, lo más certera posible, relevante a la investigación. Los instrumentos utilizados para recoger la información surgen de la definición de las variables y cuentan determinadas características para la medición de un fenómeno. La Segunda es la que se obtiene mediante la comunicación con el sujeto de estudio.

En este estudio se recolectaron los datos de la siguiente manera:

El primer paso fue establecer cuáles son los lugares donde se puede encontrar comida típica, mediante la visita al departamento de Turismo del Municipio del cantón Santa Rosa, contactándonos con la Encargada de dicho departamento, la Lic. Carmen Maldonado.

Se realizó una visita a los lugares señalados como puntos gastronómicos principales del Cantón, y se entrevistó a los propietarios de establecimientos donde se expenden los diferentes platos típicos de la zona. También se conversó con clientes de los establecimientos, con la finalidad de conocer cuáles son los platos más apetecidos.

TABLA N° I Modelo de Ficha de Inventario de Platos

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS											
Datos generales											
Elaborador				Cod. Ficha			Fecha				
Producto				Cantidad			Parámetro				
1. Descripción del plato											
1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)											
1.1.1 Denominación				1.1.2 Variación de denominación							
1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural			1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad		
Origen	Pertenencia específica			Fuente (de preparador)			Naturales				
Receta	Reconocido mayoritariamente por la comunidad			Social / local			Procesados o en conserva	Regular			
Preparación	Reconocido mayoritariamente por la comunidad			De otros cocineros			Orgánicos del lugar	Temporal			
	En platos de desmenución			Nacional			Preparados fuera del país				
1.2 Factores de elaboración y nutricionales				De países vecinos			Ingredientes de otros países	Especial			
1.2.1 Nivel de dificultad elaboración			1.2.2 Valor Nutricional de su consumo			2. Recetario					
Ingredientes	Medio		Alto	2.1 Número de porciones							
Preparación	Alto		Medio	2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales							
Regular	Medio-Alto		Bajo	<div style="text-align: center; height: 100px;"> <p>foto</p> </div>							
1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos											
3. Difusión						4. Comercialización					
3.1 Alcance			3.2 Vías de difusión		3.3 Formas de transmisión		3.4 Uso comunal de la expresión		4.1 Alcance		4.2 Vías de comercialización
Mercado Local	Mercado Local		Mercado Nacional		Mercado Regional		Mercado Internacional		Mercado Local	Restauración de la zona	
	Presencia local y nacional		Bolea a bolea		Educación				Mercado Nacional	Puntos pequeños y caseros de comida	
	Bocla a bolea y/o cultural		Ferias, fiestas y otros de zona		TV y radio				Mercado Regional	Mercado local	
	Festival o festividad								Mercado Internacional	Festival o festividad	
5. Fuentes de Información						6. Observaciones					

Fuente: Seminarios de graduación (2007), LICTUR-ESPOL.

CAPÍTULO 3

ASPECTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SANTA ROSA

3.1 Análisis de la Oferta turística.

A pesar de ser Santa Rosa uno de los cantones más importantes y extensos se tenía descuidado el sector turístico; aunque cabe recalcar que el cantón expone anualmente ferias, fiestas patronales y de fundación que han sido y son muy reconocidas a nivel local, regional e internacional como son: Feria Internacional del Langostino (realizada en el mes de agosto de cada año), Concurso anual de Gastronomía (agosto), Fiesta de Cantonización (15 de Octubre), Fiestas Patronales (agosto), Festival anual de Comida Típica (organizada por fundaciones en el mes de octubre). Además de ser reconocido por sus varios balnearios de agua dulce, donde acuden visitantes

y turistas en carnavales de cada año. Simplemente no se poseía la oferta turística necesaria para hacerle frente a la demanda.

En la actualidad; debido a la regeneración urbana en muchas zonas estratégicas de la ciudad, al engrandecimiento comercial del Cantón, al trabajo (gestión de autoridades) para lograr conseguir obras directamente enlazadas con el turismo como son: Construcción de Aeropuerto Regional-Internacional Santa Rosa, Mercado Centro Comercial, Ampliación de Autopista Panamericana (acuerdo binacional Ecuador-Perú) y firma en concreto del Proyecto Terminal Terrestre Regional, Nacional e Internacional Santa Rosa; se ha visto el incremento de inversión privada en Hoteles, Hostales, Restaurantes, Lugares de Entretenimiento y Sitios de diversión nocturna. Además por parte del municipio y los departamentos de urbanismo y turismo se han implementado señalizaciones que sirven para detectar zonas de servicios.

Sin embargo, en los registros catastrales municipales no coinciden muchos establecimientos q deben ser categorizados.

3.1.1 Servicios turísticos.

Tomando en cuenta el crecimiento poblacional del Cantón Santa Rosa y el incremento de turistas especialmente en épocas festivas como son el mes de Agosto y Octubre, meses en los que se celebran sus fiestas

patronales y de Cantonización respectivamente; se ha visto florecer el desarrollo de varios servicios turísticos como:

Servicios de Alojamiento.

Según el Registro de Establecimientos Turísticos de Santa Rosa, constan como establecimientos categorizados que presten servicio de alojamiento los siguientes:

Tabla N° II Establecimientos de Alojamiento

Nombre del Establecimiento	Dirección	Categoría	Mesas	Propietario
Actividad: Hoteles				Total: 4
Hotel Santa Rosa	Vega Dávila e/ Colón y Cuenca	2	27	Alfonso Romero Luis
Magma	Eloy Alfaro y Sucre	1	17	Maldonado Campoverde Magali Victoria
Acuario Beach	Jambelí	2	10	Francisco Salinas
Maria Sol	Jambelí	2		Proaño

				Hoover Fernando
Actividad: Moteles				Total: 2
Cerezos	Vía a Bellavista	3	8	Aguilar Sarmiento Rosa Margarita
Labios Compartidos	Vía Panamericana	3	11	Ruiz Mosquera Cleomer
Actividad: Residencia				Total: 1
San Miguel	Colón 16-12 e/. José Ollague	4	30	Yamunaque Benites Manuel Antonio

Fuente: Municipio de Santa Rosa, Enero del 2011

Existen más establecimientos dedicados al servicio de hospedaje, pero no constan en el listado de establecimientos categorizados, cuyos nombres son:
Hotel Divino Nino, Hotel California, Alexia Queen Hotel.

Servicio de Restauración.

La restauración que ofrece el Cantón Santa Rosa es variada y cuenta con muchos establecimientos que expenden comida típica, motivo por el cual se ha convertido en un punto de atracción para nacionales y extranjeros. Según el Registro de los Establecimientos Turísticos de Santa Rosa, menciona y categoriza a los siguientes locales:

Tabla N° III Establecimientos de Comida

Nombre del Establecimiento	Dirección	Categoría	Mesas	Propietario
Actividad: Restaurantes				Total: 10
Fu-Weng	Colón y 1ero de mayo	2	8	Jianfen Chen
Rey Pollo	Colón y 1 de Mayo	3		Juana Peña
Restaurante Paulet	B. Centenario Bolivar y Quito	2	5	Wilmer Armas
Chikis Pollos	Olmedo y 15 Octubre	3	4	Lourdes Gemma

Mg will	Colón y Libertad (esq.)	3	9	Rodriguez Julia Maria
Chifa Fu-Weng	Av. Quito y Bolivar (esq.)	3	9	Jianfen Chen
El Sazón de las Chiles	Colón y Av. Quito y Carrión Pinzano	3	7	Rosa Chile
El Rosal	15 de Octubre e./ Colón	3	6	Dorian Peñaloza
El Rincon familiar	Chavez Franco e./ Sucre y Olmedo	4	8	Luis A. Rinco
La Fogata	Colón y Filomeno P. y Av. Quito	3	6	Jorge A. Zambrano
Actividad: Picanterias				Total: 7
Hosteria San Mateo	Km. 8,5 via a Bellamaria	3		Maquizaca Bermeo Gil Rodrigo
Riveras del Pacífico	Av. Juan Eugenio Cajamarca	3	12	Valarezo Izquierdo

				Noemi Alida
Riveras del Mediterraneo	Av. Eugenio Cajamarca	2	10	Padilla Encalada Geovanna Veronica
Hola la Ola	Av.Cajamarca y Eugenio Espejo	3	10	Becerra Cordova Ricardo
La Balandra	Av.Cajamarca y Eugenio Espejo	3	8	Victor Beserra
Caribe	Eugenio Cajamarca y Malecón	3	8	Mejia Herrera Freddy Rodrigo
Jambelí	Av. Eugenio Cajamarca /Malecón	3	12	Valarezo Fajardo Hector Fulvio
Actividad: Cafeterias y Pizzerias				Total: 1
Preambulo	Sucre y 15 de Octubre	3	5	Ordoñez

			Sanchez Nelson Emiliano
--	--	--	-------------------------------

Fuente: Elaboración propia, Enero del 2011

Servicios intermediarios en la prestación de cualquier servicio turístico.

Pese al creciente desarrollo del Cantón Santa Rosa y el mejoramiento de infraestructura, servicios básicos, áreas recreativas y servicios turísticos varios, hay que recalcar que carece de la prestación de servicios extras, como lo son los Operadores Turísticos, donde se puedan comercializar visitas guiadas con Guías Turísticos locales, La única Agencia de Viajes es SG TOURS y está ubicada en el centro de la Ciudad, que se dedica básicamente a la venta de Tickets aéreos, y paquetes turísticos al exterior.

Servicios de Información.

El Departamento de Turismo es el actual encargado de la difusión, promoción e información turística, se encuentra ubicado en las edificaciones de la M.I. Municipalidad del cantón Santa Rosa, cualquier persona que necesite información puede acercarse y solicitarla.

Servicio de acogida de eventos congresuales, convenciones o similares.

Los distintos eventos que se llevan a cabo en el Cantón, ya sea organizada por Autoridades, instituciones públicas o privadas de grandes magnitudes por lo general se han realizado en La Quinta Piedad Centro de Eventos, que cuenta con espacios bastante amplios abiertos y cerrados, donde se puede albergar a gran cantidad de personas.

Podemos mencionar como otras opciones el centro de Convenciones Santa Rosa, Centro de Convenciones Feijoo, El Club 24 de Mayo, Salón Social de la Unión Nacional de Educadores, Salón de Eventos Dos Pinos, El Club 15 de Octubre, Salón de Sesiones del Sindicato de Choferes Profesionales, Salón de Eventos de la Asociación de Periodistas de Santa Rosa, Salón Casino del Batallón Febres Cordero, Salón Casino del Fuerte Militar Santa Rosa.

3.2 Planta turística.

Son muchos los establecimientos que prestan servicios de restauración, hospedaje y recreación en el Cantón, pero no todos son considerados como establecimientos adecuados para la prestación de

servicios turísticos, debido a los diferentes aspectos que el Ministerio de Turismo toma en cuenta para la Categorización de los mismos, en otros casos los establecimientos son relativamente nuevos y el Catastro no está actualizado. A continuación el Listado de los Establecimientos Turísticos de Santa Rosa:

Tabla N° IV Establecimientos de Diversión

REGISTRO DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS DE SANTA ROSA				
Nombre del Establecimiento	Dirección	Categoría	Mesas	Propietario
Actividad: Discotecas				Total: 4
Barroco	Eloy Alfaro e/. Sucre y Olmedo	3	12	Maldonado Campoverde Magali Victoria
Karaoke La Laguna	Guayas e/. Eloy Alfaro y Libertad	1	10	Romero Sotomayor Antelmo Rolando
Remembranzas	Julio Betancourth e/ Sucre y Colon	2	13	Quichimbo Cordoba Ludwing Wilson
K'OS Discotec	Guayas y Libertad (esq.)	2	15	Edinson Ortega
Actividad: Bar				Total: 2

Sorbetes Burger Bar	Colón y Filomeno Pesantes	3	4	Gonzales Sisalima Ramiro
Toqueteo	Sucre y Vega Dávila	3	5	Ocampo Loaiza Angela
Actividad: Cafeterías y Pizzerías				Total: 1
Preambulo	Sucre y 15 de Octubre	3	5	Ordoñez Sanchez Nelson Emiliano
Actividad: Hoteles				Total: 4
Hotel Santa Rosa	Vega Dávila e/. Colón y Cuenca	2	27	Alfonso Romero Luis
Magma	Eloy Alfaro y Sucre	1	17	Maldonado Campoverde Magali Victoria
Acuario Beach	Jambelí	2	10	Francisco Salinas
Maria Sol	Jambelí	2		Proaño Hoover Fernando
Actividad: Moteles				Total: 2
Cerezos	Vía a Bellavista	3	8	Aguilar Sarmiento Rosa Margarita
Labios Compartidos	Vía Panamericana	3	11	Ruiz Mosquera Cleomer
Actividad: Restaurantes				Total: 10
Fu-Weng	Colón y 1ero de mayo	2	8	Jianfen Chen
Rey Pollo	Colón y 1 de Mayo	3		Juana Peña

Restaurante Paulet	B. Centenario Bolivar y Quito	2	5	Wilmer Armas
Chikis Pollos	Olmedo y 15 Octubre	3	4	Lourdes Gemma
Mg will	Colón y Libertad (esq.)	3	9	Rodriguez Julia Maria
Chifa Fu-Weng	Av. Quito y Bolivar (esq.)	3	9	Jianfen Chen
El Sazón de las Chiles	Colón y Av. Quito y Carrión Pinzano	3	7	Rosa Chile
El Rosal	15 de Octubre e./ Colón	3	6	Dorian Peñaloza
El Rincon familiar	Chavez Franco e./ Sucre y Olmedo	4	8	Luis A. Rinco
La Fogata	Colón y Filomeno P. y Av. Quito	3	6	Jorge A. Zambrano
Actividad: Residencia				Total: 1
San Miguel	Colón 16-12 e/. José Ollague	4	30	Yamunaque Benites Manuel Antonio
Actividad: Centros Turisticos				Total: 1
El Faro playa spa	Jambelí	1	16	Daul Barba Angel Fernando
Actividad: Picatenrias				Total: 7
Hosteria San Mateo	Km. 8,5 via a Bellamaria	3		Maquizaca Bermeo Gil Rodrigo

Riveras del Pacífico	Av. Juan Eugenio Cajamarca	3	12	Valarezo Izquierdo Noemi Alida
Riveras del Mediterráneo	Av. Eugenio Cajamarca	2	10	Padilla Encalada Geovanna Veronica
Hola la Ola	Av.Cajamarca y Eugenio Espejo	3	10	Becerra Cordova Ricardo
La Balandra	Av.Cajamarca y Eugenio Espejo	3	8	Victor Beserra
Caribe	Eugenio Cajamarca y Malecón	3	8	Mejia Herrera Freddy Rodrigo
Jambelí	Av. Eugenio Cajamarca /Malecón	3	12	Valarezo Fajardo Hector Fulvio

Fuente: Municipalidad del Cantón Santa Rosa.

Establecimientos no categorizados.

Los establecimientos que a continuación se mencionan no constan en la lista de categorización del Registro de Establecimientos Turísticos del cantón Santa Rosa:

Tabla N° V Establecimientos de Comida no Categorizados

URBANOS		RURALES	
RESTAURANTES Y SITIOS INFORMALES			
CEVICHERIAS			
Cevichería LA CULEBRA	Cdla. El Paraíso	El Tiburón	Pto Jelí
Cevichería Silvero	Sixto Durán y El Oro	Picanas	Via Pto Jelí
	Patio de Comidas		
Cevichería Toñito	Mercado Central		
Cevichería Gomez Coello	Bolivar y Libertad		
COMIDA CRIOLLA, locales informales		COMIDA CRIOLLA	
Comedor Pollito (fines de semana)	Colon y Av. Quito	Milton	
	Modesto Chavez	Calvas	Jumón
Comedor River	Franco y Sucre		
La Palma 2	El Oro y Sixto Duran		
Fritada y Caldo de Salchicha	Y de Jelí Frente a Colegio Sta. Rosa		

FUENTES DE SODA			
La casona	Colon y Av. Quito		
Soda Bar 1ero de Mayo	Frente a Parque 1ero de Mayo		
PICANTERIAS Y MARISCOS			
Cangrejal Adonai	Modesto Chavez Franco y Olmedo		
ASADEROS			
Pico Rico	Sucre y		
El Mister			
Brostizado	Colon		
D'Maq Pollos	Colon		
Moran Gril	Sucre y Carrion Pinzano		

Fuente: Elaboración propia, Enero del 2011

3.3 Infraestructura.

En la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras

sociales y productivas. Forman parte de la misma, la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. Dado el carácter de apoyo a la población de un país en su conjunto, también se denomina a las inversiones en infraestructura (teléfonos, carreteras, ferrocarriles, puentes, viviendas, escuelas, hospitales, represas, etc.), “capital social fijo”.

Una de las funciones primordiales de la infraestructura “red” es vincular entre sí a los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos, a fin de permitir en esas dos escalas, la circulación de personas, mercaderías, fluidos, energía y noticias. Al entrecruzarse las líneas y los canales que facilitan estos desplazamientos se va formando en el territorio una trama que se hace cada vez más compleja en la medida que los países progresan en su desarrollo.

El otro tipo de infraestructura es el que corresponde a las dotaciones de salud, de educación y la vivienda, cuya expresión física es puntual y, por lo tanto discontinua en espacio físico. Ahora bien, como la ubicación de cada elemento no es casual, sino programada, el resultado es un sistema que establece relaciones funcionales entre todos los elementos que lo componen

y los servicios que brindan a la comunidad, de tal modo que se logre un equilibrio entre demanda y oferta.

La infraestructura externa es general porque sirve a todos los sectores sin pertenecer especialmente algunos de ellos, aunque circunstancialmente pueda beneficiar a unos más que otros.

Otra condición de externalidad se funda en que se emplea para designar a las redes o elementos de un sistema que se extienden por el territorio de los países, enlazando entre sí a los centros de producción, nudos de comunicaciones y conglomerados urbanos.

La infraestructura interna también tiene dos formas: la primera corresponde a la dotación que se da a sí mismo un sector, para operar en una localización precisa. La otra forma es la infraestructura urbana que se resume a todas las redes que prestan servicios indistintamente a las diferentes actividades de una ciudad, es decir, dentro de una ciudad la infraestructura, no obstante que es interna, conserva la externa en cuanto a la generalidad de los servicios que apoya.

Queda claro que bajo ningún concepto, la infraestructura externa puede ser turística, porque perdería su condición de generalidad. Pero al llegar a la infraestructura interna nos encontramos con que efectivamente es correcto hablar de una infraestructura turística.

Tal es el caso de todas las redes que hay que construir en un resort o en las partes turísticas de un parque nacional, así como los tramos de carretera (de corta longitud) que hay que trazar como desvíos para acceder exclusivamente a un atractivo turístico. Pero, no puede considerarse infraestructura turística a las redes urbanas de ciudades tradicionales que incluyan entre sus múltiples funciones la turística.

Clasificación de la infraestructura.

Tabla N° VI Clasificación de la infraestructura

Categoría	Tipos	Subtipo
1. Transporte	1.1 Terrestre	1.1.1 Red de carreteras
		1.1.2 Servicios para el automotor (talleres mecánicos, gasolineras)
		1.1.1.3 Servicios para el turismo (sanitarios, cafeterías, restaurantes)
		1.1.1.4 Señalización
		1.1.1.5 Servicios de transporte

		1.1.1.6	Terminales autobuses
		1.1.2	Red de calles
	1.2 Aéreo	1.2.1	Servicios aéreos
		1.2.2	Terminales
	1.3 Acuático	1.3.1	Marítimo
		1.3.1.1	Servicio de transporte
		1.3.1.2	Terminales
2. Comunicaciones	2.1 Postales		
	2.2 Telefónicas		
3. Sanidad	3.1 Red de agua		
	3.2 Red de desagües	3.2.1	Aguas negras
		3.2.2	Pluvial
	3.3 Recolección de basura		
	3.4 Salud	3.4.1	Primeros auxilios
		3.4.2	Hospitalización
4. Energía	4.1 Red eléctrica	4.1.1	Alumbrado público
		4.1.2	Servicios domiciliarios

	4.2 Combustible	4.2.1 Gasolina
		4.2.2 Gas

Fuente: Elaboración propia, Enero del 2011

3.4 Atractivos Turísticos.

Listado de Atractivos.

- Archipiélago de Jambelí (Manglares especialmente el rojo y el jeli, además del negro; permitiendo que una gran cantidad y variedad de aves habiten a lo largo de los manglares. También se encuentra gran cantidad de cangrejos y conchas). En dicho Archipiélago se encuentran islas y playas poco conocidas como: Costa Rica, San Gregorio, Santa Clara, etc.

- Playa de Jambelí (Especialidad en gastronomía marina, varios kilómetros de playa y un pacífico ambiente son su valor agregado de este atractivo).

FIGURA N° I Entrada a la Isla JAMBELI



Fuente: Consejo Provincial de El Oro

FIGURA N° II Atardecer en JAMBELI



Fuente: Consejo Provincial de El Oro

FIGURA N° III Playa de JAMBELI



Fuente: Consejo Provincial de El Oro

FIGURA N° IV Informativo de JAMBELI



Fuente: Consejo Provincial de El Oro

- Monumento a Jorge Káiser (Inventor de la cría de camarón en cautiverio).

FIGURA N° V Monumento a Jorge Káiser



Fuente: Elaboración propia, enero del 2011

- Monumento al Pescador.

FIGURA N° VI Monumento al Pescador



Fuente: Elaboración propia, enero del 2011

- Iglesia Matriz de Santa Rosa de Lima.

FIGURA N° VII Iglesia Matriz de Santa Rosa de Lima



Fuente: Elaboración propia, enero del 2011

- Parque Simón Bolívar.

FIGURA N° VIII Parque Simón Bolívar



Fuente: Elaboración propia, enero del 2011

- Casas de arquitectura vernácula construida en la segunda mitad del siglo XVIII (15 casas)

FIGURA N° IX Casas de arquitectura vernácula



Fuente: Municipio del Cantón Santa Rosa

- Distintos balnearios de Agua Dulce, entre estos están: Limón Playa, El Playón, El Vado, Las Colinas, San Carlos, Durán, Los Tillos, El Recreo, La Represa, etc.

FIGURA N° X Limón Playa



Fuente: Maldonado, C Guía de Atractivos Turísticos del Cantón
Santa Rosa

- Parques (1ero de Mayo, Sucre, Soldado Desconocido).

FIGURA N° XI Parque Sucre



Fuente: Elaboración propia, enero del 2011

- Puerto Jelí con su rica gastronomía

FIGURA N° XII Puerto Jelí



Fuente: Elaboración propia, enero del 2011

- Laguna La Tembladera (Velerismo, pesca deportiva, caminatas).
- Las distintas camaroneras y bananeras que se encuentran a los alrededores, haciendo de Santa Rosa un sitio de mucha producción y ayuda económica para la provincia y el país.

FIGURA N° XIII Camaroneras



Fuente: Maldonado, C Guía de Atractivos Turísticos del Cantón Santa Rosa

- Dentro de los sitios naturales encontramos: Valle Hermoso

FIGURA N° XIV Valle Hermoso



Fuente: Maldonado, C Guía de Atractivos Turísticos del Cantón Santa Rosa

- Cascada del nuevo San Agustín

FIGURA N° XV San Agustín



Fuente: Maldonado, C Guía de Atractivos Turísticos del Cantón
Santa Rosa

- Las Chorreras de Río Chico.

FIGURA N° XVI Las Chorreras de Río Chico



Fuente: Maldonado, C Guía de Atractivos Turísticos del Cantón Santa
Rosa

➤ Mercado Central.

FIGURA N° XVII Mercado Central



Fuente: Elaboración propia, enero del 2011

Tabla N° VII Inventario de Atractivos Turísticos del Cantón Santa Rosa.

Inventario de atractivos turísticos			
Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Archipiélago de Jambelí	Sitios Naturales	Costas	Islas
Playa de Jambelí	Sitios Naturales	Costas	Playas
Monumento a Jorge Káiser	Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas	Obras de Arte y técnica	Escultura
Monumento al Pescador	Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Obras de Arte y técnica	Escultura
Iglesia Matriz de Santa Rosa de Lima	Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas	Obras de Arte y técnica	Arquitectura
Casas de arquitectura vernácula construida en la segunda mitad del siglo XVIII (15 casas)	Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Obras de Arte y técnica	Realizaciones Urbanas
Balnearios de agua dulce	Acontecimientos Programados	Otros	Balnearios
Parque Simón Bolívar	Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Obras de Arte y técnica	Arquitectura
Primero de Mayo	Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Obras de Arte y técnica	Arquitectura
Parque Sucre	Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Obras de Arte y técnica	Arquitectura
Parque del Soldado Desconocido	Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Obras de Arte y técnica	Arquitectura
Gastronomía de Puerto Jeli	Folklore	Comidas y bebidas típicas	N/A
Laguna La Tembladera	Sitios Naturales	Lagos, Lagunas y Esteros	N/A
Aguas Termales de Biron	Sitios Naturales	Lagos, Lagunas y Esteros	N/A
Cascadas y chorreras de Río Ch	Sitios Naturales	Caidas de agua	N/A
Mercado Central	Folklore	Ferias y Mercado	N/A

Fuente: elaboración propia, Noviembre 2010

3.5 Análisis de la Demanda

En el mes de Agosto de 2010, el Ecuador contabiliza 95.207 entradas de extranjeros al país, con lo cual existe un crecimiento del 9,16% al compararse con las entradas registradas en Agosto de 2009. Sin embargo, en el período Enero-Agosto de 2010 existe un incremento del 9,10% en las entradas de extranjeros al país, al pasar de 654.380 en el año 2009 a 713.920 en el año 2010, según estadísticas provisionales proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración.

Entre los principales mercados emisores registrados en el período Enero-Agosto se encuentran: Estados Unidos, Colombia y Perú, con una importante participación porcentual del 25,10%, 19,21% y 14,80% en su orden, y mercados tales como España, Gran Bretaña, Alemania y Francia que contribuyen con las llegadas al país, con valores relativos de: 5,48%, 2,22%, 2,31% y 1,90% respectivamente.

En el mismo período de referencia, alrededor del 97% de movimientos (entradas-salidas) se efectúan a través de cuatro Jefaturas de Migración ubicadas en los aeropuertos de Quito y Guayaquil y en las fronteras terrestres de Rumichaca y Huaquillas, sin embargo es preciso señalar que en la entrada de extranjeros al Ecuador, el 70% lo hace vía aérea y el 27% vía

terrestre, en tanto que en las salidas de ecuatorianos al exterior el 85% corresponde a vía aérea y un 13% a vía terrestre, según el registro de las jefaturas de migración arriba señaladas.

En lo que respecta al Ingreso de Divisas por concepto de turismo, en el primer trimestre del año 2010 el país contabilizó en su Balanza de Pagos (Viajes + transporte de pasajeros aéreo) 189,1 millones de dólares, de los cuales 187,9 millones de dólares corresponden al gasto en compras directas realizadas por los no residentes en el país y 1,2 millones de dólares al gasto en transporte aéreo. Y en lo que respecta al Egreso de Divisas por concepto de turismo en el mismo período, se contabiliza 200,3 millones de dólares, de los cuales 139,5 millones de dólares corresponde al gasto en compras directas realizadas por los residentes en el exterior y 60,8 millones de dólares al gasto en transporte aéreo.

Con lo cual la Balanza Turística en términos generales en el primer trimestre presenta un déficit, representado con un saldo negativo de 11,2 millones de dólares.

El Archipiélago de Jambelí es uno de los atractivos más visitados por los turistas locales nacionales e internacionales en temporadas de carnaval y feriados, por la exuberancia de sus paradisíacas playas (Jambelí, Costa Rica, San Gregorio).

Además Santa Rosa, cuenta con balnearios de agua dulce a lo largo de las Parroquias Bellavista, La Avanzada, Torata, visitados por los turistas en mencionadas temporadas el flujo turístico aproximado es de 150,000.00.

En la siguiente matriz podremos observar los turistas ingresados a las playas de la Isla Jambelí, datos que fueron relevados por la venta de ticket turístico de ingreso a la playa, es imprescindible dejar en claro que no todos los turistas adquieren el ticket turístico para ingresar a la playa, en los momentos en que la marea se encuentra baja y es imposible amarrar la embarcación al muelle de la isla, las misma amarran a unos quinientos metros antes de llegar al mencionado muelle en unas camaroneras y los pasajeros deben transitar por medio de estas piscinas a campo abierto, lo que hace imposible el control y el cobro del ticket, hacemos hincapié en esta circunstancia con el objeto de dejar claro que la cantidad de turista ingresados a la Playa Jambelí de acuerdo a la matriz siguiente son absolutamente aproximados.

Tabla N° VIII de Flujos Turísticos y Estacionalidad

MATRIZ TUR 09

FECHA: Octubre 2009

CANTÓN SANTA ROSA

MESES	FLUJOS TURÍSTICOS				
	TODO EL MUNDO	EUROPA	AMÉRICA	NACIONALES	LOCALES
ENERO	15896	317	1589	4768	9222
FEBRERO	10000	200	1000	3000	5800
MARZO	23860	477	2386	7158	13839
ABRIL	5199	103	519	1559	3018
MAYO	1408	28	140	422	818
JUNIO	1897	38	189	569	1101
	6198	123	619	1859	3597

JULIO					
AGOSTO	15598	311	1559	4679	9049
SEPTIEMBRE	11090	221	1109	3327	6433
OCTUBRE	2359	47	235	707	1370
NOVIEMBRE	3528	70	352	1058	2048
DICIEMBRE	7260	145	726	2178	4211
SUB TOTAL	104293	2080	10423	31284	60506
%		2	10	30	58

TOTAL		100 %
--------------	--	--------------

Fuente: Municipio de Santa Rosa (**MATRIZ TUR 09**)

Cabe recalcar que la información divisada es la proporcionada por el municipio, ya que no posee mayores datos locales que ayuden a esta investigación. Pero por lo que se percibe, los visitantes de otros cantones aledaños se motivan principalmente por la degustación de platos típicos que se expenden en Puerto Jelí. Para fechas importantes y feriados se puede

observar a las personas santarroseñas que radican en otras ciudades del país que visitan el Cantón y además traen como invitados amistades que pernoctan, consumen todo tipo de servicios y visitan los atractivos turísticos que existen; el mínimo de estadía es de tres días. Además, migrantes que retornan con su nueva familia o amigos extranjeros a disfrutar de todo lo que se ofrece en este Cantón, siendo los meses desde Julio a Septiembre y de Noviembre a Enero los preferidos por los compatriotas.

CAPÍTULO 4

INVENTARIO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN SANTA ROSA CON POTENCIAL TURÍSTICO.

4.1 Inventario de platos típicos

Tomando en cuenta el trabajo de campo y el método de observación, además de la entrevista, realizada a dueños de ciertos establecimientos ha permitido realizar un inventario de platos típicos de la zona así como otros que comparten tradición con demás destinos.


Se debe destacar que plato típico es todo aquel que se prepare con productos cosechados en la zona de estudio. Concepto determinado y

asentado en seminario de graduación de Turismo de ESPOL por catedráticos del mismo. Además afirmaron que el inventario de atractivos gastronómicos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente aquellos tipos de atractivos turísticos relacionados con la gastronomía o riqueza culinaria propia de un lugar.

Propuesta de creación de una ruta gastronómica en el cantón Santa Rosa de la provincia de El Oro a través del análisis e inventario de sus platos típicos.

INVENTARIO DE PLATOS Y RECETAS.


FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 1									
DATOS GENERALES									
Encuestador	Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha	I.G-PL-STR-001		Fecha	Noviembre 2010		
Provincia	El Oro		Parroquia	Puerto Jelfí		Comuna	Todas		
1. Descripción del plato									
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)									
Denominación	SUNAMY			Variación de denominación	No aplica				
Categoría	Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta		Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad		
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva			
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal	
		En peligro de desaparición		Nacional		De otro			

							lugares del país			
Factores de elaboración y nutricionales						De Países vecinos	Importado de otros países		Especial	
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.				
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones	1			
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:				
Regular	X	Muy alto		Bajo		Componentes del plato: Arroz con Concha, Tortilla de camarón, Filete de Corvina. Para servir el Sunamy, se coloca en un plato el arroz con concha, la tortilla de camarones y el filete de corvina. Se sirve con patacones y salsa criolla				
Tiempo de elaboración en minutos					90					
										

3.DIFUSION						4. Comercialización					
						Alcance		Vías de comercialización			
Alcance		Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión		Merca do local	X	Restaur ación de la zona	X
Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal	X	Puestos pequeñ os y carreter as de comida		
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción							
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Regio nal	X	Mercad o local		
				TV y radio		Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad			
5.Fuentes de Información						6.Observaciones					
VICTOR REQUENA HERRERA PICANTERIA EL TIBURON											

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010.


FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 2										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-002		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Puerto Jelí		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		ARRECHON			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta			Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X	
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países		Import		Especial		

				vecinos		ado de otros países			
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.			
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones			
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:			
Regular	X	Muy alto		Bajo		<p>Ingredientes: Cangrejo, pescado, calamar y camarón</p> <p>Plátano maduro, Leche, Caldo de pescado, Cebolla, tomate, pimiento, ajo.</p> <p>Preparación:</p> <p>Limpia y lavar bien, el cangrejo, pescado, calamar y camarón.</p> <p>Licua la cebolla, tomate, pimiento y ajo, colocar en una fuente y llevar al fuego con los mariscos, el maduro y la leche. Servir caliente.</p>			
Tiempo de elaboración en minutos					60				
									
3. DIFUSION						4. Comercialización			
						Alcance		Vías de comercialización	
Alcance	Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión	Merca do local	X	Restaur ación de la zona	X

Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal	X	Puestos pequeñ os y carreter as de comida
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal	X	Mercad o local
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad
				TV y radio					
5.Fuentes de Información					6.Observaciones				
VICTOR REQUENA HERRERA PICANTERIA EL TIBURON									

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 3										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-003		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Puerto Jelí		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		CATRINA			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta		Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad		
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X	
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países vecinos		Importado de otros		Especial		

						países					
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.					
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones					
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:					
Regular	X	Muy alto		Bajo		<p>Ingredientes: Conchas asadas, Chicharrón de Pescado.</p> <p>Preparación:</p> <p>Se acomodan las conchas asadas y el chicharrón de pescado en una fuente. Se acompaña con patacones, salsa criolla, maduro frito y mayonesa.</p>					
Tiempo de elaboración en minutos					60						
											
3.DIFUSION							4. Comercialización				
							Alcance		Vías de comercialización		
Alcance		Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión	Merca do local	X	Restaur ación de la zona	X	
Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal	X	Puestos pequeñ os y carreter		

Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción					as de comida	
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Regio nal	X	Mercad o local	
				TV y radio			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad	
5.Fuentes de Información					6.Observaciones					
VICTOR REQUENA HERRERA PICANTERIA EL TIBURÓN										

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 4										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-004		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Puerto Jelí		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		MAREJADA			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta		Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad		
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular		
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal	X	
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países vecinos		Importado de otros		Especial		

						países					
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.					
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones					
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:					
Regular	X	Muy alto		Bajo		Componentes del plato: Ceviche de Camarón, Ceviche de concha, Filete de corvina frita, Arroz Marinero, Chicharrón de camarón y calamar, Patacones.					
Tiempo de elaboración en minutos					60	Preparación. En una fuente con divisiones colocar separadamente el Ceviche de camarón, concha, pescado, los patacones y el filete de corvina frito. En el centro de la fuente colocar el arroz marinero y encima el chicharrón de calamar y camarón. Se sirve inmediatamente.					
3.DIFUSION						4. Comercialización					
						Alcance			Vías de comercialización		
Alcance		Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión		Merca do local		Restauración de la zona	X
Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo		Merca do Nacio nal	X	Puestos pequeños y carreter	



Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción					as de comida	
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Regio nal		Mercad o local	
				TV y radio			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad	
5.Fuentes de Información					6.Observaciones					
Sra. ALIDA VALAREZO PICANTERÍA RIBERAS DEL PACÍFICO										

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010


FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 5										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-005		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Puerto Jelí		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		TALLARIN MARINERO			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta		Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad		
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular		
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal	X	Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal	X	
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países vecinos		Importado de otros		Especial		

						países					
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.					
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones	1				
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:					
Regular	X	Muy alto		Bajo		<p>Ingredientes: Spaguetti, Calamar, mejillón, churo, camarón. Condimentos: sal, ajo y achiote. Cebolla, tomate. Crema de leche y maicena.</p> <p>Preparación:</p> <p>Preparar un refrito con la cebolla, el tomate, ajo y sal, agregar el calamar, Mejillón, el churo y el camarón, dejar cocer por 2 minutos y colocar la crema de leche y maicena para espesar.</p> <p>Cocer el Spaguetti servir caliente en una fuente con los mariscos.</p>					
Tiempo de elaboración en minutos					45						
3.DIFUSION						4. Comercialización					
						Alcance		Vías de comercialización			
Alcance	Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión		Merca do local		Restaur ación de la zona	X	

Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal	X	Puestos pequeñ os y carreter as de comida
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal		Mercad o local
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad
5.Fuentes de Información					6.Observaciones				
Sra. ALIDA VALAREZO Picantería Riberas del Pacífico									

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010


FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 6										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-006		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Puerto Jelí		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		CONCHAS ASADAS			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta			Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X	
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal	X	Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países		Import		Especial		

				vecinos		ado de otros países			
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.			
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones			
Bajo	X	Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:			
Regular		Muy alto		Bajo		<p><i>Ingredientes:</i>-Conchas, Cebolla, tomate, limón, culantro y sal. Patacones.</p> <p><i>Preparación.</i></p> <p>Lavar las conchas y colocarlas en una parrilla hasta que empiecen a abrirse. A parte preparar una salsa criolla con tomate, cebolla, culantro, limón y sal. Servir las conchas en una fuente, acompañar con la salsa criolla y patacones.</p>			
Tiempo de elaboración en minutos				15					
									
3.DIFUSION						4. Comercialización			
						Alcance	Vías de comercialización		
Alcance	Vía de difusión	Formas de transmisión	Uso comunal de la expresión	Merca do local		Restauración de la zona	X		

Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal	X	Puestos pequeñ os y carreter as de comida
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal		Mercad o local
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad
5.Fuentes de Información					6.Observaciones				
Sra. ALIDA VALAREZO Picantería Riberas del Pacífico									

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 7										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-007		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Puerto Jelí		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		CAMARONES AL AJILLO			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta		Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad		
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)		Naturales		Regular	X	
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas	X	Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países		Import		Especial		

				vecinos		ado de otros países			
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.			
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones			
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:			
Regular	X	Muy alto		Bajo		<p>Ingredientes: Camarones, Ajo, sal, pimienta, mostaza, vinagre y ají. Mantequilla, crema de leche., Culantro.</p> <p>Preparación:</p> <p>Pelar y limpiar los camarones, condimentar con sal, mostaza, vinagre y pimienta, reservar. A parte licuar el ajo hasta obtener una pasta. En una sartén derretir la mantequilla, verter el ajo licuado y refreír con los camarones, añadir la crema de leche, cocinar unos minutos más y retirar del fuego.</p> <p>Se sirve acompañado con una porción de arroz amarillo, patacones y lechuga.</p>			
Tiempo de elaboración en minutos					60				
									
3.DIFUSION							4. Comercialización		
							Alcance	Vías de comercialización	
Alcance	Vía de difusión	Formas de transmisión	Uso comunal de la expresión	Merca do local		Restauración de la zona	X		

Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal	X	Puestos pequeñ os y carreter as de comida
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal		Mercad o local
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad
5.Fuentes de Información					6.Observaciones				
Sra. ALIDA VALAREZO Picantería Riberas del Pacífico									

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 8										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-008		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Puerto Jelí		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		MELOSO			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta			Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X	
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal	X	Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países		Import		Especial		

				vecinos		ado de otros países			
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.			
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones			
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:			
Regular	X	Muy alto		Bajo		Ingredientes: -Arroz -Conchas -Cebolla paiteña, cebolla blanca, tomate y pimiento. Preparación. Licuar las cebollas, tomate y el pimiento. Cocer el arroz con el refrito licuado, sal y un poco del jugo de la concha, cuando el arroz haya espesado y esté cocido verter el resto de la concha y su jugo. El aspecto del meloso es de un arroz aguado con exceso de líquido. Se sirve en una fuente y se espolvorea con culantro.			
Tiempo de elaboración en minutos				90					
3.DIFUSION						4. Comercialización			
						Alcance		Vías de comercialización	
Alcance	Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión	Merca do local		Restauración de la zona	X



Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal	X	Puestos pequeñ os y carreter as de comida
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal		Mercad o local
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad
5.Fuentes de Información					6.Observaciones				
Sra. ALIDA VALAREZO Picantería Riberas del Pacífico									

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 9										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-009		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Puerto Jelí		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		MAJARISCO			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta			Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X	
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal	X	Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países		Import		Especial		

				vecinos		ado de otros países			
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.			
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones			
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:			
Regular	X	Muy alto		Bajo		<p>Ingredientes: Todos los mariscos, Plátanos Verdes.</p> <p>- Refrito: preparado con cebolla, pimiento, mostaza, aliño, mantequilla. Crema de Leche y maní.</p> <p>- Chifles crocantes.</p> <p>Preparación.</p> <p>Sofreír los mariscos con el refrito, agregar el maní y la crema de leche, dejar en el fuego 3 minutos más. Reservar. A parte, lavar, pelar y cortar los plátanos verdes en rodajas de 2 cm aproximadamente; freír hasta dorar. Una vez fritos los plátanos aplastar hasta formar una masa. Se mezcla la mitad del refrito de mársicos con el verde. En un plato se coloca la mezcla de mariscos con el verde, encima se colocan una capa de chifles crocantes y el resto del refrito de mársicos.</p>			
Tiempo de elaboración en minutos				90					
3.DIFUSION						4. Comercialización			
						Alcance		Vías de comercialización	
Alcance	Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión	Merca do local		Restauración de la zona	X



Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal	X	Puestos pequeñ os y carreter as de comida
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal		Mercad o local
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad
5.Fuentes de Información					6.Observaciones				
Sra. ALIDA VALAREZO Picantería Riberas del Pacífico									

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010


FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 10									
DATOS GENERALES									
Encuestador	Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha	I.G-PL-STR-010		Fecha	Noviembre 2010		
Provincia	El Oro		Parroquia	Puerto Jelfí		Comuna	Todas		
1. Descripción del plato									
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)									
Denominación	CAMARON CROCANTE			Variación de denominación	No aplica				
Categoría	Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta		Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad		
Alimento	<input checked="" type="checkbox"/>	Plenamente aceptado	<input checked="" type="checkbox"/>	Familiar (de antepasados)	<input checked="" type="checkbox"/>	Naturales		Regular	<input checked="" type="checkbox"/>
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva			
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	<input checked="" type="checkbox"/>	Temporal	
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país			

Factores de elaboración y nutricionales					De Países vecinos		Importado de otros países		Especial	
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.				
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones				
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:				
Regular	X	Muy alto		Bajo		<p>Componentes del plato:</p> <p>-Camarones apanados.</p> <p>-Pulpa de cangrejo.</p> <p>-Crema de Leche, un diente de ajo machacado y sal.</p> <p>Preparación.</p> <p>Refreír el ajo en mantequilla, colocar la pulpa del cangrejo y la crema de leche, hervir hasta formar una salsa, agregar sal al gusto.</p> <p>Servir los camarones apanados acompañados de arroz y patacones.</p>				
Tiempo de elaboración en minutos				40						
3.DIFUSION							4. Comercialización			
							Alcance		Vías de comercialización	
Alcance	Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión		Merca do local		Restauración de la zona	X

Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal	X	Puestos pequeñ os y carreter as de comida
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal		Mercad o local
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad
5.Fuentes de Información					6.Observaciones				
Sra. ALIDA VALAREZO Picantería Riberas del Pacífico									

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010


FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 11										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-011		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Jumón		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		SECO DE CHIVO				Variación de denominación		No aplica		
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta			Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular		X
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países		Import		Especial		

				vecinos		ado de otros países			
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.			
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones			
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:			
Regular	X	Muy alto		Bajo		<p>Ingredientes: Carne de chivo. Cebolla blanca, paitaña, pimienta, ajo, comino y clavo de olor. Chicha de caña dulce y fermentada (los dueños del establecimiento la elaboran). Sangre de chivo. Menudencias de chivo para la chanfaina.</p> <p>Preparación:</p> <p>Primero cocer durante dos horas la sangre con agua y sal, una vez cocida, se escurre y se desmenuza, se agrega cebolla blanca y se reserva. En una olla aparte se cocinan las menudencias del chivo, sin incluir el hígado, durante 2 horas $\frac{1}{4}$, con unos dientes de ajo. Una vez listo se le agrega harina para espesar.</p> <p>Se elabora un refrito con la cebolla paitañas, pimienta, ajo, comino y clavo de olor molido, en seguida verter la carne de chivo previamente salpimentada. Dejar hervir hasta que la carne este un poco blanda, se coloca la chicha de caña dulce y se deja hervir por 15 minutos más.</p> <p>Se sirve el seco de chivo, la chanfaina y la sangre acompañados con arroz amarillo y yuca cocinada.</p>			
Tiempo de elaboración en minutos					300				
									

3.DIFUSION						4. Comercialización					
						Alcance		Vías de comercialización			
Alcance		Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión		Merca do local	X	Restaur ación de la zona	X
Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal		Puestos pequeñ os y carreter as de comida		
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción							
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Regio nal	X	Mercad o local		
				TV y radio		Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad			
5.Fuentes de Información						6.Observaciones					
Familia Calvas											

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010


FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 12										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-012		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Jumón		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		SECO DE CHIVO			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta			Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X	
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países		Import		Especial		

				vecinos		ado de otros países			
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.			
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones			
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:			
Regular	X	Muy alto		Bajo		<p>Ingredientes: Gallina criolla. Cebolla blanca y paiteñas, pimiento, aliño, sal, achiote y clavo de olor. Chicha de cana dulce fermentada.</p> <p>Preparación</p> <p>Elaborar un refrito con la cebolla blanca y paiteñas, achiote, el pimiento, aliño, sal y clavo de olor molido. En una olla se coloca como fondo el refrito y encima las presas de gallina, se tapa la olla y se deja sudar por 10 minutos aproximadamente, luego se agrega agua suficiente a la preparación anterior y se deja hervir hasta que la carne este blanda, luego verter la chicha y cocer unos minutos más hasta que los sabores estén uniformes.</p>			
Tiempo de elaboración en minutos					60				
									
3.DIFUSION							4. Comercialización		
							Alcance	Vías de comercialización	
Alcance	Vía de difusión		Formas de transmisión	Uso comunal de la expresión		Merca do local	X	Restauración de la zona	X

Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Sin fecha especial de consumo	Merca do Nacio nal		Puestos pequeñ os y carreter as de comida	
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal	X	Mercad o local	
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad	
5.Fuentes de Información					6.Observaciones					
Familia Calvas										

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 13										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-013		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Jumón		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		SECO DE PATO			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta			Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X	
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países		Import		Especial		

				vecinos		ado de otros países			
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.			
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones			
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:			
Regular	X	Muy alto		Bajo		<p>Ingredientes: Pato de corral o domestico. Cebolla blanca y paitañas, pimiento, aliño, sal, achiote y clavo de olor. Chicha de cana dulce fermentada.</p> <p>Preparación</p> <p>Elaborar un refrito con la cebolla blanca y paitañas, achiote, el pimiento, aliño, sal y clavo de olor molido. En una olla se coloca como fondo el refrito y encima las presas de pato, se tapa la olla y se deja sudar por 20 minutos aproximadamente, luego se agrega agua suficiente a la preparación anterior y se deja hervir hasta que la carne este blanda, luego verter la chicha y cocer unos minutos más hasta que los sabores estén uniformes.</p>			
Tiempo de elaboración en minutos				120					
									
3.DIFUSION						4. Comercialización			
						Alcance		Vías de comercialización	
Alcance	Vía de difusión		Formas de transmisión	Uso comunal de la expresión		Merca do local	X	Restaur ación de la zona	X

Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Días Sábados y Domingos	Merca do Nacio nal		Puestos pequeñ os y carreter as de comida	
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal	X	Mercad o local	
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad	
				TV y radio						
5.Fuentes de Información					6.Observaciones					
Familia Calvas										

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 14										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-014		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Jumón		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		CALDO DE GALLINA CRIOLLA			Variación de denominación		No aplica			
Categoria		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta		Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad		
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X	
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países vecinos		Importado de		Especial		

						otros países				
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.				
Muy bajo		Medio		Alto		Número de porciones				
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:				
Regular	X	Muy alto		Bajo		<p>Ingredientes: Gallina criolla. Cebolla blanca, culantro, pimienta, ajo, comino y sal.</p> <p>Preparación.</p> <p>En una olla hervir el agua con cebolla blanca, ajo machacado, comino y sal, en seguida agregar la gallina y dejar hervir hasta que este blanda la carne.</p> <p>Servir caliente y espolvorear con cebolla blanca y culantro picado bien pequeño. Acompañado de papas cocidas.</p>				
Tiempo de elaboración en minutos				60						
3.DIFUSION						4. Comercialización				
						Alcance		Vías de comercialización		
Alcance	Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión		Merca do local	X	Restauración de la zona	X



Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Regular	Merca do Nacio nal		Puestos pequeñ os y carreter as de comida	
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal	X	Mercad o local	X
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Interna cional		Festival o Festivi dad	
				TV y radio						
5.Fuentes de Información					6.Observaciones					
Familia Calvas										

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS N° 15										
DATOS GENERALES										
Encuestador		Floril Marlon, Floril Saida		Cod. Ficha		I.G-PL-STR-015		Fecha		Noviembre 2010
Provincia		El Oro		Parroquia		Jumón		Comuna		Todas
1. Descripción del plato										
Factores sociales y culturales(valorización social y cultural)										
Denominación		TAMALES			Variación de denominación		No aplica			
Categoría		Reconocimiento cultural		Procedencia de la Receta			Tipo y procedencia de los ingredientes		Temporalidad	
Alimento	X	Plenamente aceptado	X	Familiar (de antepasados)	X	Naturales		Regular	X	
Bebida		Reconocido Minoritariamente por la comunidad		Social/Vecinal		Procesados o conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De otras comarcas		Originales del lugar	X	Temporal		
		En peligro de desaparición		Nacional		De otros lugares del país				
Factores de elaboración y nutricionales				De Países		Import		Especial		

				vecinos		ado de otros países			
Nivel de dificultad de elaboración				Valor nutricional de su consumo		2. Recetario.			
Muy bajo		Medio	X	Alto		Número de porciones			
Bajo		Alto		Medio	X	Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:			
Regular		Muy alto		Bajo		<p>Ingredientes: Granos de mote, remojados con un día de anticipación. Carne de cerdo, res o pollo. Cebolla blanca y paitañas, pimiento, ajo, comino, sal. Arvejas tiernas y zanahoria. Mantequilla y achiote. Huevo cocido. Hojas de plátano (limpias y secas)</p> <p>Preparación:</p> <p>Una vez remojado el mote, se lo muele hasta quedar una masa, se agrega el agua de cocción de la carne elegida y un poco de achiote y sal. Reservar la masa. A parte en una sartén elaborar un refrito con la cebolla, pimiento, ajo, comino y sal. Se agrega la carne picada en cuadritos, la zanahoria y arvejas. Sofreír con mantequilla.</p> <p>Para armar el tamal, en una hoja de plátano limpio y seco se coloca una cucharada de la masa y en el centro de la masa, el refrito preparado con la carne y un pedazo del huevo cocido.</p> <p>Servir caliente acompañado de una salsa criolla o ají criollo y una taza de café de pasar.</p>			
Tiempo de elaboración en minutos				120					
3.DIFUSION						4. Comercialización			
						Alcance	Vías de comercialización		

Alcance		Vía de difusión		Formas de transmisión		Uso comunal de la expresión	Merca do local	X	Restaur ación de la zona	X
Merca do Nacion al	X	Prensa local y nacion al	X	Boca a boca	X	Regular	Merca do Nacio nal		Puestos pequeñ os y carreter as de comida	
Merca do Region al		Boca a boca (vía cultur a)	X	Educa ción			Merca do Regio nal	X	Mercad o local	X
Merca do Intern acional		Festiva l o festivi dad		Prensa escrita y Libros de cocina			Merca do Regio nal		Festival o Festivi dad	
				TV y radio			Merca do Interna cional			
5.Fuentes de Información						6.Observaciones				
Familia Calvas										

Fuente: Elaboración propia, Noviembre 2010

4.2 Análisis del potencial turístico de la oferta gastronómica.

Santa Rosa es un cantón productivo, destacando sus productos del mar, así como el banano y cacao. En lo que respecta al turismo, este Cantón es un destino gastronómico importante, poseedor de gran variedad de platos típicos y muchos establecimientos de expendio que hacen posible la degustación de los mismos.

La falta de promoción e inclusión de la gastronomía local ha sido la barrera principal para que Santa Rosa se limite al conocimiento turístico nacional e internacional. Pero con esta investigación se ha probado la importancia de su oferta gastronómica, que indudablemente beneficia a la comunidad, no solo la que está incluida en la ruta gastronómica, sino también a todo el sector turístico y de servicios en general.

CAPÍTULO 5.

PROPUESTA DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN EL CANTON SANTA ROSA DE LA PROVINCIA DE EL ORO.

5.1 Ruta propuesta

En base a los diversos establecimientos de comida típica tradicional de la zona, dentro del casco urbano y parroquias rurales del cantón Santa Rosa se puede establecer una ruta gastronómica, coordinada con el tipo de alimentos que se expenden durante el día o la noche. Como por ejemplo, los mariscos tienen su demanda en el día, desde la mañana hasta media tarde, a excepción del ceviche de pescado que se puede encontrar hasta las 19h00; dando paso a parrilladas y asaderos que tienen su preferencia nocturna.

A continuación se define la siguiente ruta gastronómica que se puede tomar como referencia un tiempo de recorrido de varios días, ya que los tipos de comida son variados.

FIGURA N° XXVIII Mapa del Cantón Santa Rosa
(RUTA GASTRONÓMICA)



Fuente: Elaboración propia, Enero del 2011

RUTA 1.**Primera parada.**

Mercado Central.

Platos: Comida Criolla: seco de chivo, seco de gallina criolla, seco de pollo, seco de chanco, lengua guisada.

Ceviches.

Establecimientos: Patio de comidas.

Horarios de atención: 06:30 – 13h00

Segunda parada.

Puerto Jelí.

Platos: Mariscos y Pescados.

Majarisco, Meloso, Tallarín marinero, Conchas asadas, Ceviches, Tsunami, Arrechón, Arroz con mariscos.

Establecimientos: Riberas del Pacifico, Picantería Jambelí, Picantería El

Tiburón, Mediterraneo, Hola la ola, etc.

Horarios de atención: 10h00 – 18h00

Tercera Parada.

Av. Quito (Barrio Centenario y Calderón).

Platos: Parrilladas.

Establecimientos: Parrilladas de David, Parrilladas d' Glenda, Parrilladas Don Diego, Parrilladas D' Mery.

RUTA 2.**Primera parada.**

Mercado Central.

Platos: Comida Criolla: Seco de Chivo, Seco de gallina criolla, Seco de pollo, Seco de Chanco, Lengua guisada.

Ceviches.

Establecimientos: Patio de comidas.

Horarios de atención: 06:30 – 13h00

Segunda parada.

Parroquia Jumón

Platos: Comida Criolla: seco de chivo, seco de pato, seco de gallina criolla, caldo de gallina criolla, bollos y tamales.

Establecimientos: Comedor de la Familia Calvas.

Horarios de atención: Todos los días desde las 11h00 hasta las 16h00, durante este horario se expenden únicamente los platos como seco de chivo, caldo de gallina, seco de gallina criolla. El seco de pato, tamales y bollos, solo los días sábados entre las 11h00 y 16h00.

Tercera Parada.

Av. Quito (Barrio Centenario y Calderón).

Platos: Parrilladas.

Establecimientos: Parrilladas de David, Parrilladas d' Glenda, Parrillada Don Diego, Parrillada d' Mery.

RUTA 3.**Primera parada.**

Puerto Jelí.

Platos: Mariscos y Pescados.

Majarisco, meloso, tallarín marinero, conchas asadas, ceviches, sunami, arrechón, arroz con mariscos, marejada.

Establecimientos: Riberas del Pacífico, Picantería Jambelí, Picantería El Tiburón, Mediterraneo, Hola la ola, etc.

Horarios de atención: 10h00 – 18h00

Establecimientos. Patio de comidas.

Horarios de atención: 06:30 – 13h00

Segunda parada.

Av. Quito (Barrio Centenario y Calderón).

Platos: Parrilladas.

Establecimientos: Parrilladas de David, Parrilladas d' Glenda, Parrillada Don Diego y Parrillada D' Mery.

RUTA 4.**Primera parada.**

Parroquia Jumón.

Platos: Comida Criolla: seco de chivo, seco de pato, seco de gallina criolla, caldo de gallina criolla, bollos y tamales.

Establecimientos: Comedor de la Familia Calvas

Horarios de atención: Todos los días desde 11h00 hasta las 16h00, durante este horario se expenden únicamente los platos como seco de chivo, caldo de gallina, seco de gallina criolla. El seco de pato, tamales y Bollos, solo los días sábados entre las 11h00 y 16h00.


Segunda parada.

Av. Quito (Barrio Centenario y Calderón).

Platos: Parrilladas.

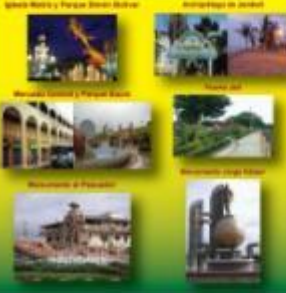
Establecimientos: Parrilladas de David, Parrilladas d' Glenda, Parrillada Don Diego y Parrillada D' Mery.

FIGURA N° XXIX TRÍPTICO DE LA RUTA GASTRONÓMICA




Santa Rosa Activa y Ferviente de gente cálida y amable; tierra bendecida y productiva, con paisajes de natural belleza. Sus parques, sus calles, iglesias, balnearios, principalmente la gastronomía y su gente son la razón principal para que Santa Rosa sea un destino turístico gastronómico. Por tal motivo, se han elaborado 4 Rutas alternativas donde se expenden los distintos platos típicos y sus respectivos establecimientos.

ATRACTIVOS TURÍSTICOS PRINCIPALES



RUTA 1


Primera parada: Mercado Central.
Comida Criolla: Seco de Chivo, Seco de gallina criolla, Seco de pollo, Seco de Charcho, Lengua guisada, Ceviche.
ESTABLECIMIENTOS: Pato de comidas.
Horarios de atención: 06:30 - 13:00



Segunda parada: Puerto Jeli.
Mariscos y Pescados: Mejillaco, Mollos, Tallarín marino, Conchas asadas, Ceviches, Suroani, Arrechón, Arroz con mariscos.
ESTABLECIMIENTOS: Ribera del Pacífico, Picantería Jambal, Picantería El Tiburón, Mediterraneo, Nola la oia, etc.
Horarios de atención: 10:00 - 12:00



Tercera Parada:
Av. Quito (Barrio Centenario y Calderón).
Platos:
Parrilladas.
ESTABLECIMIENTOS: Parrilladas de David, Parrilladas d' Glenda, Parrilladas Don Diego, Parrilladas D' Mary.



RUTA 2

Primera parada: Mercado Central.
Comida Criolla: Seco de Chivo, Seco de gallina criolla, Seco de pollo, Seco de Charcho, Lengua guisada, Ceviches.
ESTABLECIMIENTOS: Pato de comidas.
Horarios de atención: 06:30 - 13:00



SEGUNDA PARADA: Jumbún
Comida Criolla: Seco de chivo, Seco de pato, Seco de gallina criolla, Caldo de gallina criolla, Bollos y Tamales.
ESTABLECIMIENTOS: Comedor Familia Calvas
Horarios de atención: Todos los días desde las 11:00 hasta las 18:00 durante este horario se expenden únicamente los platos como seco de chivo, caldo de gallina seco de gallina criolla. El seco de pato, tamales y Bollos, solo los días sábados entre las 11:00 y 18:00.



TERCERA PARADA: Parrilladas
Av. Quito (Barrio Centenario y Calderón)
ESTABLECIMIENTOS: Parrilladas de David, Parrilladas d' Glenda, Parrilladas Don Diego, Parrilladas D' Mary.

ESTABLECIMIENTOS: Ribera del Pacífico, Picantería Jambal, Picantería El Tiburón, Mediterraneo, Nola la oia, etc.
Horarios de atención: 10:00 - 12:00


ESTABLECIMIENTOS: Pato de comidas.
Horarios de atención: 06:30 - 13:00



Segunda parada:
Av. Quito (Barrio Centenario y Calderón).
ESTABLECIMIENTOS: Parrilladas de David, Parrilladas d' Glenda, Parrilladas Don Diego y Parrilladas D' Mary.



RUTA GASTRONOMICA DE SANTA ROSA




te invita a visitarla.

Cantón Santa Rosa.
PROVINCIA DE EL ORO

Fuente: Elaboración propia, Enero del 2011

5.2 Propuesta de Promoción de la Ruta Gastronómica.

5.2.1 Relaciones Públicas y Personales.

Evento de lanzamiento de la ruta.

Se procederá a realizar un evento programado para enfatizar la importancia de tener y trabajar en el proyecto que le da conclusión a esta tesis, ya que la mencionada o las mencionadas rutas traerán beneficio al turismo y permitirán mayor desarrollo a la comunidad implicada.

Concursos.

La motivación mediante concursos será un ingrediente que llame la atención a la comunidad para participar y ser incluidos en este proyecto. Entre los concursos que se pueden sugerir: la elección del plato más original, dividido en categorías (mariscos, comida criolla); este plato debe ser creado por los restaurantes y se evaluarán desde la idea de creación del plato hasta su presentación.

Se puede reconocer al restaurante que brinde la mejor atención al cliente, con la entrega de una placa como incentivo por su buen servicio.

Ferias gastronómicas.

Servirán como invitación al comensal a descubrir los diferentes estilos y platos que poseen cada establecimiento participante. En el que además los distintos establecimientos pueden dar a conocer sus habilidades en la preparación de sus platos predilectos y promocionar su gastronomía.

En estas ferias se puede buscar el patrocinio de la empresa privada, como camaroneras y bebidas, canales de televisión y prensa en general, instituciones financieras; con el aval del Municipio del Cantón.

Eventos públicos

Se organizaran eventos donde se invitarán a los ministerios de turismo, y otros/as entidades involucradas. Por ejemplo se puede dar a conocer en fechas claves, como en las festividades Patronales o de Cantonización de las distintas ciudades de la Provincia, rindiendo un homenaje, invitando a la ciudadanía a conocer sobre la Ruta gastronómica SANTA ROSA MIL SABORES.

Enviar reportajes a medios de comunicación.

Se procederá a la elaboración de reportajes y notas que se facilitarán a los diferentes medios de comunicación para lograr su atención e invitarlos a ser partícipes del realce a tan importante proyecto.

5.3 Publicidad.

5.3.1 Elaboración de un folleto con la ruta.

Será de suma importancia para el objetivo de difundir y promocionar la ruta propuesta. Dichos Folletos pueden ser distribuidos en puntos de información turísticos, en el Municipio, lugares muy concurridos, como restaurantes, instituciones bancarias que hayan brindado su apoyo como auspiciante y su Aval.

5.3.2 Elaboración de afiches.

Se elaboraran afiches de distinto modelo que serán entregados en el departamento de turismo del municipio y entidades relacionadas. Estos afiches se colocarán en sitios estratégicos con el objetivo de que la demanda potencial se familiarice con la ruta gastronómica motivando su presencia y consumo en los distintos puntos encontrados en la ruta.

5.3.3 Publicidad prensa y en TV.

Servirá para que esta ruta sea conocida en los distintos cantones de la provincia, a nivel nacional e internacional.

El aporte en publicidad televisiva permitirá llegar de forma más globalizada a los distintos sectores potenciales que se quiere alcanzar. Hay

canales locales, tanto en Santa Rosa como en el resto de de la Provincia, en los que se puede establecer un enlace o convenio para la creación de un espacio televisivo en el que se muestre los lugares mencionados en la ruta, esto beneficiaría no solo al Cantón Santa Rosa, sino a la provincia ya que se tomarían en cuenta otros cantones de vital importancia para el desarrollo del turismo y cuya gastronomía sea también apetecida y reconocida por la población.

5.4 Merchandising

Se busca la optimización de la promoción de la ruta gastronómica identificando acertadamente el lugar o lugares de inicio de promoción, definir el tiempo estipulado para dicha promoción, así mismo como la forma. Además, emplear productos y estrategias complementarias y aplicar los dos tipos de merchandising: el permanente y el temporal.

Una importante fuente de difusión para la ruta podría ser la ubicación de stands o banners informativos en lugares estratégicos, como centros comerciales, sitios concurridos en festividades o espectáculos públicos, en el aeropuerto, edificio municipal, etc.

5.4.1 Camisetas y Souvenirs.

La elaboración de souvenirs como: llaveros, botones, esferográficos, banderines, pulseras, etc.

Se puede realizar estampados con el eslogan que se emplea en este proyecto, además estampados con el mapa de la ruta gastronómica o algún atractivo turístico destacado.

CONCLUSIONES

1. En el Cantón Santa Rosa la gente frecuenta positivamente los distintos establecimientos de expendio de comida.
2. Los platos típicos propios de cada establecimiento en Puerto Jelí tienen gran acogida.
3. Con la correcta promoción el Cantón Santa Rosa puede llegar a ser un destino gastronómico de gran importancia.
4. En el Cantón Santa Rosa es recomendable aplicar la ruta gastronómica propuesta en este proyecto de tesis.
5. Los diferentes atractivos turísticos y la oferta gastronómica son una gran combinación para fortalecer la ruta turística gastronómica.

6. Las vías de acceso al Cantón Santa Rosa y a los diferentes puntos incluidos en la ruta se encuentran en excelente estado beneficiando la creación de la misma.

7. La presente tesis es un compendio informativo de la gastronomía del Cantón Santa Rosa, que contribuirá con la preservación del patrimonio intangible del destino.

RECOMENDACIONES

1. Las autoridades pertinentes deberían emprender este proyecto de la “ruta gastronómica”.
2. Es muy importante la preservación y cuidado de ciertos atractivos turísticos naturales que sin duda le darían mayor realce a dicha ruta
3. Es necesario fomentar capacitaciones de servicio y atención al cliente a dueños y empleados de los establecimientos.
4. Se debe realizar una campaña informativa para dar a conocer a los dueños de los distintos establecimientos los beneficios y la importancia de ser un establecimiento categorizado por el ministerio de Turismo. Ya que son muchos los lugares donde se expenden alimentos y no saben de la existencia de un catastro, ni sobre las normas a las que se deben regir para ser categorizados.

5. Es importante que las autoridades realicen una campaña de promoción de los distintos lugares y atractivos turísticos del Cantón Santa Rosa; ya que, se cuenta con todas las facilidades de acceso y más aun con la existencia de un aeropuerto de alto nivel que facilita cualquier proyecto que se quiera emplear.

6. Las autoridades deberían comunicar a los dueños y administradores de los establecimientos los distintos beneficios de los cuales gozarán si son incluidos en la ruta gastronómica, siendo estos: publicidad, reconocimiento público, participación activa en eventos y reuniones donde se traten temas sobre la ruta, capacitaciones de personal laboral y administrativo, derecho a participación en ferias y concursos gastronómicos abiertos al público en general, la inclusión en mapa de la ruta y reconocimiento en departamentos, secretarías y ministerio de turismo, y se colocarán distintivos que identifiquen a los establecimientos que pertenecen a la ruta gastronómica establecida.

7. Se recomienda formar una empresa o entidad legalmente constituida y serán parte activa representantes de los establecimientos que se encargará de la publicidad y promoción de la ruta gastronómica bajo la supervisión del departamento de turismo del Cantón Santa Rosa

8. Debe existir un compromiso legal que respalde la inclusión de los establecimientos participantes en la ruta gastronómica; y así mismo, el

compromiso por parte de los restaurantes de aportar con los costos de inversión para la promoción y marketing que se le dará a dicha ruta, ya que estos serán positivamente beneficiados.

9. Sería correcto organizar reuniones cada vez que se lo considere necesario para informar las distintas actividades que se han dado y se darán por parte de la empresa formada para la promoción y marketing de la ruta gastronómica del Cantón Santa Rosa.

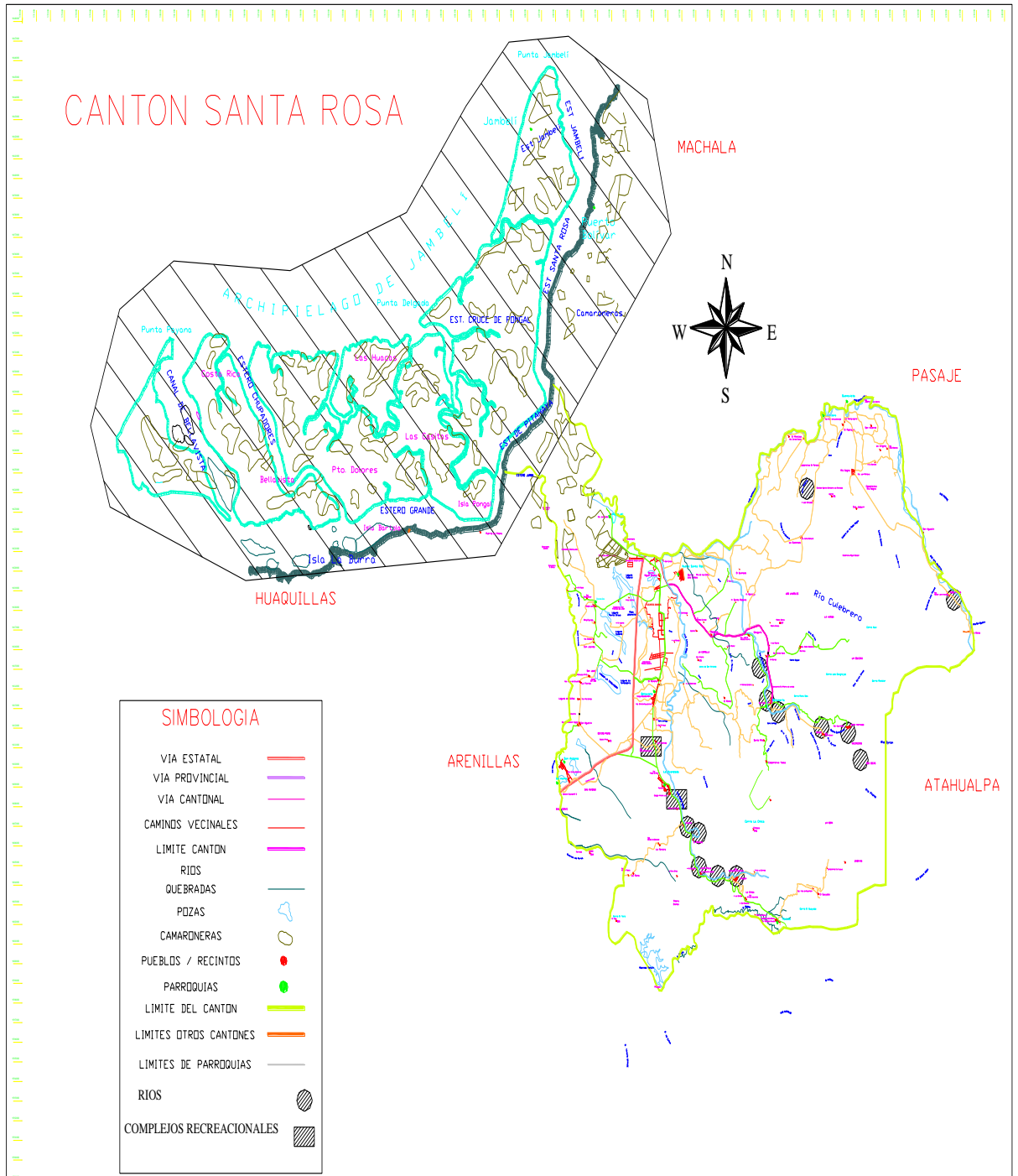
ANEXOS

ANEXO I. MAPA DIVISIÓN POR PARROQUIAS DEL CANTÓN SANTA ROSA



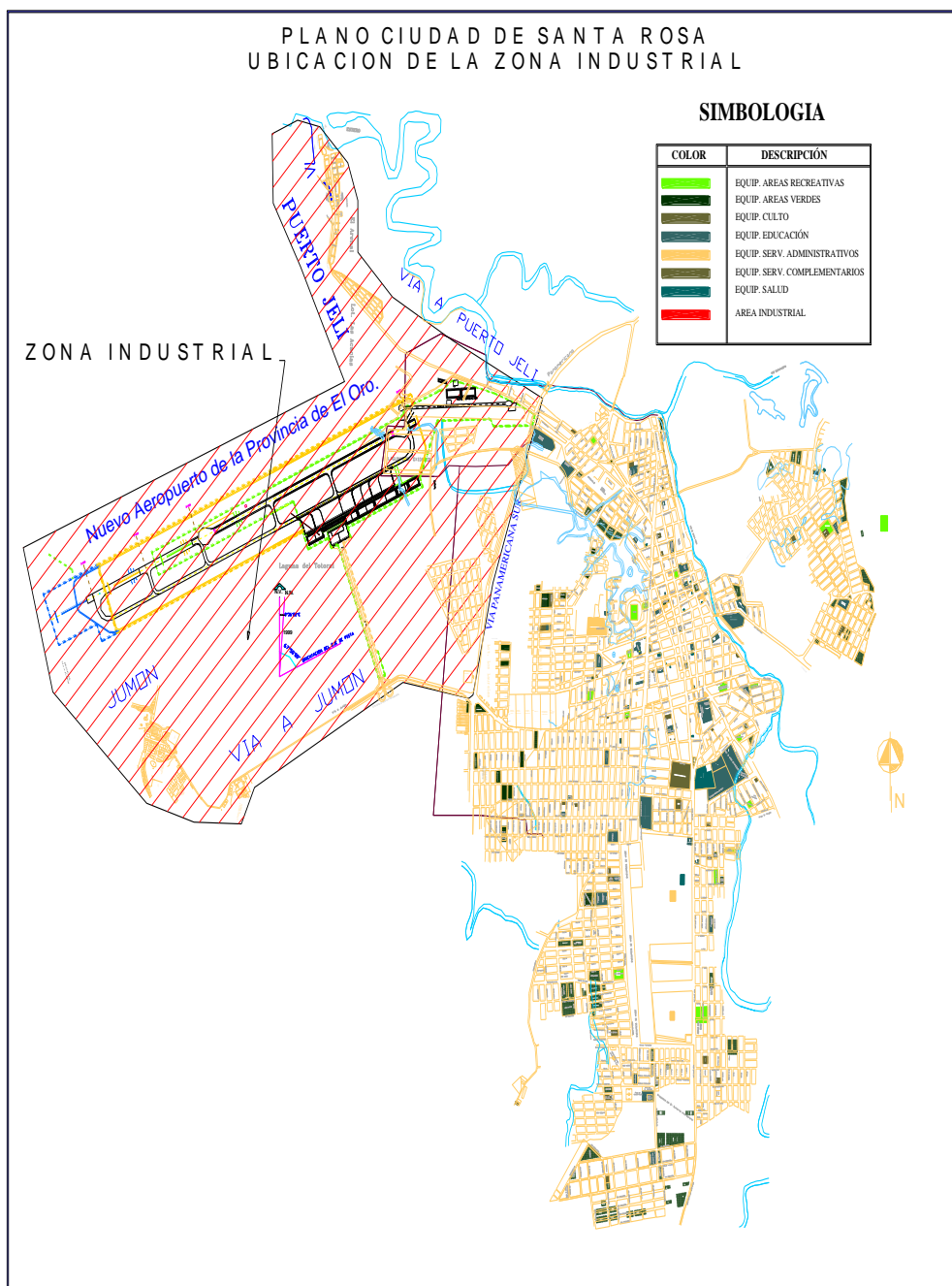
FUENTE MUNICIPIO DEL CANTÓN SANTA ROSA

ANEXO II. MAPA ZONA GASTRONÓMICA DEL CANTÓN SANTA ROSA



FUENTE MUNICIPIO DEL CANTON SANTA ROSA

ANEXO III. MAPA DE ZONA INDUSTRIAL DEL CANTÓN SANTA ROSA



FUENTE MUNICIPIO DEL CANTÓN SANTA ROSA.

BIBLIOGRAFÍA

- GUNN, C. *Planificación del Turismo Conceptos Básicos*.
- GURRIA DI-BELLA, M. (1994). *“Introducción al Turismo”*. Editorial Trillas. México D.F.
- LEIPER, N (1990). *“Sistema Turístico”*, Departamento de Sistemas Administrativos, Massey University. Nueva Zelanda.
- OMT (1998). *“Introducción al turismo”*. Editorial Graf. Madrid
<http://www.infoagro.net/shared/docs/a5/Aliartesanales2.pdf>
- DACHARI, C (2003). *“Seminario sobre Turismo Rural y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio”*. Universidad de Guadalajara. Asunción Paraguay.
<http://www.infoagro.net/shared/docs/a5/Aliartesanales2.pdf>
- CAZORLA, María Dolores. (2005) Material de apoyo Introducción al turismo.
- YEPES, V(2000). *“El plan de señalización turística en Municipios de la Comunidad Valenciana”*. Revista Rutas. Editorial Asociación Técnica de carreteras. Madrid.
- LICKORISH, L; JENKINS, C (1997) *“Una introducción al turismo”*. Editorial Síntesis. Madrid.
- ANDER Egg, E 1962, *“Metodología de la Investigación Científica”*.
- SCHLUTER, Regina, 2005, *“Investigación en Turismo y Hotelería”*.

- MUNIZ, Rafael. *“Marketing en el Siglo XXI, Comunicación Integral y marketing”*.
- BOULLÓN, Roberto (1985). *“Planificación del Espacio Turístico”*. Editorial Trillas, México.