



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERIA MARITIMA Y CIENCIAS DEL MAR

LICENCIATURA EN TURISMO

**“INVENTARIO DE RECURSOS GASTRONOMICOS CON
POTENCIAL TURÍSTICOS EN JIPIJAPA – MANABÍ”**

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

Presentada por:

CAMILO JOSÉ ANDRADE VERA

ANA PAOLA CAÑAR ZAMORA

ANDRÉS GUILLERMO TORANZOS NARVÁEZ

GUAYAQUIL – ECUADOR

2007

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser un padre misericordioso conmigo. A mí amada madre por su paciencia y por su apoyo incondicional. A mí querido novio y a su familia por creer siempre en nosotros. A mi familia por su amor. A nuestro querido director de tesis. A Camilo por no desmayar nunca en nuestro objetivo, y a todas las personas que hicieron posible la culminación de esta hermosa meta.

Paola Cañar Zamora

Agradezco a Dios por iluminarnos. A mis padres, hermanos y a mi sobrina por ser ellos y estar siempre junto a mí. A Cinthya, por estar a mi lado y hacer que todo sea más fácil. A mis amigos por el apoyo durante todos mis años de estudio. A Paola y Andrés por ayudarme a lograr el objetivo. A la familia Toranzos-Narváez por todo su apoyo. A nuestro director de tesis por su guía y consejos.

Camilo Andrade Vera

Agradezco a Dios por ser mi guía. A mis queridos padres y hermana por siempre apoyarme. A mí amada Paola por siempre estar allí, en los momentos difíciles. A Camilo por unirse en este esfuerzo conjunto. A nuestro director MSc. Carvache por creer en este trabajo, y a mi jefe y amigo Edward Harding y colegas del trabajo, Roger y Andrés por toda su ayuda.

Andrés Toranzos Narváez

DEDICATORIA

A nuestros padres, familiares, amigos y profesores por sabernos guiar. Así mismo a nuestra querida universidad, la Escuela Superior Politécnica del Litoral, forjadora de talentos.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

DR. MARCELO MUÑOZ

Presidente del Tribunal

MSC. WILMER CARVACHE

Director de Tesis

MSC. VICTOR OSORIO

Miembro Principal

MSC. JULIO GAVILANES

Miembro Principal

DECLARACION EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”.

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)

Camilo José Andrade Vera

Ana Paola Cañar Zamora

Andrés Guillermo Toranzos Narvárez

RESUMEN

La gastronomía es una parte muy importante de la cultura popular, que posibilita percibir la forma como viven los habitantes de cada región. La gastronomía típica está siempre presente en sitios de interés turístico como parte de la oferta. La gastronomía ecuatoriana es un elemento importante de la oferta turística, un ejemplo de ella, es la gastronomía de Jipijapa – Manabí, la cuál es la base de la presente investigación, que consta de cinco capítulos.

El primer capítulo hace una introducción de la gastronomía, establece las funciones de la alimentación, define la cultura gastronómica e inventario gastronómico. Además establece la importancia de la gastronomía en la actividad turística y presenta modelos de inventarios. Finalmente presenta las fichas que se utilizaron en el inventario gastronómico.

El segundo capítulo expone los objetivos de la investigación e hipótesis planteada, la metodología de investigación y técnicas utilizadas para el presente trabajo.

El tercer capítulo detalla los aspectos generales de Jipijapa dividido en aspectos generales, antecedentes históricos y aspectos culturales.

El cuarto capítulo analiza el destino, que comprende: la economía, sus atractivos turísticos, actividades turísticas, accesibilidad y la demanda turística, para luego emitir un diagnóstico de la situación actual del mismo.

El quinto capítulo realiza el inventario gastronómico de productos, platos y establecimientos de alimentos y bebidas, para hacer un análisis y finalizar con un diagnóstico general de los productos inventariados y establecer su valoración turística cultural.

Señalando además que esta tesis cuenta con figuras y tablas que lo hacen explicativo y comprensivo.

INDICE GENERAL

	Pág.
RESUMEN.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIII
ÍNDICE DE MAPAS.....	XVII
ÍNDICE DE FICHAS DE INVENTARIO GASTRONÓMICO.....	XVIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XX
INTRODUCCION.....	1

CAPÍTULO I

I. MARCO TEORICO: GASTRONOMIA UNA VIA HACIA LA DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA

1.1. Introducción histórica de la Gastronomía.....	3
1.2. Funciones de la alimentación.....	6
1.3. Cultura gastronómica.....	7
1.4. Importancia de la Gastronomía en la actividad turística.....	10
1.5. Conceptualización de Inventario Gastronómico.....	13
1.6. Modelos de inventarios.....	14

1.7. Fichas de inventarios.....	24
---------------------------------	----

CAPÍTULO II

II. METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS

2.1. Objetivos.....	29
2.2. Metodología Aplicada.....	30
2.3. Técnicas utilizadas.....	33
2.4. Procedimientos de recolección de datos.....	36

CAPÍTULO III

III. ASPECTOS GENERALES DEL DESTINO

3.1. Aspectos geográficos.....	38
3.2. Antecedentes históricos.....	46
3.3. Aspectos Culturales.....	52

CAPÍTULO IV

IV. ANALISIS DEL DESTINO

4.1. Actividades económicas de la zona.....	56
4.2. Principales atractivos turísticos.....	75
4.3. Accesibilidad.....	88

4.4. Actividades turísticas.....	96
4.5. Análisis de la demanda turística.....	99
4.6. Diagnóstico actual del destino.....	111

CAPÍTULO V

V. INVENTARIO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS DE LA ZONA CON POTENCIAL TURÍSTICO

5.1. Inventario gastronómico del destino: Planta, Productos y platos locales.....	121
5.2. Análisis de la planta turística del sector: Establecimientos de alimentos y bebidas.....	203
5.3. Análisis de los productos inventariados y su valoración cultural.....	211
5.4. Diagnóstico general de los productos inventariados y su valoración turística.....	217
CONCLUSIONES.....	227
RECOMENDACIONES.....	229
ANEXOS.....	232
BIBLIOGRAFÍAS.....	240

INDICE DE TABLAS.

	Pág.
TABLA I.	FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVO TURISTICO DE MINTUR.....15
TABLA II.	REGISTRO DE PATRIMONIO INTANGIBLE DE LA UNESCO.....22
TABLA III.	FICHA DE INVENTARIO DE PRODUCTO.....25
TABLA IV.	FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS.....26
TABLA V.	FICHA DE PLANTA TURÍSTICA.....27
TABLA VI.	FICHA DE INVENTARIO DE FIESTAS, FESTIVALES Y MERCADOS.....28
TABLA VII.	POBLACIÓN DEL CANTÓN JIPIJAPA.....43
TABLA VIII.	DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN PARROQUIAS DEL CANTÓN JIPIJAPA.....44
TABLA IX.	ECUADOR: CONTRIBUCIÓN SECTOR AGROPECUARIO A LA ECONOMÍA NACIONAL.....57
TABLA X.	POBLACIÓN TOTAL DE MANABÍ.....59
TABLA XI.	POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA) PROVINCIA DE MANABÍ.....59
TABLA XII.	DESEMPLEO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ.....60
TABLA XIII.	SUBEMPLEO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ.....60
TABLA XIV.	PARTICIPACIÓN DE MANABÍ EN EL PIB. MILES DE DÓLARES DE 2000.....61

TABLA XV.	POBLACIÓN TOTAL DEL CANTÓN JIPIJAPA.....	62
TABLA XVI.	POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA POR RAMAS DE ACTIVIDAD.....	62
TABLA XVII.	POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES DE JIPIJAPA...	63
TABLA XVIII.	PRINCIPALES PRODUCTOS CULTIVADOS EN LA ZONA.....	65
TABLA XIX.	PRINCIPALES PRODUCTOS CULTIVADOS EN JIPIJAPA.....	66
TABLA XX.	ANIMALES EN PIE AL AÑO 2001 CANTÓN JIPIJAPA.....	68
TABLA XXI.	DISTRIBUCIÓN DE COMERCIOS POR SECTORES EN LA ZONA URBANA DE JIPIJAPA.....	71
TABLA XXII.	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CABECERA CANTONAL DE JIPIJAPA.....	73
TABLA XXIII.	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE PUERTO CAYO.....	74
TABLA XXIV.	ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LA CABECERA CANTONAL DE JIPIJAPA.....	74
TABLA XXV.	ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE PUERTO CAYO.....	74
TABLA XXVI.	LISTADO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JIPIJAPA.....	77
TABLA XXVII.	DISTANCIA DESDE JIPIJAPA A LAS 7 PARROQUIAS RURALES.....	89
TABLA XXVIII.	DISTANCIA DESDE JIPIJAPA A LAS CIUDADES PRINCIPALES.....	90

TABLA XXIX.	VISITA DE RESIDENTES EN GUAYAQUIL SEGÚN LUGAR DE DESTINO DE FINES DE SEMANA. (JULIO-SEPTIEMBRE 2002).....	100
TABLA XXX.	VISITAS REALIZADAS POR RESIDENTES EN GUAYAQUIL, SEGÚN LUGAR DE DESTINO DE FERIADOS Y OTROS VIAJES (JULIO-SEPTIEMBRE 2002).....	102
TABLA XXXI.	TURISMO INTERNO: VISITAS REALIZADAS POR RESIDENTES EN GUAYAQUIL, SEGÚN LUGAR DE DESTINO DE FERIADOS Y OTROS VIAJES. (OCTUBRE-DICIEMBRE 2002).....	103
TABLA XXXII.	VISITAS REALIZADAS POR RESIDENTES EN GUAYAQUIL, SEGÚN LUGAR DE DESTINO DE FERIADOS Y OTROS VIAJES (ENERO-MARZO 2003).....	104
TABLA XXXIII.	REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS AL PARQUE NACIONAL MACHALILLA DURANTE EL 2004.....	106
TABLA XXXIV.	PERNOCTACIONES DE LOS RESIDENTES EN GUAYAQUIL, POR LUGAR VISITADO EN FINES DE SEMANA. (JULIO-SEPTIEMBRE 2002).....	107
TABLA XXXV.	PERNOCTACIONES DE LOS RESIDENTES EN GUAYAQUIL, POR LUGAR VISITADO DURANTE FERIADOS Y OTROS VIAJES (OCTUBRE-DICIEMBRE 2002).....	108
TABLA XXXVI.	PERNOCTACIONES DE LOS RESIDENTES EN GUAYAQUIL, POR LUGAR VISITADO DURANTE FERIADOS Y OTROS VIAJES (ENERO-MARZO 2003).....	109
TABLA XXXVII.	SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA DEL CANTÓN JIPIJAPA.....	110
TABLA XXXVIII.	ANÁLISIS FODA DEL CANTON JIPIJAPA.....	117

TABLA XXXIX.	INVENTARIO DEL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO.....	204
TABLA XL.	TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS Y CAPACIDAD EN JIPIJAPA.....	205
TABLA XLI.	CEBICHERIAS LOCALIZADAS EN LA CIUDAD DE JIPIJAPA.....	209
TABLA XLII.	TABLA DE DIAGNOSTICO DE LOS PLATOS INVENTARIADOS.....	217
TABLA XLIII.	TABLA DE VALORES ASIGNADOS A LOS PLATOS INVENTARIADOS.....	219

INDICE DE FIGURAS

	Pág.
FIGURA 1.	PIRÁMIDE DE POBLACIÓN DE JIPIJAPA.....45
FIGURA 2.	IGLESIA DE JIPIJAPA EN EL SIGLO PASADO.....46
FIGURA 3	IGLESIA SAN LORENZO DE JIPIJAPA.....79
FIGURA 4.	FACHADA DEL MUSEO.....80
FIGURA 5.	PANORÁMICA DEL PARQUE CENTRAL DE JIPIJAPA.....81
FIGURA 6.	PORCIÓN DE GREÑOSO.....82
FIGURA 7.	VISTA PANORÁMICA DE LA PLAYA DE PUERTO CAYO.....83
FIGURA 8.	VISTA DEL ISLOTE PEDERNALES.....83
FIGURA 9.	CASCADA MARILAN.....84
FIGURA 10.	VISTA DE LA CASCADA DE AGUA DULCE.....85
FIGURA 11	UNO DE LOS POZOS DE JOA.....86
FIGURA 12.	POZO DE CHOCONCHA.....87
FIGURA 13.	MERCADO MUNICIPAL DE JIPIJAPA.....88
FIGURA 14.	FACHADA DEL TERMINAL TERRESTRE DE JIPIJAPA.....91
FIGURA 15:	OFICINAS DE LAS COOPERATIVAS EN EL TERMINAL TERRESTRE.....94
FIGURA 16.	BUS DE LA COOPERATIVA REINA DEL CAMINO.....94
FIGURA 17.	TAXISTAS UBICADOS EN LA CALLE BOLÍVAR.....95

FIGURA 18.	DIAGNÓSTICO DEL DESTINO.....	112
FIGURA 19.	ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN JIPIJAPA.....	207

INDICE DE MAPAS.

	Pág.
MAPA I. MAPA DEL ECUADOR CON LA UBICACIÓN DE JIPIJAPA.....	39
MAPA II. MAPA DE LA PROVINCIA DE MANABÍ.....	40
MAPA III. DIVISIÓN POLÍTICA DE JIPIJAPA.....	41
MAPA IV. RED VIAL DEL CANTÓN JIPIJAPA.....	92

INDICE DE FICHAS DE INVENTARIO GASTRONÓMICO

	PÁG.
FICHA 1	PRODUCTO “EL MAÍZ”128
FICHA 2	PRODUCTO “EL MANÍ”131
FICHA 3	PRODUCTO “EL CAFÉ”134
FICHA 4	PLATO “EL GREÑOSO”147
FICHA 5	PLATO “CEBICHE DE PESCADO CON MANÍ”151
FICHA 6	PLATO “BOLLO”155
FICHA 7	PLATO “LA NATILLA”159
FICHA 8	PLATO “TORTILLAS DE MAIZ”163
FICHA 9	PLATO “CAFÉ”167
FICHA 10	PLANTA “EU LUNCH”174
FICHA 11	PLANTA “EL REFUGIO 2”176
FICHA 12	PLANTA “EL REFUGIO”178
FICHA 13	PLANTA “SULTANA DEL CAFÉ”180
FICHA 14	PLANTA “CASA VIEJA”182
FICHA 15	PLANTA “EL OASIS”184
FICHA 16	PLANTA “PEPITO # 3”186
FICHA 17	PLANTA “JAIR”188
FICHA 18	PLANTA “LUCAS”190
FICHA 19	PLANTA “MAR WILL’S”192
FICHA 20	PLANTA “LOS NEGRITOS”194
FICHA 21	PLANTA “KIOSKO DOÑA JUANA”196

FICHA 22	MERCADO “MERCADO MUNICIPAL DE JIPIJAPA”.....	200
----------	--	-----

INDICE DE ANEXOS.

	Pág.
Anexo I. Entrevista.....	233
Anexo II. Entrevista.....	235
Anexo III. Entrevista.....	238

Introducción

El Cantón Jipijapa de la provincia de Manabí siempre ha sido conocido como la “Sultana del Café” por la alta producción y exportación de este producto en años anteriores. Sin embargo la producción del café ha decaído dramáticamente, lo que ha causado que la población busque otras alternativas de subsistencia.

En la actualidad organizaciones como la Ilustre Municipalidad de Jipijapa y agrupaciones privadas y públicas están interesadas en desarrollar planes para destacar los atractivos naturales con los que cuenta el cantón y aumentar la demanda de visitantes. Por ello se tomó la decisión de realizar un estudio de la gastronomía de Jipijapa para diversificar su oferta turística y resaltar un atractivo ya existente.

El objetivo principal de este trabajo es realizar un levantamiento de información a través de un inventario de los productos gastronómicos de Jipijapa-Manabí para la diversificación de la oferta turística.

Como Objetivos Específicos tenemos los siguientes:

- Establecer la importancia del turismo gastronómico a través de su conceptualización.

- Realizar un análisis del potencial turístico del cantón Jipijapa.

- Elaborar un diagnóstico de los productos gastronómicos inventariados.

- Analizar el potencial turístico de la gastronomía del cantón Jipijapa.

Se considera, que al hacer el inventario gastronómico de Jipijapa-Manabí, se elaborará un documento con información relevante de la gastronomía típica del destino, que emplea los productos agrícolas cultivados en la zona. Con este inventario gastronómico se podría tener información del cantón Jipijapa, para contribuir con la diversificación de la oferta turística.

CAPITULO I.

MARCO TEORICO: GASTRONOMIA UNA VIA HACIA LA DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA.

1.1. INTRODUCCIÓN HISTÓRICA DE LA GASTRONOMÍA.

La historia de la gastronomía es tan antigua como la historia humana. El diccionario de La Lengua Española de la Real Academia de la Lengua define el termino Gastronomía como “los asuntos de la digestión de la comida, arte y ciencia de la alimentación”. Dada esta definición, se define que la historia de la gastronomía

esta altamente ligada a la interrelación entre el ser humano y su búsqueda de alimento a través de la historia.

Debido a lo antiguo de la historia de la gastronomía, se toma un punto importante en ella, la cual es la llegada de los españoles a tierras americanas, época destacable por ser el encuentro de dos culturas gastronómicas. De importancia para el medio de estudio.

La gastronomía ecuatoriana tiene su base en las etnias locales y en la influencia de la conquista española. Según lo cita Pablo Cuvi (2004), en la Enciclopedia Ecuador a su alcance:

Los conquistadores españoles que avanzaban por el nuevo continente no dejaron de sorprenderse al descubrir que los nativos habían desarrollado novedosas técnicas agrícolas, habían domesticado muchas plantas y conocían los secretos de gran variedad de hierbas, lo que le permitía mantener una dieta balanceada.

El aporte español a la cocina ecuatoriana fue de carácter doble ya que además de llevar a cambio este intercambio trajo a los nuevos territorios elementos y productos europeos y africanos. Como según lo cita Pablo Cuvi (2004):

De su lado a las naves europeas les correspondió traer en sus bodegas: vacas, cerdos, ovejas, cabras y gallinas. Trajeron también los españoles numerosísimos vegetales que fueron constituyendo la cocina criolla. Además del trigo, la cebada y el arroz también vinieron el ajo y la cebolla, las habas y lentejas, el higo y la manzana, la naranja, el limón, la uva, el olivo y sus aceites, la mostaza, el orégano y el perejil.

Enriquecida con nuevos elementos, la cocina popular ecuatoriana pudo desarrollar sus propias tradiciones, inventar nuevas formas y cocinar durante tres siglos. Como lo relata el sitio Web [ecuaworld](http://www.ecuaworld.com)¹:

La vida y la cocina del indígena estaban reguladas por la naturaleza, por las estaciones climáticas y por los ritos a ellas vinculados. Era simple y dependía de la caza o de la temporada de los frutos, pero tenía fechas especiales. La ocasión más fastuosa de la cocina indígena la daban las cosechas. Si la cocina andina era importante, la de la Costa lo era aún más, ya que contaba con la yuca, el maní, los camotes, el cacao, el coco, los palmitos, aves al por mayor, carnes de animales salvajes y una variedad de frutas tropicales. Uno de los hechos más significativos fue la adopción popular del chanco, el borrego y las gallinas, que mejoraron la dieta y reforzando el arte culinario. Además de los animales, se poseía una riquísima y variada cultura gastronómica con tres productos -maíz, papas, granos- que han sido la base de muchísimos platos.

En lo referente a la gastronomía de la costa ecuatoriana, la provincia de Manabí se destaca por la variedad y delicia de sus platos, con una importancia dentro de las costumbres y tradiciones en la vida de sus pobladores. Por lo que se expone a continuación lo escrito por Pablo Cuvi (2004):

Se mantiene en la provincia de Manabí toda una “cultura del maíz” desde la época aborígen, junto con el horno de barro. Con el maíz manabita, amarillo y duro, se prepara desde la tradicional chicha de San Pedro y San Pablo, pasando por las tortillas y la natilla, hasta el greñoso de Jipijapa, servido la última noche del velorio de un muerto. Además, los montubios viejos cuentan que en los chigualos de Navidad cantaban, bailaban y comían bollo de verde con café revuelto.

¹ Ecuaworld
http://www.ecuaworld.com/visitecuador/cocina_ecuatoriana.htm
Visita realizada 07 de julio del 2007

La comida ecuatoriana actual es, pues, el resultado de una rica tradición culinaria, en la que se combinan sustancias y costumbres de varios continentes. Creando un nuevo tipo de gastronomía variada y llena de una rica cultura.

1.2. FUNCIONES DE LA ALIMENTACIÓN.

Es conocido que mediante una correcta alimentación el ser humano puede influir de manera determinante sobre su salud, su capacidad de rendimiento y su esperanza de vida. El libro Turismo y Patrimonio Gastronómico de Schlüter (2003: 9) establece que:

La alimentación cumple una función biológica al suministrar al cuerpo las sustancias indispensables para su subsistencia. Los alimentos permiten incorporar elementos que proporcionan al organismo los nutrientes necesarios que necesita para su existencia por lo que se hace necesaria una selección en función de las actividades que el hombre realiza.

Pero esta función de la alimentación que Schlüter describe no solo es el introducir los alimentos en el organismo humano como fuente de energía para nuestras actividades físicas y funciones vitales. La alimentación también contempla una dieta amplia y balanceada.

Los expertos recomiendan que una dieta balanceada se conforme a base de alimentos que pueden ser divididos según su contenido y valores nutricionales. Así lo reafirma Schlüter (Ídem) cuando escribe, “se hace necesaria una dieta bien equilibrada que

contemple la amplia gama de alimentos disponibles tanto de procedencia animal como vegetal”.

De igual manera los alimentos aparte de cumplir su función biológica también tienen un importante significado cultural. Los distintos grupos humanos han preparado los alimentos de diferentes formas que están condicionadas a los valores culturales de ese grupo. Schlüter (2003: 11) hace referencia a esta condición cuando dice:

(..) Los hábitos alimenticios variarán de una cultura a otra. A pesar que la alimentación es un acto individual, en la selección de los alimentos interviene una serie de condicionamientos que hacen que todo lo que es comestible no es consumido necesariamente en todas las sociedades.

1.3. CULTURA GASTRONÓMICA.

El turismo cultural gastronómico se estudia como la actividad en que las personas se desplazan con la intención de agregar valores, en busca de conocer otros modos de vida y otra alimentación.

Existe una gran variedad de conceptos que relacionan la cultura con la gastronomía, por lo cual se destaca primeramente lo que menciona Richard (2000:72) tomado del libro Turismo y Patrimonio Gastronómico de Schlüter (2003: 49), expresando sobre turismo cultural lo siguiente:

Desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales...El turismo cultural no sólo abarca el consumo de los productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o religión.

También se menciona el concepto de Gastronomía de Brillant Savarin, tomado del seminario Investigación en Turismo y Gastronomía, de Lictur- ESPOL:

La gastronomía es la mezcla de todas las cosas y productos comestibles, los instrumentos (maquinas recolectoras, instrumentos de cocina, etc.); así como todos los pensamientos y recursos patrimoniales intangibles, descubrimientos y sentimientos que representan la esencia de la buena mesa y que se reflejan en las más variadas recetas.

La dimensión de la gastronomía hizo que se la junte en la actualidad como parte del patrimonio cultural de un pueblo. Ya que el turista no está tan sólo interesado en el resto del patrimonio cultural, sino también en su gastronomía cultural, la forma como desde sus antepasados realizaban la cocción de los alimentos. Por todo esto la ciencia de la gastronomía relaciona los alimentos con la cultura.

Tomando la comida como un eje se busca los componentes culturales vinculados como las artes, la sociedad, la naturaleza y hasta la ciencia. Como se menciona en los diferentes conceptos dados en el seminario Investigación en Turismo y Gastronomía, de Lictur- ESPOL. Entre los cuales se destaca el de Espeitx E. (2004:195), el cual menciona:

El concepto de cultura gastronómica hace referencia al complejo entramado de prácticas y conocimientos, valores y creencias, técnicas y representaciones sobre qué, cuándo, cómo, con quién y por qué se come lo que se come en una determinada sociedad.

De igual manera dice Methfessel B. (2004). “Es todo aquello que puede verse relacionado con el acto de alimentarse”

Una breve exploración sobre los principios de la cultura gastronómica lo menciona en la página Web Julie A. Mennella².

Los rasgos más queridos y duraderos de una cultura son sus hábitos alimenticios. Estas tradiciones a menudo reflejan las creencias y valores de la gente y son una de las últimas características culturales que se pierden cuando un individuo o un grupo emigran a una nueva cultura. Por eso no resulta sorprendente que las culturas otorguen gran importancia al establecimiento, desde una edad muy temprana, de modelos similares de hábitos alimenticios.

²Monell Chemical Senses Center. Julie A. Mennella. Directora del departamento de divulgación
http://www.uv.es/metode/anuario2004/199_2004.htm
Visita realizada 08 de julio del 2007

Luego de dar unos conceptos relevantes queda por resaltar uno no menos importante como es el turismo gastronómico como se lo menciona en la página Web La Universidad del Salvador³:

El Turismo gastronómico es una nueva forma de hacer turismo y se lo define como aquella motivación principal para acudir a un destino y disfrutar de su oferta gastronómica. Cada día se es mas conciente de que cualquier región tiene mucho por ofrecer en materia alimentaría y la promoción del Patrimonio Alimentario Regional puede favorecer a la preservación de las identidades locales, como así también a los sectores económicos relacionados con la producción y elaboración de alimentos.

1.4. IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

La importancia del Turismo a nivel mundial crece día a día con la apertura de más destinos y el desplazamiento de más personas a nivel mundial. Este aumento de la oferta turística mundial es cada vez más amplia, y el turismo masivo, lejos de agotarse, demanda y busca nuevos destinos.

Así mismo la motivación detrás de estos viajeros para viajar a determinados destinos es de nuevas exigencias, ya no solo visitan un destino para conocer, sino interactuar con los habitantes locales. Por ello es que, recientemente, el turismo ha vuelto sus ojos a lo que hoy se conoce como el turismo cultural.

³Universidad del Salvador (Argentina)
www.salvador.edu.ar
Visita realizada el 08 de julio del 2007

Alicia Bernard y Patricia Domínguez, Gastronomía. La herencia olvidada, en Gastronomía. Revista digital. Buenos Aires, Centro de Investigaciones y Estudios en Turismo, N° 3, p. 11-22 expresan lo siguiente: “Se considera que el turismo cultural es aquel que tiene como eje central de motivación la cultura de un país o región, que está integrada por su historia, sus costumbres, sus creaciones artísticas”. Todo esto forma parte del Patrimonio Cultural que la UNESCO (1998) define como un conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundada en la tradición.

En la misma revista Bernard y Domínguez expresan:

Tomando este concepto de la UNESCO también se puede incluir a las costumbres gastronómicas como parte de lo que es el turismo cultural y a la industria gastronómica como un producto turístico “imprescindible”. Esto es así porque es imposible que los turistas se provean en su país de origen de todos los alimentos que vayan a necesitar durante su estadía en el destino al que hayan llegado.

La gastronomía es mucho más que un simple arte culinario. Es un importante vehículo de la cultura popular, al mismo tiempo que posibilita percibir la forma como viven los habitantes de cada región en una época determinada.

Por ello, algunos autores resaltan la importancia de la gastronomía dentro del turismo de diferentes maneras, como esta expuesta en una cita tomada del libro Gastronomía y Turismo de Lacanau y Norrild (2003:255-257) que se expone a continuación:

Krause (2001:5) indica: “El fenómeno turístico, el sector de restauración y el área del conocimiento de la gastronomía tienen características propias que los define, al tiempo que permiten percibir la estrecha relación que tienen entre sí”

La gastronomía es utilizada y promociona por el sector turístico a través de la restauración como atractivo para captar turistas. Como lo menciona Flandrin y Mantanari (1998:757)

En el área de la prestación de servicios turísticos, una de las instituciones más difundidas en todo el mundo es el restaurante, un establecimiento que permite sentarse a la mesa para comer fuera de casa, tanto para tomar un refrigerio ligero o, en el mejor de los casos, para vivir un momento de intensa creación artística.

Según Ignarra (2001), resalta:

La gastronomía típica es muy valorada por el turista que frecuenta los restaurantes indicados como representativos de la cocina tradicional de lugar. Por esto, es preciso adecuar los restaurantes típicos para que atiendan adecuadamente a los visitantes, sin perder sus características principales.

El punto de vista de Oliveira (2000) es el siguiente: “la diversidad de ofertas de restaurantes, comidas y bebidas típicas bien presentadas en ambientes acogedores es un elemento muy atractivo. El turista está siempre en busca de novedades y conocer la gastronomía local puede ser una de ellas”.

1.5. CONCEPTUALIZACIÓN DE INVENTARIO GASTRONÓMICO.

En la presente investigación se elaborará un concepto de Inventario Gastronómico, el cual se desprende de las definiciones de inventario turístico y de gastronomía. En cuanto a concepto de inventario turístico (Ministerio de Turismo del Ecuador 2004), señala:

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

Y a continuación se presenta la definición de gastronomía de Brillant Savarin, tomado del seminario Investigación en Turismo y Gastronomía, de Lictur- ESPOL:

La gastronomía es la mezcla de todas las cosas y productos comestibles, los instrumentos (maquinas recolectoras, instrumentos de cocina, etc.); así como todos los pensamientos y recursos patrimoniales intangibles, descubrimientos y sentimientos que representan la esencia de la buena mesa y que se reflejan en las más variadas recetas.

Teniendo como antecedente estos dos importantes conceptos se puede dar la siguiente definición propia de los autores de esta tesis sobre el concepto de inventario gastronómico: Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los diferentes elementos que componen el patrimonio gastronómico de una región, los cuales van desde los productos comestibles y los instrumentos utilizados en la elaboración, hasta los pensamientos y recursos patrimoniales intangibles. El cual proporciona información importante que contribuye a la oferta turística y a la cultura de dicha región.

1.6. MODELOS DE INVENTARIOS.

En la actualidad existen muchos modelos de inventarios, pero en el ambiente turístico existen tres que sobresalen, el de la Organización Mundial del Turismo (OMT) el de la UNESCO y el del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) los cuales tienen la siguiente función primordial, tomado de la metodología para el inventario de atractivos turísticos hecha por la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, MINTUR 2004: “En el inventario de Recursos Turísticos inventarían, evalúan y categorizan las atracciones turísticas en tipos relacionados con el patrimonio natural, histórico, cultural o de carácter especializado (atracciones primarias-secundarias)”.

Para inventariar los recursos turísticos la OMT se toma en cuenta los siguientes aspectos: Accesibilidad, medios de transporte entre el recurso y el turista, motivos de

la visita, emplazamiento, características especiales, servicios e instalaciones turísticos, otros recursos existentes y hace una breve evaluación del recurso, entre otros.

Por su parte, en la metodología de MINTUR se toma en cuenta las siguientes etapas para la elaboración del inventario: Clasificación de los atractivos, recopilación de información, trabajo de campo, evaluación y jerarquización. A continuación se presenta la ficha utilizada por el MINTUR (Ver tabla I):

TABLA I. FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVO TURISTICO DE MINTUR.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	
PROVINCIA _____	CANTÓN _____
CIUDAD _____	SITIO _____
<div style="border: 1px solid black; width: 80%; margin: 0 auto; height: 80px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> FOTO </div>	
CATEGORÍA	JERARQUÍA
TIPO	AUTOR <small>(de la foto)</small>
SUBTIPO	FICHA N°
TEMA:	

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
1. DATOS GENERALES			
1.1 ENCUESTADOR:		1.2 FICHA N°:	
		1.3 FECHA:	
1.4 NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
1.5 CATEGORÍA:		1.6 TIPO:	
1.7 SUBTIPO:		1.8 JERARQUÍA:	
2. UBICACIÓN			
2.1 PROVINCIA:	2.2 CANTÓN:	2.3 PARROQUIA:	
2.4 CALLE:		2.5 NÚMERO:	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO			
3.1 NOMBRE DEL POBLADO: (Poner el más cercano)		DISTANCIA (Km.):	
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: (Con respecto al centro principal)		DISTANCIA (Km.):	
C A L I D A D	VALOR INTRÍNSECO		
	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
	4.1 ALTURA (m.s.n.m.):	4.2 TEMPERATURA:	4.3 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
	4.4 DIMENSIONES:		
	4.5 CALIDAD DEL AGUA:		
	4.6 FLORA Y FAUNA:		
	4.7 DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE:		
	4.8 ANCHO DE SU PLAYA:		
	4.9 CALIDAD DE LA ARENA:		

VALOR EXTRÍNSECO	
C A L	5. USOS (SIMBOLISMO): 5.1 EL ATRACTIVO O RECURSO PUEDE DISFRUTARSE DURANTE: 1. Todo el año <input type="checkbox"/> 2. Por temporadas (especifique meses) <input type="checkbox"/> 3. Evento programado (especifique fecha) <input type="checkbox"/>
	5.2 HORARIOS DE ATENCIÓN / HORAS DE DISFRUTE DEL RECURSO
	5.3 EL ATRACTIVO O RECURSO TIENE ALGÚN USO POR PARTE DE LA COMUNIDAD LOCAL 1. Sí <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____ 2. No <input type="checkbox"/>
D A D	6. GESTIÓN DEL ATRACTIVO Y ESTADO DE CONSERVACIÓN
	6.1 ALTERADO: <input type="checkbox"/> 6.2 DETERIORADO: <input type="checkbox"/>
	6.3 CONSERVADO: <input type="checkbox"/> 6.4 RESTAURADO: <input type="checkbox"/>
	6.6 CAUSAS:
	6.7 POLÍTICAS DE CONSERVACIÓN O RESTAURACIÓN:
	6.8 ORGANISMO O PERSONA RESPONSABLE DEL ATRACTIVO:
	6.9: RESTRICCIONES, REGULACIONES, POLÍTICAS PARA SU USO:
6.10: ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO 	

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BUENO	REGULA	MALO		DIARIA	SEMAN	MENS	EVENT	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					MESES AL AÑO
	LASTRADO				AUTOMOVIL					
	EMPEDRADO				4 X 4					
	SENDERO				TREN					
ACUATICO	MARITIMO				BARCO					DIAS AL MES
					BOTE					30 DIAS
	FLUVIAL				CANOA					
					OTROS					
AEREO					AVIÓN					HORAS AL DÍA
					AVIONETA					06H00 a 18H00
					HELICÓPTERO					

8. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS																																												
A P O Y O	8.1 SERVICIOS TURÍSTICOS QUE OPERAN EN EL ATRACTIVO <table border="1" style="margin-left: 200px;"> <thead> <tr> <th>#</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> </tbody> </table>	#																																										
	#																																											
8.2 ACTIVIDADES RECREATIVAS Señale todas las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*), y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (√).																																												
<table border="0"> <tr> <td>1. Natación</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>12. Compras</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2. Pesca deportiva</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>13. Gastronomía</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3. Caza</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>14. Conocimiento antropológico</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>4. Deportes de cancha</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>15. Eventos programados</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>5. Deportes de aventura/riesgo</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>16. Camping</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>6. Competencias deportivas</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>17. Picnic</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>7. Caminatas</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>18. Ciclismo/ bicicleta de montaña</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>8. Paseos en bote/lancha</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>19. Parapente</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>9. Paseos a caballo/mula</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>20. Buceo / snorkel</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>10. Visitas guiadas</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>21. _____</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>11. Observ. de flora y/o fauna</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>22. _____</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	1. Natación	<input type="checkbox"/>	12. Compras	<input type="checkbox"/>	2. Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>	13. Gastronomía	<input type="checkbox"/>	3. Caza	<input type="checkbox"/>	14. Conocimiento antropológico	<input type="checkbox"/>	4. Deportes de cancha	<input type="checkbox"/>	15. Eventos programados	<input type="checkbox"/>	5. Deportes de aventura/riesgo	<input type="checkbox"/>	16. Camping	<input type="checkbox"/>	6. Competencias deportivas	<input type="checkbox"/>	17. Picnic	<input type="checkbox"/>	7. Caminatas	<input type="checkbox"/>	18. Ciclismo/ bicicleta de montaña	<input type="checkbox"/>	8. Paseos en bote/lancha	<input type="checkbox"/>	19. Parapente	<input type="checkbox"/>	9. Paseos a caballo/mula	<input type="checkbox"/>	20. Buceo / snorkel	<input type="checkbox"/>	10. Visitas guiadas	<input type="checkbox"/>	21. _____	<input type="checkbox"/>	11. Observ. de flora y/o fauna	<input type="checkbox"/>	22. _____	<input type="checkbox"/>
1. Natación	<input type="checkbox"/>	12. Compras	<input type="checkbox"/>																																									
2. Pesca deportiva	<input type="checkbox"/>	13. Gastronomía	<input type="checkbox"/>																																									
3. Caza	<input type="checkbox"/>	14. Conocimiento antropológico	<input type="checkbox"/>																																									
4. Deportes de cancha	<input type="checkbox"/>	15. Eventos programados	<input type="checkbox"/>																																									
5. Deportes de aventura/riesgo	<input type="checkbox"/>	16. Camping	<input type="checkbox"/>																																									
6. Competencias deportivas	<input type="checkbox"/>	17. Picnic	<input type="checkbox"/>																																									
7. Caminatas	<input type="checkbox"/>	18. Ciclismo/ bicicleta de montaña	<input type="checkbox"/>																																									
8. Paseos en bote/lancha	<input type="checkbox"/>	19. Parapente	<input type="checkbox"/>																																									
9. Paseos a caballo/mula	<input type="checkbox"/>	20. Buceo / snorkel	<input type="checkbox"/>																																									
10. Visitas guiadas	<input type="checkbox"/>	21. _____	<input type="checkbox"/>																																									
11. Observ. de flora y/o fauna	<input type="checkbox"/>	22. _____	<input type="checkbox"/>																																									

8.3 INSTALACIONES

	#		
1. Piscina	<input type="text"/>	6. Puentes	<input type="text"/>
2. Vestidores	<input type="text"/>	7. Circuitos de senderos	<input type="text"/>
3. Canchas deportivas	<input type="text"/>	8. Refugio	<input type="text"/>
4. Muelle	<input type="text"/>	9. Pasarelas	<input type="text"/>
5. Mirador	<input type="text"/>	10. Otro _____	<input type="text"/>

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

A

9.1 AGUA

POTABLE	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	NO EXISTE	OTROS
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

P

O

9.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO	GENERADOR	NO EXISTE	OTROS
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Y

O

9.3 ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE	OTROS
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

11. DEMANDA Y DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

U

11.1 FRECUENCIA DE DEMANDA REAL

- | | |
|-------------------------------------|----------------------|
| 1. Permanente (todo el año) | <input type="text"/> |
| 2. Estacional (sólo por temporadas) | <input type="text"/> |
| 3. Esporádica (de vez en cuando) | <input type="text"/> |
| 4. Inexistente | <input type="text"/> |
| 5. Otra _____ | <input type="text"/> |

S

O

T

U

R

Í

S

T

Fuente de información: _____

11.2 ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS

I C O	11.3 TIPO DE DEMANDA	
		%
	1. Internacional	<input type="text"/>
	2. Nacional	<input type="text"/>
	3. Regional	<input type="text"/>
	4. Local	<input type="text"/>
	11.4 DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	
1. Internacional	<input type="text"/>	
2. Nacional	<input type="text"/>	
3. Regional	<input type="text"/>	
4. Local	<input type="text"/>	

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR)

La UNESCO tiene diferentes tipos de fichas para inventariar el patrimonio cultural, las cuales son las siguientes:

- Registro de Grupos u Organizaciones dedicadas a la conservación, rescate y producción cultural.
- Registro de Sitios Arqueológicos.
- Registro de Patrimonio Documental.
- Registro de Inmuebles con interés histórico – arquitectónico.
- Registro de Patrimonio Intangible.

De los modelos de fichas anteriormente mencionados, la UNESCO ha incluido a la gastronomía dentro del Registro de Patrimonio Intangible. Como según lo indica la UNESCO en el siguiente párrafo:

A partir de 1997 se introduce el concepto de Patrimonio Intangible como: el conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica, es decir, las colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición. Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ellas las tradiciones orales, las lenguas, las costumbres, la música, los bailes, los rituales, las fiestas, la medicina tradicional y la farmacopea, las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con la alimentación, etc.

A continuación se presenta el registro de patrimonio intangible de la UNESCO (Ver tabla II).

TABLA II. REGISTRO DE PATRIMONIO INTANGIBLE DE LA UNESCO.

Cod. Ficha		Fecha	
Ubicación			
Distrito		Comunidad o barrio	
Expresión Cultural			
Fiestas /celebraciones populares		Creencias /Mitología	
Tradición oral		Ritos Religiosos /Tradicionales	
Gastronomía tradicional		Medicina Tradicional	
Tradiciones artesanales		Música	
Canto		Danza	
Teatro		Juegos Tradicionales	
Tradición laboral		Historia oral	
Otros		Descripción:	
Denominación o nombre con que se conoce la expresión cultural			
Breve descripción de la expresión cultural seleccionada			
Fecha de celebración			
Anual		Semestral	
Especifique		Especifique	
Sentido o uso comunal / social que se le da a la expresión seleccionada			
¿Cómo se ha transmitido la expresión?			
Transformaciones que ha tenido la expresión			

Elementos tangibles (materiales) vinculados a la expresión							
¿Quién o quiénes están a cargo de la organización de la celebración?							
Financiación		SI			NO		
<i>Tipo de financiamiento</i>							
Alcance							
Local		Provincial		Regional		Nacional	
Variaciones por localización							
Reconocimiento comunal / social en la actualidad							
Plenamente aceptado				Reconocido mayoritariamente por la comunidad			
En peligro de desaparición				Reconocido minoritariamente por la comunidad			
Tipos de amenazas y su grado de representación							
Fotografía adjunta							
COD. FOT.							
Fuente de información							
Entrevista				Taller			
Observación				Secundaria			
Referencia bibliográfica							
Ubicación del documento de referencia							
Datos de copilador o registrador							
Proyecto				Institución			
Nombre				Teléfono			
Correo electrónico							
NOTA:							
Adjuntar toda documentación necesaria para respaldar los datos brindados (planos, diario de campo, cartas, grabaciones de entrevistas, entre otros).							

Fuente: UNESCO.

1.7. FICHAS DE INVENTARIO.

Para el presente estudio no se tomará ninguno de los modelos de inventarios anteriormente mencionados debido a que no se adaptan al enfoque que se le da al mismo. Por lo que se utilizará cuatro fichas creadas especialmente para inventariar los productos gastronómicos de Jipijapa, que ayudará a conseguir el objetivo de la presente investigación. Las fichas a utilizarse son las proporcionadas por la Licenciatura en Turismo (LICTUR) de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), para inventariar los recursos gastronómicos, creadas por MSc. José Forteza y el Sr. Ricardo Carrera, las cuales son las siguientes:

Ficha de inventario de producto. (Ver tabla III).

Ficha de inventario de platos y recetas (Ver tabla IV).

Ficha de inventario de la planta turística gastronómica. (Ver tabla V).


Ficha de inventario de fiestas, festivales y mercados. (Ver tabla VI).

TABLA III. FICHA DE INVENTARIO DE PRODUCTO.

FICHA DE INVENTARIO DE PRODUCTO													
Datos generales													
Encuestador			Cod. Ficha			Fecha							
Provincia			Cantón			Parroquia							
1. Descripción del producto													
1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural)													
1.1.1 Denominación				1.1.3 Categoría			1.1.4 Tipo						
1.1.2 Variación de denominación				Verduras		Frutas		1.1.5 Subtipo (Variedad)					
1.1.6 Reconocimiento cultural			Hortalizas		Aceites		1.1.7 Forma de obtención (producto final)						
Plenamente aceptado		Legumbres		Lácteos		Cosechado/ recolectado de forma orgánica		Especie en crianza o estabulación	Alimentado de manera orgánica				
Reconocido minoritariamente por la comunidad		Cárnicos		Cereales		Capturado (caza y pesca)			Alimentado con piensos industriales				
Reconocido mayoritariamente por la comunidad		Pescados		Miel y productos apícolas		Procesado			Mediante pastoreo o alimentación en libertad				
En peligro de desaparición		Mariscos		Granos (arroz)		En conserva							
1.2 Factores de procedencia, temporalidad y nutricionales						1.3 Factores sensoriales, de preservación y calidad							
1.2.1 Valor Nutricional de su consumo		1.2.2 Procedencia		1.2.3 Temporalidad (señalar época)		1.3.1 Características organolépticas		1.3.2 Medidas de preservación		1.3.3 Medidas de calidad			
Alto		Originales del lugar		Regular		Color		Medidas fitosanitarias		Existencia de marca de calidad			
Medio		De otros lugares del País		Temporal		Olor		Medidas de manipulación		Existencia de marca o denominación de origen			
Bajo		Del extranjero		Eventual		Sabor		Controles de calidad		Control de etiquetado (fechas, sanitario, etc.)			
foto										6. Fuentes de Información			
4. Cooperación y Difusión				5. Comercialización				6. Iniciativa e innovación turística en torno al producto					
4.1 Cooperativas		4.2 Alcance		4.3 Vías de difusión		5.1 Alcance		5.2 Vías de comercialización		6.1 Iniciativas		6.2 Alcance	
Comunal		Mercado comunal		Mercado turístico		Mercado comunal		Restauración de la zona		Visita guiada		Turismo Local	
Local		Mercado local		Prensa local y nacional		Mercado local		Puesto pequeños y carretas de comida		Demostración		Turismo Nacional	
Cantonal		Mercado cantonal		Boca a boca (vía cultura)		Mercado cantonal					Museística		Turismo Nacional
Provincial		Mercado provincial				Mercado provincial		Mercado local		Degustación		Turismo Internacional	
Nacional		Mercado nacional		Festival o festividad		Mercado nacional		Festival o festividad		Souvenir		Turismo Internacional	
		Mercado Internacional		Medio digital		Mercado Internacional		Medio digital		Otros			
7. Observaciones													

Fuente: Licenciatura en Turismo - ESPOL.

TABLA IV. FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS.

FICHA DE INVENTARIO DE PLATOS											
Datos generales											
Encuestador			Cod. Ficha			Fecha					
Provincia			Cantón			Parroquia					
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		
Alimento		Plenamente aceptado			Familiar (de antepasados)		Naturales		Regular		
Bebida		Reconocido minoritariamente por la comunidad			Social / vecinal		Procesados o en conserva				
Repostería		Reconocido mayoritariamente por la comunidad			De otras comarcas		Originales del lugar		Temporal		
		En peligro de desaparición			Nacional		De otros lugares del país				
1.2 Factores de elaboración y nutricionales					De países vecinos		Importado de otros países		Especial		
1.2.1 Nivel de dificultad elaboración			1.2.2 Valor Nutricional de su consumo		2. Recetario						
Muy bajo		Medio		Alto		2.1 Número de porciones					
Bajo		Alto		Medio		2.2 Ingredientes, preparación, presentación y necesidad de utensilios especiales:					
Regular		Muy Alto		Bejo		<div style="text-align: center; height: 150px;">  </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 turístico		Familiar				Mercado Local		Restauración de la zona	
Mercado Nacional		Prensa local y nacional		Boca a boca				Mercado Nacional		Puestos pequeños y carretas de comida	
Mercado Regional		Boca a boca (vía cultural)		Educación				Mercado Regional		Mercado local	
Mercado Internacional		Festival o festividad		Prensa escrita y libros de cocina				Mercado Internacional		Festival o festividad	
5. Fuentes de Información						6. Observaciones					

Fuente: Licenciatura en Turismo - ESPOL.

TABLA V. FICHA DE PLANTA TURÍSTICA.

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICO - GASTRONÓMICA									
Datos generales									
Encuestador				Cod. Ficha			Fecha		
Provincia				Cantón			Parroquia		
1. Datos del establecimiento									
1.1 Nombre									
1.2 Dirección									
1.3 Teléfono				1.4 Tipo		1.5 Categoría			
1.6 E-mail				Restaurante			Primera		
1.7 Propietario				Bar			Segunda		
1.8 Contacto				Cafetería			Tercera		
1.9 Tiempo de funcionamiento				Kiosco de comida			Cuarta		
1.10 servicios disponibles				Carreta					
1.11 Precio medio			1.12 n° de mesas			1.13 n° de plazas			
2. Personal				Foto					
2.1 Número de empleados									
2.2 Formación	Sin formación								
	Primaria								
	Secundaria								
	Superior								
Otras									
3. Menu disponible									
Nombre del plato				P.V.P.		Cod de ficha I.G.			
4. Observaciones									

Fuente: Licenciatura en Turismo - ESPOL.

TABLA VI. FICHA DE INVENTARIO DE FIESTAS, FESTIVALES Y MERCADOS.

FICHA DE INVENTARIO DE FIESTAS, FESTIVALES Y MERCADOS				
Datos generales				
Encuestador		Cod. Ficha		Fecha
Provincia		Cantón		Parroquia
1. Datos de la celebración				
1.1 Nombre				
1.2 Emplazamiento				
1.3 Tipo		1.4 Periodicidad		1.5 Fecha de celebración
Mercado		Diario		1.6 Organizador
Festival Gastronómico		Semanal		1.7 Teléfono
Festividad Local		Mensual		1.8 Contacto
Festividad Cantonal		Anual		1.9 Servicios disponibles
Festividad Nacional		Otro		
1.10 Instalaciones existentes			1.11 Grupos Participantes	Grupos vecinales
				Grupos de acción local
				Grupos de acción cantonal
				Grupos de acción nacional
Foto			1.12 Variedad de los productos (mercados)	Productos agrícolas
				Productos de la granja (animales)
				Productos silvestres
				Alimentos procesados
				Degustación de platos
				Otros productos alimenticios
				Otros productos no alimenticios
1.13 Descripción del programa (festividades y festivales)			1.15 Motivación	
				1.16 Transmisión social de la celebración
1.14 Sentido o uso Comunal/Social que se le da a la celebración			1.17 Transformación que ha tenido la expresión cultural en las últimas fechas	
4. Observaciones				

Fuente: Licenciatura en Turismo - ESPOL.

CAPITULO II.

METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS.

2.1. OBJETIVOS.

En la presente investigación se plantearon los siguientes objetivos.

OBJETIVO GENERAL.

El objetivo general es el siguiente: “Elaborar un inventario gastronómico en el cantón Jipijapa para la diversificación de la oferta turística”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Para lograr el objetivo general de la investigación se establecen los siguientes objetivos específicos:

1. Establecer la importancia del Turismo gastronómico a través de su conceptualización.
2. Realizar un análisis del potencial turístico del cantón Jipijapa.
3. Elaborar un diagnóstico de los productos gastronómicos inventariados.
4. Analizar el potencial turístico de la gastronomía del cantón Jipijapa.

2.2. METODOLOGÍA APLICADA.

Llegado a este punto de la investigación, se tiene claro los objetivos que se persiguen, por lo que en los siguientes puntos se presenta la metodología aplicada a la presente investigación donde se explica en detalle como se organizará el estudio incluyendo todos los pasos correspondientes para dar respuesta a la hipótesis. Según lo indica Muñoz (2004:5)

Antes de iniciarse en la tarea de investigar, se debe poseer una serie de conocimientos que van desde la teoría sobre la investigación, los procesos de pensamiento; así como de los diferentes métodos, técnicas, instrumentos y procedimientos, en general; específicamente, los del campo en que corresponderá investigar. Aquel que no esté informado adecuadamente, realizará sus investigaciones en forma empírica, es decir, sin apego a las normas de referencia teóricas que rigen la investigación científica.

También definido por Leiva (1998:11) como: “La metodología es el estudio científico que nos enseña a descubrir nuevos conocimientos. La metodología incluye los métodos, las técnicas, las estrategias y los procedimientos que utilizará el investigador para lograr los objetivos”.

NIVEL DE ESTUDIO.

La exposición de la metodología está referida a describir detalladamente, la parte práctica de la investigación. Teniendo como punto de partida el nivel de estudio.

El inventario gastronómico de Jipijapa y la oferta turística que este posee, son las variables de la presente investigación, variables que se analizarán independiente una de otra para llegar a una relación entre las mismas.

La presente investigación es de carácter descriptivo. Como lo presenta el libro Metodología de la Investigación Hernández (1998:58): “Los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables a los que se refiere”.

Como también lo explica Muñoz (2.004:216) “El nivel descriptivo de un investigación está encaminado al descubrimiento de relaciones entre las variables de un problema. El nivel descriptivo busca establecer el grado de asociación o de correlación entre las variables”

Se utilizó el método hipotético deductivo porque enfatiza el hecho de que en el proceso de adquisición de nuevos conocimientos la ciencia actúa tanto deductiva como inductivamente y las dos son partes de un único método.

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, debido a que es una vía de investigar sin mediciones numéricas, tomando la observación, entrevistas, descripciones y puntos de vista de los autores. De la investigación cualitativa se desprenden ciertas cualidades, que finalmente darán un concepto sobre el fenómeno investigado, para una vez finalizados puedan ser diagnosticados y analizados correctamente.

DISEÑO UTILIZADO.

Se entiende como diseño del estudio, a la metodología a seguir para la recolección de la información, así como de los sujetos y los instrumentos. Para someter a comprobación la hipótesis. Como según lo cita Muñoz (2004:95) “La descripción de los diversos esquemas y procedimientos para efectuar las observaciones y/o experimentos que permitirán obtener a información que demanda el estudio”

La hipótesis de la presente investigación es la siguiente: “Si se elabora un inventario gastronómico del cantón Jipijapa, se podría tener información para contribuir con la

diversificación de la oferta turística”. Siendo sus variables el inventario gastronómico del cantón Jipijapa y la oferta turística del mismo.

Para la elaboración de la investigación se determinan los siguientes sujetos de estudio dentro del cantón Jipijapa: los productos con que se elaboran los diferentes platos típicos del área, los lugares donde son ofertados los platos y por último las recetas y los platos ya elaborados. Quedando clasificados de la siguiente manera:

- Los productos del cantón Jipijapa.
- Fiestas, ferias y mercados del cantón Jipijapa.
- Recetas y platos del cantón Jipijapa.
- Establecimientos gastronómicos donde se expendan gastronomía típica del cantón Jipijapa.

2.3. TÉCNICAS UTILIZADAS.

Según Moreno, Alberto (2000:168) “de acuerdo a la investigación, sus objetivos, datos y variables que se deben obtener, se establecerán las fuentes en las cuales hay o están los datos y, de acuerdo a ellas, los instrumentos y técnicas con los

que se puede recopilarlos”. Por lo que de acuerdo al tipo y enfoque de la investigación las técnicas utilizadas son:

- Observación.

- Entrevista.

La técnica de la observación se hará de una manera estructurada, participante, en equipo y efectuada en el preciso lugar donde están los sujetos de estudio, mediante un trabajo de campo. Para la realización de la entrevista se elaborará un plan determinado en el que se incluyen los aspectos que habrán de tratarse, así como una guía de preguntas ajustadas al plan. La entrevista consiste en la obtención de información oral de parte del entrevistado recabada por el entrevistador de forma directa.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOPIRAR LOS DATOS.

Teniendo en cuenta las técnicas a utilizarse, a continuación se presenta las técnicas e instrumentos que se aplicará a los sujetos de estudio de la presente investigación:

Técnica: Sistematización bibliográfica. Observación participante. Entrevista estructurada.

Instrumento: Ficha de trabajo bibliográfico. Ficha de inventario de productos gastronómicos. Guía de entrevista.

OBSERVACIÓN.

Las técnicas de investigación siempre se valen de un instrumento para poder ser llevadas a cabo. Para la observación se emplearán los siguientes instrumentos: La guía de observación, la cual es según Muñoz (2004:130) “La guía de observación es un instrumento empleado por los investigadores para obtener información para la descripción de objetos, situaciones o fenómenos o para conocer objetivamente la forma en que se conducen personas o grupos”. Como instrumento de apoyo para una buena observación se utilizará una cámara fotográfica.

ENTREVISTA.

En el caso de la entrevista el instrumento que se emplea es una guía que puede ser un formulario, o un bosquejo de cuestionario la que estará previamente elaborada, por lo que se establece que la entrevista realizada es de tipo dirigida. La cual tendrá como instrumento de apoyo, una grabadora y/o libreta, que será de gran ayuda en las entrevistas a los informantes clave.

El instrumento más importante para llevar a cabo la presente investigación, son las fichas de inventario de productos gastronómicos, elaborada por la Licenciatura de Turismo de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. La cual servirá para recopilar los datos requeridos de cada producto gastronómico, para luego ser analizados y determinar el potencial que tienen dentro de la oferta turística de Jipijapa.

2.4. PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.

El procedimiento de recolección de datos es el resumen de cada paso en el desarrollo de la investigación.

La información a obtenerse será considerada de la siguiente forma:

- De primera mano, porque las fuentes serán siempre las originales, tales como: dueños de los establecimientos, personas que preparan los platos típicos, productores de la materia prima para la elaboración de los platos.
- De segunda mano, porque se obtendrá información de libros y de Internet.

Para obtener la información considerada de primera mano se harán varios trabajos de campo donde se pondrán en práctica las técnicas de investigación con sus respectivos instrumentos en el mismo cantón Jipijapa, en donde se procederá a visitar los establecimientos gastronómicos para ser inventariados utilizando la ficha de inventario anteriormente mencionada, así como también inventariar los platos típicos

ofertados en los mismos, entrevistar a las personas que preparan los platos para también conocer las recetas de dichos platos.

También como trabajo de campo se visitará lugares donde se siembren y cosechen los productos que son representativos del cantón y que sirven de materia prima para la elaboración de los platos típicos de la zona, procediendo a recolectar información de cada uno mediante la ficha de inventario y la entrevista a informantes clave.

Para la obtención de la información considerada de segunda mano, se usará información de fuentes bibliográficas y de Internet. Para obtener información de todos los aspectos generales del destino estudiado e información de la realidad turística actual del mismo para su posterior análisis.

CAPÍTULO III.

ASPECTOS GENERALES DEL DESTINO.

3.1 ASPECTOS GEOGRÁFICOS.

Entre los aspectos geográficos se destaca que Jipijapa se encuentra en un llano rodeado por cerros, tiene diversidad de vegetación y goza de un clima privilegiado.

UBICACIÓN, SUPERFICIE Y LÍMITES.

La ciudad de Jipijapa es conocida tradicionalmente como la “Sultana del Café”, por ser el primer cantón productor de café en el Ecuador. Se encuentra en la franja costera ecuatoriana ubicada en la zona sur occidental de la provincia de Manabí, entre los 01 grados 10 minutos y 01 grados 47 minutos de latitud sur, y entre los 80 grados 25 minutos y 80 grados 52 minutos de longitud oeste. El cantón cuenta con una extensión de 1.420 Km².

MAPA I. MAPA DEL ECUADOR CON LA UBICACIÓN DE JIPIJAPA.



Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

MAPA II. MAPA DE LA PROVINCIA DE MANABÍ.



Fuente: Página Web del Consejo Provincial de Manabí www.manabi.gov.ec. Visita realizada el 18 de septiembre de 2007

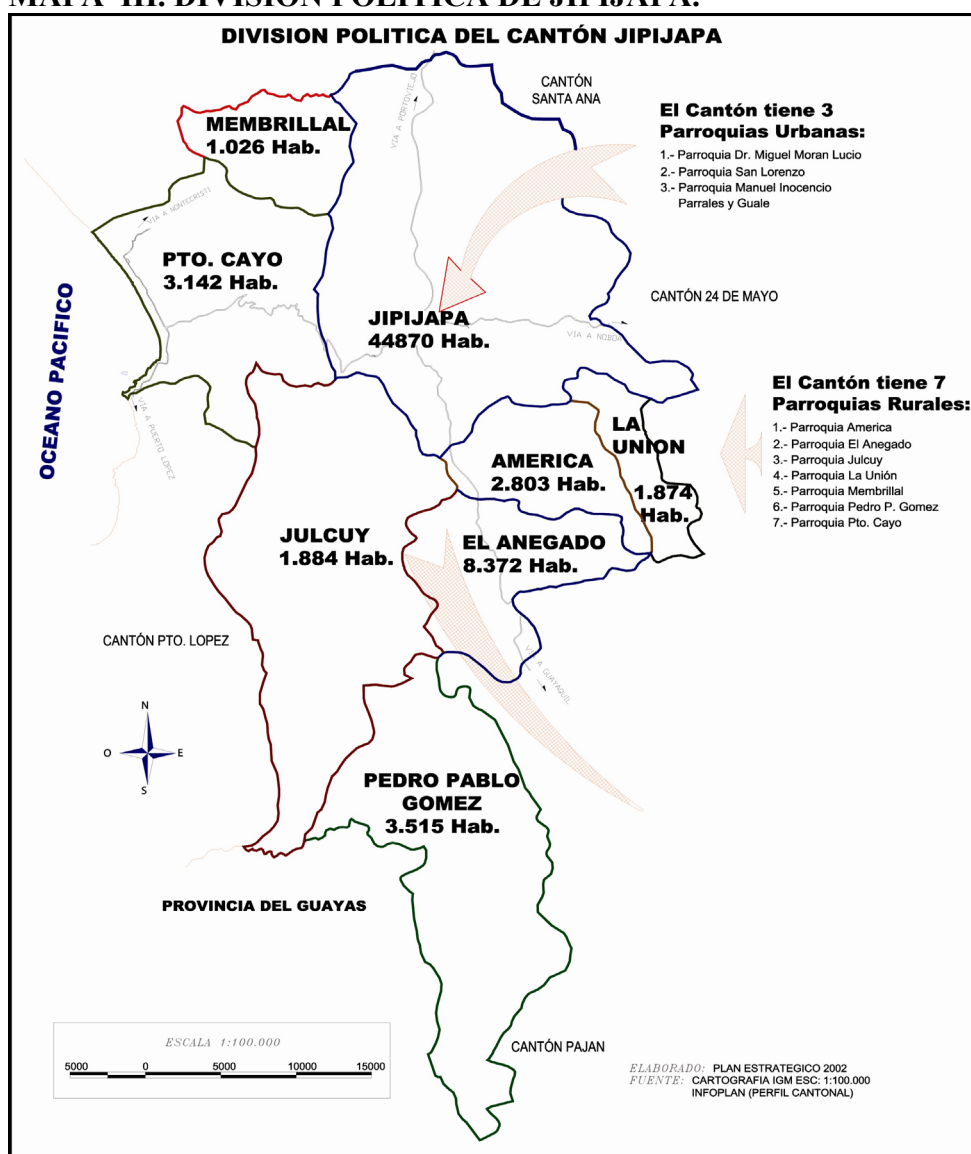
Limita con los cantones: al Norte: Montecristi, Portoviejo, y Santa Ana. Al Sur: Con la provincia del Guayas y cantón Puerto López. Al Este: Con el cantón 24 de Mayo y Paján. Al oeste con el Océano Pacífico y el cantón Puerto López.

El cantón Jipijapa tiene tres parroquias urbanas y siete rurales (Ver Mapa III).

Urbanas: San Lorenzo de Jipijapa, Manuel Inocencio Parrales y Guale, y Dr. Miguel Morán Lucio.

Rurales: La América, El Anegado, Julcuy, Pedro Pablo Gómez, Puerto Cayo, Menbrillal y la Unión.

MAPA III. DIVISIÓN POLÍTICA DE JIPIJAPA.



Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

CLIMA.

El clima de Jipijapa es tropical seco con una temperatura media anual de 24.6 grados centígrados, con un promedio de lluvia anual, de 1280 milímetros.

OROGRAFÍA.

Existe un macizo montañoso, aislado e irregular, que se desarrolla entre Jipijapa y Manta, rodeado al norte y oeste por el Océano Pacífico, al sur por el valle de Jipijapa y al este por el río Portoviejo. En este valle de Jipijapa termina la cordillera Colonche y las montañas costaneras que siguen hacia Bahía de Caráquez, no se presentan cadenas largas, más bien son grupos macizos irregulares. Sobresaliendo en la parte centro-sur de la hoja la altitud máxima de 800 metros, formada por varias elevaciones como el Cerro La Naranja, Cerro de La Pólvara, montaña de La Vaca, Cerro La Laguna, etc.

HIDROGRAFÍA.

Existen varios ríos en la zona, entre los más importantes sobresalen: Canta Gallo, Salitre, Naranjal, Salado, Piñas y el Río Seco que desemboca en la ensenada de Puerto Cayo.

DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN.

Según en el último censo realizado por el INEC, el Cantón cuenta con 65.796 habitantes, de los cuales 36.078 corresponde a la zona urbana y 29.718 al área rural, por lo que la población se centra en el área urbana, producto de las migraciones de la zona rural a la urbana. También de la población jipijapense 33.397 son hombres y 32.399 son mujeres (Ver tabla VII).

TABLA VII. POBLACIÓN DEL CANTÓN JIPIJAPA

AREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	65.796	33.397	32.399
URBANA	36.078	17.558	18.520
RURAL	29.718	15.839	13.879

Fuente: Censo Poblacional 2001, INEC.

La población esta centrada en las tres parroquias urbanas, como producto de migración hacia la cabecera cantonal, el decrecimiento poblacional se hace más visible en las parroquias rurales especialmente en la parroquia de Menbrillal que ha quedado con 1.026 habitantes (Ver tabla VIII).

TABLA VIII. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN PARROQUIAS DEL CANTÓN JIPIJAPA

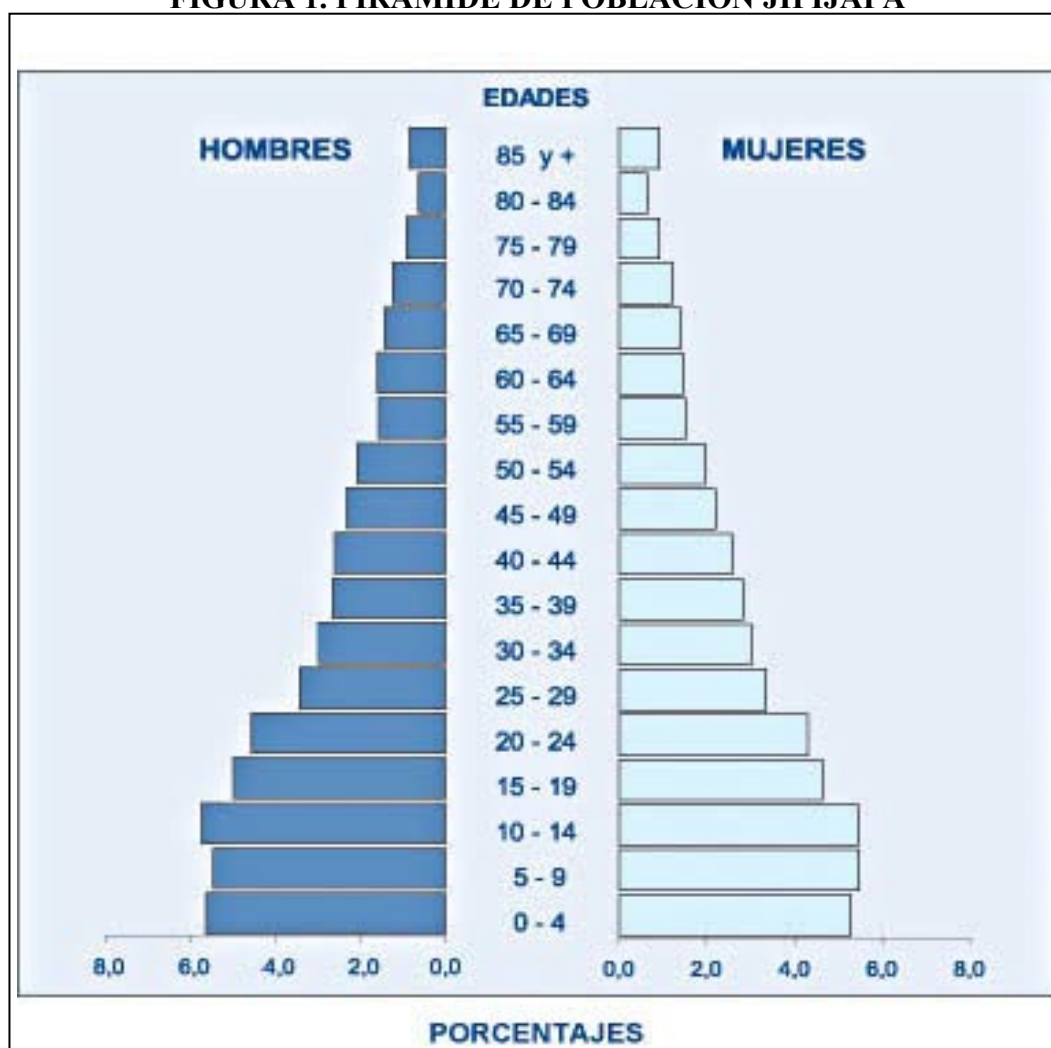
PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	PORCENTAJE %
TOTAL	65.796	33.397	32.399	100 %
JIPIJAPA (URBANO)	36.078	17.558	18.520	54,8 %
AREA RURAL	29.718	15.839	13.879	45,2%
PERIFERIA	8.782	4.678	4.114	13,35 %
AMÉRICA	2.903	1.578	1.325	4,4 %
EL ANEGADO	6.372	3.388	2.984	9,7 %
JULCUY	1.994	1.016	978	3,05 %
LA UNIÓN	1.974	1.016	956	3,0 %
MEMBRILLAL	1.026	578	448	1,55 %
PEDRO P. GOMEZ	3.515	1.878	1637	5,35 %
PTO. CAYO	3.142	1.705	1437	4,8 %

Fuente: Censo Poblacional 2001, INEC.

La población del cantón Jipijapa según el censo del año 2001, representa el 5,5% de la población total de la provincia de Manabí. El ritmo de crecimiento en el último período: 1990-2001 es del -0.5% promedio anual. El 45,2% residen en las zonas rurales.

En la pirámide poblacional se observa que la población del cantón se caracteriza por ser eminentemente joven, más de la mitad son menores de 20 años. Además, se observa un incremento en la generación de la tercera edad, lo que constituye una alerta para replantear los servicios sociales como recreación, asistencia médica especializada, establecimientos de cuidado y protección. (Ver Figura 1).

FIGURA 1. PIRÁMIDE DE POBLACIÓN JIPIJAPA



Fuente: Censo poblacional 2001, INEC.

3.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

Para el presente estudio la reseña histórica se la ha dividido en 5 épocas como son: pre-hispánica, la conquista y colonia, independencia, y la era republicana y actualidad.

RESEÑA HISTÓRICA.

Jipijapa es considerada por los historiados como una de las ciudades más antiguas del Ecuador, por lo que se deduce que sus primeros habitantes, la tribu Jipijapa, existió desde épocas remotas.

FIGURA 2. IGLESIA DE JIPIJAPA EN EL SIGLO PASADO.



Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

ÉPOCA PRE-HISPÁNICA.

La zona que constituye actualmente el cantón Jipijapa estuvo poblada en la época prehispánica por indígenas pertenecientes a la etnia Manteño- Huancavilca. Este reino de los Manta estaba conformado por los Apichiquies, Charapotoes, Pichotas, Picoasaes (Picoazá), Manabies, Jaraguas y Xipixapa.

Según Alfredo Pareja Diezcanseco, en su libro *Ecuador de la Prehistoria a la Conquista*, “Picoazá consta como uno de los pueblos aborígenes parte de la cultura Manteña, cuya ciudad principal era Jocay, lo que hoy es Manta, y tenía aproximadamente 20 mil habitantes”. La tribu Xipixapa, (de donde saca el nombre el cantón actual) era la dominante en el área de influencia del cantón actual.

ÉPOCA DE LA CONQUISTA Y COLONIA.

Tras las despiadadas acciones de los españoles, el 10 de agosto de 1565, los indios fundaron una nueva ciudad, en el sitio denominado Lanchán, dando origen a la nueva comunidad San Lorenzo de Jipijapa. Próspero Pérez en su obra *Relatos Protohistóricos y Prehistóricos de la Antigua Provincia de Jipijapa* narra: "El pueblo Lanchán, que todavía existe con el nombre de Sancán, estaba ubicado en un vasto llano, de tierras áridas, conocidas como sabanas y sujetas a las inclemencias del tiempo".

Muchos factores adversos para la comunidad San Lorenzo de Jipijapa se presentaron en el nuevo asentamiento. La falta de agua para consumo humano, terrenos estériles para la práctica de la agricultura, la enorme distancia para llegar a los puertos marítimos y hasta las enfermedades, se conjuró para obligar a los moradores a cambiar de domicilio.

Fue así que en el año 1605, Juan de la Hinojosa, juez por la Comisión de la Real Audiencia de Quito, ordenó el traslado de la comunidad de San Lorenzo de Jipijapa, al lugar actual, que primitivamente se lo llamó Jipijapa la Baja, por tratarse de un valle rodeado de colinas, con temperatura agradable.

En 1763, al erigirse con autoridad real, al Gobierno Mayor de Guayaquil, la Tenencia de Portoviejo pasó a formar parte de este corregimiento. Con ello San Lorenzo de Jipijapa y sus poblados, San Juan Bautista de Paján y Julcuy, fue elevada a la categoría de parroquia perteneciente a esta Tenencia.

El episodio más trascendente durante la época de la colonia, fue la consecución de una Real Cédula a favor del cacique Manuel Inocencio Parrales y Guale, emitida el 2 de Agosto de 1780, a través de la cual le concedía el derecho sobre sus territorios.

INDEPENDENCIA.

En el siglo XIX, surgen los primeros movimientos independentistas en la Real Audiencia de Quito. En la comunidad de San Lorenzo de Jipijapa, el párroco Francisco Javier Ruiz Cano, ante los violentos despojos que se cometían en la vecina comunidad de Santa Elena, auspició plebiscitos abiertos, de donde salió una comisión integrada por Pedro Chóez, Idelfonso Toala, Manuel Soledispa, Rumualdo Lino, Lorenzo Soledispa y Manuel Inocencio Parrales y Guale, para que se trasladaran a Portoviejo, a exponer sus temores al Protector de los Naturales de la Provincia, Juan Nicolás Gómez Cornejo.

Fue así que Jipijapa fue el primer territorio de Manabí en sumarse a proclamación de independencia de Guayaquil el 9 de Octubre de 1.820. Siendo el día 15 cuando el prócer José Antonio de Vallejo en paso a Portoviejo informó de la decisión tomada y sumó a la comunidad a la gesta libertaria.

El gran salto a la vida política se produjo el 25 de junio de 1824, cuando el Congreso Colombiano expidió la Ley de División Territorial, mediante la cual se constituyeron los departamentos de Ecuador (Quito) de Guayaquil y del Azuay.

El departamento de Guayaquil se integró con las provincias de Guayas y Manabí. Esta última se formó con los cantones Portoviejo, Jipijapa y Montecristi, que antes

fueron parroquias del Corregimiento de Guayaquil, y así permaneció la provincia durante el período grancolombiano, que tuvo una duración de seis años.

Según Próspero Pérez, “el cantón Jipijapa surgió a la vida política con sus tres parroquias: Jipijapa, Julcuy y Paján, dentro de la jurisdicción comunal adquirida y posesionada en el año 1806, constituyendo así el sur de Manabí”.

ERA REPUBLICANA Y ACTUALIDAD.

En el siglo XVII la zona de Jipijapa se convirtió en una de producción y comercialización de sombreros de paja toquilla o “Jipijapas”. Esta industria alcanzó su auge en los dos siglos posteriores convirtiendo a la ciudad en centro de acopio para la exportación del producto. Sin embargo la llegada de otro producto insigne desplazó la producción de los de sombreros a poblaciones específicas y a otros cantones como Montecristi.

Desde mediados del siglo XIX que se introdujo el cultivo de café, este producto se convirtió en el referente de la zona. Jipijapa se convirtió entonces en una zona cafetera, productora y exportadora, tomando en cuenta que comprendía toda el área del sur de Manabí incluyendo los cantones de Paján y 24 de Mayo.

El boom del café declino con la caída de los precios internacionales y la pérdida de los cafetales a finales del siglo XX. En la actualidad, Jipijapa busca nuevas

oportunidades para su desarrollo en el nuevo y difícil mundo globalizado y competitivo que permitan volver al auge económico que tuvo en el pasado.

ANECDOTAS Y RELATOS.

Existen muchas anécdotas y relatos de los jipijapenses entre los que destaca “El Diario, en su fascículo Manabí por cantones” (1999).

El jipijapense es auténtico, hospitalario e ingenuo. Orgullosamente, reconoce que su raza tiene más de indio que de blanco, razón por la que predominan las personas de tez cobriza, estatura baja, nariz aguileña, cabellos lacios y lampiños (no tienen vellos), quizás por eso se los conoce como “los raspados”.

También relatan algunas anécdotas referentes a la ingenuidad del jipijapense, que en ocasiones, le ha dejado experiencias amargas, como fue el caso de varias personas que creyeron en los ofrecimientos de un cuentero. Se dice que hace algún tiempo llegó a Jipijapa un audaz sujeto, que aseguraba ser representante de una empresa venezolana, que requería de una ilimitada cantidad de personas decididas a viajar y trabajar en ese país. La gente se ilusionó, creyó en los ofrecimientos y pago caro, porque el cuentero no quiso devolver el dinero que le habían confiado para los trámites. Este acontecimiento trascendió como una noticia de crónica roja en la prensa local.

Igual cobertura tuvo lo que le sucedió a una humilde mujer, que alojó en su casa a una desconocida. La hospitalidad de la jipijapense le costó caro, porque la desconocida terminó raptando a su pequeña hija, la que finalmente fue recuperada en Manta.

Casos así ratifican que el jipijapense es hospitalario e ingenuo por naturaleza, virtudes que los españoles debieron encontrar cuando incursionaron en estas tierras.

3.3 ASPECTOS CULTURALES.

Entre los aspectos culturales, históricos y folclóricos se destacan la iglesia de San Lorenzo y las manifestaciones religiosas que se dan en torno a la Virgen de Agua Santa.

Los jipijapenses veneran a la Virgen de Agua Santa, imagen encontrada por Atanasio Chóez, quien trabajaba en la restauración de la iglesia de San Lorenzo, el 8 de septiembre de 1926, cuando dio con el barreno sobre su cuerpo duro. Ese cuerpo duro como una piedra, era la imagen de la Virgen que lleva al Divino Niño en los brazos. Se dice que en el mismo lugar, donde se encontró la preciosa pieza brotó una fuente (de ahí el nombre de Agua Santa) y creció un árbol que se conservaba verde durante todo el año. El árbol fue talado a nivel del piso de la iglesia.

Próspero Antonio Pérez García, en su relato histórico de la antigua provincia de Jipijapa, describe que “Jipijapa y Montecristi realizaban procesiones y peregrinaciones de un pueblo a otro, entregándose a sus respectivas patronas, para pedir al cielo que los liberara de la ferocidad de los piratas”.

Los Pozos de Choconchá, Andil y Pocitos, constituidos en lugares históricos. Sobre el origen de los citados pozos existen dos versiones:

1) Se considera que fueron elaborados por los indios Mayas, quienes a su paso por la región dejaron sus huellas, que hasta la actualidad no han podido imitarse. Los pozos tienen forma de caracol, de donde brota agua cristalina.

2) Se dice que los pozos son de formación volcánica “Cráteres de volcanes” que erupcionaron, pero en contacto con el aire se invirtieron, consiguiendo el aspecto que presentan hoy.

En Jipijapa existe un museo, que guarda la identidad de los habitantes. Visitándolo se puede comprender su historia, tradiciones y costumbres de este cantón. En el cual podemos observar vestigios de la cultura Bahía, Chorrera, Valdivia y Guangala.

La economía de Jipijapa se basa en dos factores: primero un enorme pie de monte, que es la zona de tradición entre la Sierra y la Costa, y es donde se encuentra el sector

cafetalero y, segundo una zona costanera, con tranquilas y limpias playas sobre el Océano Pacífico, donde está Puerto Cayo.

Durante los siglos XVIII y XIX, en Jipijapa se confeccionaban hamacas y sombreros de paja toquilla, actividades que aún se desarrollan, pero en menor escala. A pesar de que hoy en día Montecristi es conocida por la elaboración de los sombreros de Paja Toquilla, fue en Jipijapa donde se inició este arte. Sin embargo, en búsqueda de más ingresos muchas familias que se dedicaban a este negocio lo dejaron por plantar otros productos agrícolas. Para recordar esa tradición, existe un monumento al Sombreo de Paja Toquilla en el parque central de Jipijapa.

Igualmente se desarrollan otras artesanías, para uso doméstico, como las ollas, vasijas y comales de barro o arcilla amarilla que se encuentra en el lugar. La elaboración de estos utensilios se mantiene en la comunidad de Chade, constituyéndose en la base económica de algunas familias. Actualmente, elaboran réplicas de esculturas de las culturas precolombinas, las que se han constituido en piezas de museo debido al fino acabado.

También se confecciona el zapan o sogá con fibras extraídas de bototillo, jaile y el ceibo con estos materiales se logra una sogá resistente. Además, la cestería lo realiza con el bejuco en Membrillal y con caña guadua en Jipijapa.

CAPÍTULO IV.

ANÁLISIS DEL DESTINO.

Después de conocer datos generales, origen y aspectos culturales sobre el sujeto de estudio de la presente investigación, es necesario analizar el mismo, para llegar a realizar un diagnóstico de su situación turística actual.

4.1. ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA ZONA.

El Ecuador es rico en la diversidad de productos que produce la tierra. Por la variedad de microclimas las zonas destinadas para la agricultura producen gran variedad de productos. Así mismo cuenta con producción ganadera además de tener acceso a una enorme variedad de especies marinas por su cercanía a la costa. Según la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ecuador, en su estudio “El Turismo en Ecuador”, la ocupación de la población por sectores en el Ecuador esta dividida en 41% Agricultura, 36% Industria y 23% Servicios.

Según Vallejo S. en su obra El Perfil del Sector Agropecuario ecuatoriano, señala: “Actualmente, la agricultura constituye uno de los sectores con mayor peso dentro de la economía ecuatoriana, principalmente en la campesina”.

TABLA IX. ECUADOR: CONTRIBUCIÓN SECTOR AGROPECUARIO A LA ECONOMÍA NACIONAL.

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002*
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	17.5%	17.6%	17.3%	18.4%	16.6%	16.8%	17.3%
Petróleo y minas	14.1%	14.0%	13.5%	14.6%	14.9%	14.8%	14.1%
Ind. Manufacturera	15.4%	15.5%	15.5%	15.5%	15.9%	15.9%	16.4%
Electricidad gas Y agua	1.4%	1.4%	1.4%	1.6%	1.6%	1.6%	1.5%
Construcción	2.4%	2.4%	2.6%	2.5%	2.9%	3.2%	2.6%
Comercio y Hoteles	15.1%	15.1%	15.1%	14.4%	15.0%	15.0%	14.9%
Transporte y Comunicación	9.1%	9.1%	9.2%	9.1%	9.1%	.1%	9.0%
Servicios Financieros	7.6%	7.5%	7.7%	8.4%	8.1%	8.1%	7.9%

Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

La contribución de la agricultura ecuatoriana a nivel primario en la economía nacional durante el período 1996-2002 fue de 17.4% (mayor que la del resto de sectores). Esto hace que se convierta en el sector más importante de la economía ecuatoriana, por encima del sector de petróleo y minas, sector manufacturero y comercio y hoteles. (Ver tabla IX).

Así mismo la Contribución de la Agricultura en el Sector Externo se ha visto reflejada en la Balanza Comercial Agropecuaria, la cual se ha seguido manteniendo positiva. Según Vallejo S. (2002) “De hecho las divisas que se generan en el sector agropecuario concurren al financiamiento de las importaciones de otros sectores. Por cada 5 dólares que genera el país, 2 se originan en el sector agropecuario”.

En Manabí la Agricultura representa una de las mayores fuentes de ingreso como en la mayoría de las provincias del Ecuador. La provincia ofrece condiciones favorables por la fertilidad de la tierra en las zonas aptas para el cultivo. La Agricultura, como en la mayoría de las provincias ecuatorianas, la actividad agrícola es la principal en Manabí, que ofrece condiciones favorables por la fertilidad de la tierra en las zonas aptas para el cultivo.

Según el Consejo Provincial de Manabí en su página Web www.manabi.gov.ec, señala lo siguiente:

Sus productos son de clima tropical como cacao, café, banano, maíz duro, arroz y algodón. Entre las plantas frutales pueden señalarse: melón, sandía, naranja, pepinillo, piña, papaya. Las zonas especialmente cafeteras con: Jipijapa, Paján, Santa Ana, 24 de Mayo y Junín. Las zonas cacaoteras son: Chone, Bolívar, Junín y la parte montañosa del cantón Sucre. El algodón se cultiva en los cantones Portoviejo y Rocafuerte, mientras que en la costa norte de Manabí, desde Canoa hasta Cojimíes se cultiva coco. La copra (el coco maduro) es requerida como materia prima para la industria del aceite comestible. Manabí ocupa el primer lugar a nivel nacional en la producción de café (área cultivada y producción) lo mismo sucede en la producción de plátano (verde o plátano verde) y ocupa el segundo lugar en la producción de maíz duro seco.

Manabí, debido a su extensión dentro del territorio ecuatoriano, representa una de las provincias con mayor número de población del país. Aquella población esta muy bien distribuida tanto en las áreas urbanas como en las rurales, ambas con un aporte muy importante dentro de su economía. Población que a continuación se analiza de manera detallada, según los datos del censo del 2001 del INEC. (Ver tabla X).

TABLA X. POBLACIÓN TOTAL DE MANABÍ.

	1'306.535	9.74%
Hombres	657.958	50.36%
Mujeres	648.577	49.64%
Urbana	736.418	56.36%
Rural	570.117	43.64%

Fuente: Censo 2001. INEC.

La población de Manabí representa el 9.74 % de la población nacional, la cual esta distribuida en 22 cantones, divididos a su vez en 32 parroquias urbanas y 53 parroquias rurales, pero como se aprecia en el cuadro hay una similitud entre las dos poblaciones, la urbana en un 56.36 % y la rural en un 43.64 %. Así mismo el porcentaje entre la población masculina y la femenina es muy equilibrada 50.36 % y 49.64 % respectivamente.

TABLA XI. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) PROVINCIA DE MANABÍ

	581.937	44.54%
Hombres	401.533	69%
Mujeres	180.404	31%
Urbana	324.135	55.70%
Rural	257.802	44.30%

Fuente: Censo 2001. INEC.

Del total de la población de Manabí el 44.54% son personas capaces de trabajar y desean hacerlo (PEA). Ellos representan la población económicamente activa. (Ver tabla XI).

TABLA XII. DESEMPLEO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ.

	38.080	6.54%
Hombres	19.067	50.07%
Mujeres	19.013	49.93%
Urbana	27.696	72.73%
Rural	10.384	27.27%

Fuente: Censo 2001. INEC.

Del total del PEA sólo el 6.54% se encuentra desempleada. Existiendo un mayor desempleo en el área urbana con un 72.73% de desempleo. (Ver tabla XII).

TABLA XIII. SUBEMPLEO EN LA PROVINCIA DE MANABÍ.

	429.396	73.79%
Hombres	300.425	69.96%
Mujeres	128.971	30.04%
Urbana	220.103	51.26%
Rural	209.293	48.74%

Fuente: Censo 2001. INEC.

Del total del PEA el 73.79% esta subempleada. Si se toma en consideración este valor con el de desempleo, quiere decir que las personas que tienen empleo formal en Manabí sólo representan el 19.67% del PEA. Quedando el trabajo informal, es decir el subempleo como el de mayor porcentaje dentro de la población económicamente activa dentro de Manabí. (Ver tabla XIII).

TABLA XIV. PARTICIPACIÓN DE MANABÍ EN EL PIB. MILES DE DÓLARES DE 2000

AÑOS	2001	20002	2003	2004
Valor agregado Bruto de Manabí	948.539	963.481	1'029.683	1'057.219
Aportación	5.65%	5.51%	5.68%	5.42%
PIB ECUADOR	16'784.095	17'496669	18'131.904	19'518.404

Fuente: Censo 2001. INEC.

Manabí representa el 5.42% del PIB del Ecuador en dólares del año 2000. En valores absolutos, esta participación equivale a cerca de 1.000 Millones de dólares. (Ver tabla XIV).

La población de Jipijapa representa el 5.04% del total de la población de Manabí con una gran similitud de porcentajes entre hombres y mujeres, así mismo como la población urbana con la rural. (Ver tabla XV).

TABLA XV. POBLACIÓN TOTAL DEL CANTÓN JIPIJAPA.

	65.796	5.04%
Hombres	33.397	50.76%
Mujeres	32.399	49.24%
Urbana	36.078	54.83%
Rural	29.718	45.17%

Fuente: Censo 2001. INEC.

En el cantón se desarrollan diferentes actividades económicas las cuales se pueden observar en la siguiente tabla, relacionadas con la población económicamente activa:

TABLA XVI. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR RAMAS DE ACTIVIDAD.

RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Agricultura, Ganadería, Pesca, Caza, Silvicultura	8.569	8.320	249
Manufactura	1.041	813	228
Construcción	1.165	1.148	17
Comercio	3.232	2.671	561
Enseñanza	1.088	484	604
Otras Actividades	5.567	3.742	1.825
T O T A L	20.662	17.178	3.484

Fuente: Censo 2001. INEC.

La principal fuente económica en el cantón es la agricultura, ganadería pesca y silvicultura, las cuales generan importantes fuentes de trabajo, el 41.47% de la población económicamente activa se dedica a estas actividades. (Ver tabla XVI).

TABLA XVII. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES DE JIPIJAPA

Grupos de ocupación	Total	Hombres	Mujeres
Miembros, profesionales técnicos	1.703	936	767
Empleados de oficina	727	381	346
Trab. de los servicios	2.453	1.826	627
Agricultores	3.552	3.443	109
Operarios y operadores de maquinarias	3.652	3.324	328
Trab. no calificados	7.010	6.073	937
Otros	1.565	1.195	370
Total	20.662	17.178	3.484

Fuente: Censo 2001. INEC.

Los operarios y operadores de maquinarias representan el mayor grupo ocupacional en Jipijapa dentro de la población económicamente activa con un 17.67%. Los hombres principalmente se dedican a la agricultura, con un 16.66% del total del PEA. Las Mujeres en cambio tienen su mayor representación dentro del PEA, con un 4.53% en trabajos no calificados, seguidos de miembros, profesionales técnicos en un 3.71% y también se registra un alto porcentaje en otras actividades (quehaceres domésticos) especialmente en el sector rural del cantón. (Ver tabla XVII).

PRODUCCIÓN AGRARIA.

La producción agrícola del Cantón Jipijapa tuvo un gran baja causada por el fenómeno del niño, según se señala en el Plan Estratégico del Cantón Jipijapa (2002):

La producción en los distintos sectores del Cantón Jipijapa, ha sido históricamente muy importante para la generación de divisas al Estado, pero descendió muy considerablemente a raíz de la presencia del Fenómeno del Niño, que según los agricultores por la excesiva cantidad de lluvias, no permitió una normal floración en las diversas plantaciones de café, maíz, maní, sandía, tomate, melón, etc., lo que ocasionó un notable descenso de la producción en general.

Los productores del Cantón Jipijapa, cultivan en condiciones desfavorables, invierten esfuerzos y tiempo y comercializan sus productos con intermediarios, los mismos que proveen a los exportadores, los campesinos productores reciben por sus productos, precios bajos que merman sus condiciones socio económicas. (Ver tabla XVIII)

TABLA XVIII. PRINCIPALES PRODUCTOS CULTIVADOS EN LA ZONA (POR HECTÁREAS).

No.	Lugar (Recinto)	Número de Productores	Has Total	Cultivo						
				Maíz	Maní	Sandía	Tomate	Pimiento	Melón	Otros
1	Sandial	30	149	149						
2	Secal	20	65.5	62.5	3					
3	Cerrito	25	192	179	13					
4	La Boca	21	29			15	4	10		Parcelas de hortalizas
5	San Ramón De Cantagallo	22	32			20	5	5	2	Parcelas de hortalizas
6	Los Algodone	31	155	138	17					
Total		149	622.5	528.5	33	35	9	15	2	

Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

Se observa en algunos recintos una importante diversificación de cultivos de ciclo corto, lo que contribuye a mejorar los ingresos de los pequeños productores. En otros casos se evidencia una tendencia al monocultivo especialmente de el maíz, lo que hace una dependencia a una sola fuente de ingreso, dificultando la sobre vivencia de estas familias, sumándose los precios bajos de estos productos. (Ver tabla XIX).

TABLA XIX. PRINCIPALES PRODUCTOS CULTIVADOS EN JIPIJAPA.

No.	Lugar (Recinto)	Número de Productores	Has Total	Cultivos		
				Maíz	Café	Arroz
1	Mariscal Sucre (América)	22	110	86	19	5
2	Agua Pato (Julcuy)	21	73	73	0	0
3	Albajacal (Anegado)	23	63	37	26	0
4	Bajo Grande (Pedro P. Gómez)	20	94	34	60	0
5	Santa Cruz (Pedro P. Gómez)	24	106	79	27	0
Total		110	446	309	132	5

Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

Como se observó en los cuadros anteriores los cultivos más importantes que se producen en el cantón son el maíz, el maní y el café, siendo el más importante el maíz como lo destaca el Plan Estratégico del Cantón Jipijapa (2002):

En la actualidad hay 12.000 hectáreas de superficie sembrada de maíz, con un rendimiento de superficie cosechada de 8.000 hectáreas, un promedio de 50 quintales por hectáreas, una producción anual de 400.000 quintales. El maíz se constituye en uno de los productos de mayor consumo y sostén económico para las familias productoras a nivel local.

Sin embargo la producción del café a través de la historia es la que resulta más representativa para el cantón, por lo que Jipijapa es conocido a escala nacional e internacional, como “LA SULTANA DEL CAFÉ” y representaba hasta el año 2000 alrededor del 10% de producción nacional.

El Plan Estratégico del Cantón Jipijapa 2002, hace referencia acerca del tema:

El cultivo del café se inició en épocas muy remotas, en los recintos el Mamey y Las Maravillas. En estas poblaciones la caficultura ocupa el 80% de las superficies cultivadas y genera más de las 2 terceras partes de los ingresos agrícolas monetarios de los agricultores de las montañas altas (entre 300 y 700 m.s.n.m.).

Existen muchos aspectos que han hecho que la producción de este importante producto descienda notablemente, como se menciona en el Plan Estratégico del Cantón Jipijapa (2002):

La excesiva cantidad de lluvias, por su intensidad y rendimientos muy bajos, debido al envejecimiento de las plantas y a una deficiente calidad no permitió que exista afloración en las plantaciones en forma normal y por la migración de los campesinos a las grandes ciudades y a otros países, lo que ocasiona un notable descenso en la producción en general, a más de esto, incide el precio bajo del café en el mercado, en la cosecha del 2002 el precio del quintal del café en pulpa es de \$ 5, lo que hace que esta actividad no sea rentable.

La comercialización del café va desde las fincas donde se cultivan hasta llegar a los exportadores como se indica en el Plan Estratégico del Cantón Jipijapa (2002):

Se inicia en las unidades productivas agrarias (fincas). En los centros poblados se ubican pequeños comerciantes del sector rural, que al mismo tiempo abastecen a los comerciantes ambulantes. En las ciudades, principalmente en Jipijapa se asientan los medianos y grandes comerciantes cafetaleros, en esta cadena se encuentran también cooperativas cafetaleras integradas por propios productores, y en otros casos son membretes para beneficiar a grandes industriales y exportadores que ubican al café en el mercado Internacional.

La zona también tiene una gran variedad de especies maderables, se cuenta con bosques primarios, zonas de reserva y a pesar de eso el hombre no ha respetado la naturaleza, deforestando en forma indiscriminada los bosques, para ser uso de este recurso, en la elaboración de artesanías, muebles y en gran escala la mayor parte de esta madera es llevada a Guayaquil y Manta para la exportación y para la construcción de barcos.

PRODUCCIÓN PECUARIA.

La producción pecuaria dentro del Cantón Jipijapa tiene un gran potencial para su crianza a pesar de la carencia técnica en su producción, además que es muy diversa, con criaderos de pollos, ganado vacuno caprino cerdos y aves de corral. (Ver tabla XX).

TABLA XX. ANIMALES EN PIE AL AÑO 2001 CANTÓN JIPIJAPA.

Especie	Total
Vacunos machos	3876
Vacunos hembras	26149
Porcinos	16530
Caprinos	10200
Caballar	4456
Mulares	5278
Acémilas	4223
Total	70712

Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

De las especies que más se han adaptado y se han desarrollado en la zona son el ganado vacuno en un 42.46% del total de los animales en pie en el año 2001, seguido por los ganados porcinos 23.38%, caprinos 14.42%, mulares y cabalares en un menor porcentaje, estos últimos sirven como medio de transporte. Como se puede observar esta zona tiene grandes potencialidades en la explotación pecuaria.

La crianza y manejo de estas especies se viene desarrollando en una forma tradicional, ha carecido de apoyo técnico, no habido investigaciones profundas para mejorar el ato ganadero, impidiendo obtener mejores ganancias en esta actividad.

La presencia de ganado caprino en la zona es muy alta, esto se debe a las condiciones naturales que necesita esta especie para desarrollarse como son altos periodos secos, forrajes y raíces de zonas áridas y poca agua.

PRODUCCIÓN PESQUERA ARTESANAL.

El Cantón Jipijapa tiene en la Parroquia Puerto Cayo una importante salida al perfil costero de la provincia de Manabí, por lo que muchos de sus pobladores se dedican a la pesca, como se cita en el Plan Estratégico del Cantón Jipijapa:

En la cual existen alrededor de 770 pescadores artesanales y unos 30 foráneos, 265 botes de fibras de vidrio , 40 bongos, y las pangas utilizan motores fuera de borda, ya existen barcos industriales, existen dos Cooperativas de Producción Pesquera, las cuales son: Isla de La Plata y Pto. Cayo.

No existe Puerto, ni espigón u otra infraestructura para apoyar el desembarque; estos se dan por varamiento de las embarcaciones, en la zona de playa utilizando como rodones a troncos de balsa.

Las faenas de pesca se efectúan aproximadamente de 0.16 a 1 hora del puerto de desembarque, realizando entre 0.75 y 12 horas de pesca. En promedio las faenas de pesca son cuatro veces por semanas, tanto para los botes de madera como para los botes de fibra de vidrio.

Se practica la pesca blanca, captura de hembras grávidas, camarón adulto y camarón stylirostris, a partir de las 6:H00 hasta las 18:H00, esta pesca es para venta de

consumo local y/o de subsistencia. Entre otras actividades, los pescadores se dedican a la agricultura, comercio y/o empleos de hosterías y restaurantes.

COMERCIO.

El rol de la cabecera cantonal de Jipijapa es de un centro de comercios y de servicios. Donde se encuentran todo tipo de locales comerciales con una gran variedad de productos. (Ver tabla XXI).

TABLA XXI. DISTRIBUCIÓN DE COMERCIOS POR SECTORES EN LA ZONA URBANA DE JIPIJAPA.

1	Farmacias	30
2	Comedores y restaurantes	38
3	Comerciantes de tercenas	40
4	Abarrotes	94
5	Pollos	16
6	Legumbres	88
7	Vendedores mayoristas y despensas	16
8	Mariscos	63
9	Repuestos de llantas y lubricantes	17
10	Ferreterías	9
11	Distribuidores de gas	3
12	Ventas de frutas	22
13	Ventas de quesos	19
14	Venta de plátanos y guineos	18
15	Almacenes	20
	Total	493

Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

Se puede observar que las tiendas de abarrotes son las de mayor número, con un 19.07% del comercio local, seguidos de las tercenas, venta de comidas, de frutas y legumbres que también tienen una incidencia importante.

El proceso de producción y comercialización de los productos que se dan en el Cantón Jipijapa, comienza en las parroquias rurales hasta llegar a otras ciudades para su exportación, como lo explica el Plan Estratégico del Cantón Jipijapa:

En las parroquias encontramos algunos centros de comercialización, y acopio especialmente de los productos agropecuarios, los principales flujos de la zona rural es hacia la ciudad donde se concentra el nervio comercial del cantón. La dinámica comercial está determinada por los flujos de productos comercializados desde la cabecera cantonal hacia Manta y Guayaquil especialmente, y en menor escala a los cantones de la micro región sur de Manabí.

PRODUCCIÓN ARTESANAL.

Históricamente una de las artesanías más destacadas ha sido la elaboración de los sombreros de paja toquilla, pero en la actualidad no hay una gran elaboración de productos artesanales, el Plan Estratégico del Cantón Jipijapa cita:

La producción artesanal en el cantón es muy limitada, en algunas comunidades rurales se mantiene la tradición de la confección de utensilios de cerámica; en el pasado se elaboraban los sombreros de paja toquilla usanza que se ha ido perdiendo y fue trasladada a Montecristi. En la ciudad encontramos hábiles artesanos de la madera, confección de ropa y mecánicos industriales.

TURISMO.

El aporte del turismo en la economía del Cantón Jipijapa no es muy representativo, a pesar que cuenta con una gran variedad de sitios eco-turísticos naturales y culturales ubicados en las distintas zonas del mismo. No dispone de una adecuada planta turística, sumado a que tampoco posee el recurso humano debidamente capacitado en servicios turísticos, lo que impide el correcto crecimiento de este importante sector de la economía.

Los establecimientos de alojamiento y alimentación & bebidas que posee el Cantón están distribuidos en la cabecera cantonal y en la parroquia de Puerto Cayo, en especial en la playa de Puerto Cayo que cuenta con un mayor crecimiento turístico y afluencia de visitantes, con la ventaja de ser parte de la conocida Ruta del Sol.

En el cantón se registran 13 establecimientos de alojamiento, a pesar que Puerto Cayo tiene una menor cantidad de establecimientos, posee un mayor número de habitaciones y por consiguiente de plazas. (Ver tabla XXII, XXIII, XXIV y XXV).

TABLA XXII. ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE LA CABECERA CANTONAL DE JIPIJAPA.

T i p o	Establecimientos	Habitaciones	Plazas
Hostales	5	57	107
Hoteles	3	18	30
Total	8	75	137

Fuente: Inventario de Establecimientos turísticos en el Cantón Jipijapa. Elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, 2005.

TABLA XXIII. ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DE PUERTO CAYO.

T i p o	Establecimientos	Habitaciones	Plazas
Hostales	2	26	65
Hosterías	1	30	81
Cabañas	2	27	67
Total	5	83	213

Fuente: Inventario de Establecimientos turísticos en el Cantón Jipijapa. Elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, 2005.

TABLA XXIV. ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LA CABECERA CANTONAL DE JIPIJAPA.

Tipo	Establecimientos	Mesas	Plazas
Restaurantes	11	66	276
Comedores	37	461	103
Kioskos	2	8	20
Heladerías	2	8	25
Asaderos	2	15	78
Bares	4	23	63
Fuente de soda	1	10	40
Cevicherías	24	120	475
Soda Bar	5	40	65
Parrilladas	2	11	40
total	90	762	1185

Fuente: Inventario de Establecimientos turísticos en el Cantón Jipijapa. Elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, 2005.

TABLA XXV. ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE PUERTO CAYO.

Tipo	Establecimientos	Mesas	Plazas
Restaurantes	7	200	48
Comedores	13	302	67
total	20	502	115

Fuente: Inventario de Establecimientos turísticos en el Cantón Jipijapa. Elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, 2005.

4.2. PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

Según Boullón, en su libro Planificación del Espacio Turístico, 1985, la clasificación de los atractivos turísticos se la realiza por categorías que están subdivididas en tipos.

Clasificación de los atractivos turísticos:

- I. Sitios Naturales
- II. Museos y Manifestaciones culturales e históricas
- III. Folklore
- IV. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas
- V. Acontecimientos Programados

En la categoría Sitios Naturales se reconoce a los tipos: montañas, planicies, costas, lagos, lagunas, esteros, ríos, arroyos, caídas de agua, grutas, cavernas, lugares de observación de flora y fauna, lugares de caza y pesca, caminos pintorescos, termas y parques nacionales y reservas de flora y fauna.

En la categoría Museos y Manifestaciones culturales históricas se reconoce a los tipos: museos, obras de arte y técnica, lugares históricos, ruinas y sitios arqueológicos.

En la categoría Folklore se toma en consideración a: manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias y mercados, música y danzas, artesanías y artes populares, comidas y bebidas típicas, grupos étnicos y arquitectura popular y espontánea.

En la categoría Realizaciones Técnicas, científicas o artísticas contemporáneas la división es: explotaciones mineras, explotaciones agropecuarias, explotaciones industriales, obras de arte y técnica, centros científicos y técnicos.

Finalmente en el quinto punto estén los Acontecimientos Programados que enmarca a los aspectos: artísticos, deportivos, ferias y exposiciones, concursos, fiestas religiosas y profanas, carnavales, otros.

TABLA XXVI. LISTADO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN JIPIJAPA

Categoría	Tipo	Nombre del atractivo
1. Sitios Naturales	Montaña	- Chocotete
	Planicie	- Valle el Ramito
	Costas	- Playa Puerto Cayo - Playa de Cantagallo
	Caídas de Agua	- Cascada Marinan - Cascada Agua Dulce - Cascada Andresillo - Cascada La Margarita - Cascada El Anegado
	Aguas Subterráneas	- Pozos de Agua Azufrada de Joa - Pozos de Choconcha - Pozos Azufrados de Andil
	Grutas y Cavernas	- Cueva La Manchuria
	Lugares de Observación de Flora y Fauna.	- Bosque Semihumedo Santo sin Cabeza - Bosque Húmedo El Chorrillo - Bosque Olina.
2. Museos y Manifestaciones Culturales	Museos	- Museo de Historia y Artesanías de Jipijapa
	Lugares Históricos	-Sector Histórico de Jipijapa - Iglesia San Lorenzo de Jipijapa -Parque Central de Jipijapa
	Ruinas y Sitios Arqueológicos	Petroglifos Santos sin Cabeza

3. Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares	<ul style="list-style-type: none"> - Fiesta de San Lorenzo 10 de agosto - Fiesta de la Virgen de Agua Santa 8 de septiembre
	Ferias y Mercados	- Mercado Municipal de Jipijapa
	Artesanías y artes populares	<ul style="list-style-type: none"> -Replicas de Artefactos Prehistóricos de Cerámica de Jipijapa - Replicas de Vehículos Modernos Parroquia Pedro Pablo Gómez - Alfarería El Chade
	Comidas y Bebidas Típicas	<ul style="list-style-type: none"> - Greñoso - Tortillas de Maíz - Bollo de Chancho - Cebiche de Pescado con Maní - Natilla - Café
4. Realizaciones técnicas científicas o artísticas	Explotaciones Agropecuarias	- Plantaciones de Café
5. Acontecimientos programados	Otros	<ul style="list-style-type: none"> -10 de agosto 1565 Fundación de Jipijapa. -15 de octubre 1820 Independencia de Jipijapa

Fuente: Elaboración propia, Agosto 2007

DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS.

Explotaciones agropecuarias: Plantaciones de café.

Plantaciones extensas sobre colina predominan árboles altos de más de 20m. que dan sombra a los cafetales.

Iglesia San Lorenzo de Jipijapa.

FIGURA 3. IGLESIA SAN LORENZO DE JIPIJAPA.



Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

Esta iglesia tiene una fachada histórica porque usa elementos de la arquitectura de tiempos pasados. Esta formada de tres cuerpos, la reconstrucción de la misma se la hizo con madera incorruptible, cubierta con teja de barro y un campanario. En la actualidad por el deterioro de algunas partes en ella han sido renovadas por lo que se han introducido detalles de esta época. En esta iglesia se venera a la Virgen de Agua

Santa la misma que es llevada en procesión durante las festividades del 8 de Septiembre de cada año.

Arquitectura Civil.

Sus estilos son tradicionales, populares, con elementos Neoclásicos Europeos, de forma sencilla en fachadas y espacios transmitidos de generación en generación por artesanos del pueblo incluyendo elementos de detalles en la arquitectura Europea contemporánea. Los materiales de los que se encuentran contruidos son: Madera, caña guadua, zinc, barro, vidrio y laminas de zinc con ondulaciones fijas. Entre las que se destacan La casa Quinta La Thalia, Casa de la Familia Villacreces.

Museo de Historia y Artesanías de Jipijapa.

FIGURA 4. FACHADA DEL MUSEO.



Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

Ubicación en el centro cultural Municipal. Posee piezas antiguas que datan de los años 500AC a 500DC de las diferentes culturas que habitaron la zona, algunas originales y en su mayoría replicas. Alfarería, artesanía de paja toquilla, orfebrería y textil, fotografías de Jipijapa antiguo y actuales.

Parque Central de Jipijapa.

FIGURA 5: PANORÁMICA DEL PARQUE CENTRAL DE JIPIJAPA.



Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

El parque central también denominado Simón Bolívar se encuentra ubicado en el centro de la ciudad rodeado por las calles Bolívar, 9 de Octubre, y Colón; cuenta con un área de 5.608,13 m² su forma es rectangular. El parque esta formado por una plazoleta llamada de la Libertad, una pileta, un sombrero gigante de paja toquilla y plantas ornamentales y árboles frondosos. y esta circundado por Iglesia de San Lorenzo, el Municipio, el Mercado entre otros edificios.

Greñoso

Es uno de los platos típicos del cantón hecho a base de maíz. A pesar de su fama es difícil de encontrar. Es preparado para ocasiones especiales como un velorio.

FIGURA 6. PORCIÓN DE GREÑOSO.



Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

Chocotete.

Localizado en la parroquia Joa, del cantón Jipijapa, la montaña Chocotete tiene una altura de 420 m.s.n.m. No tiene una punta como es común, si no que se presume el paso del tiempo y debido al clima ha dejado una especie de planicie.

Playa de Puerto Cayo

FIGURA 7. VISTA PANORÁMICA DE LA PLAYA DE PUERTO CAYO.



Fuente: www.mantacity.com (en línea) Visita realizada el 4 de octubre del 2007.
www.mantacity.com/db.image.asp?T=g&F=1&ID=133.

Tiene una longitud de 2400 metros aproximadamente, tomada desde la punta de Pedernales hasta la población. Es una ensenada definida geográficamente entre Punta Pedernales al sur y Cerro del Carmen al norte.

Islote Pedernales.

FIGURA 8. VISTA DEL ISLOTE PEDERNALES.



Fuente: www.guiadejipijapa.com (en línea) Visita realizada el 4 de octubre del 2007.
<http://www.guiadejipijapa.com/desktop.php?cate=16>.

En el islote Pedernales se observan aves marinas, se practica buceo de profundidad y Snorkeling. Se encuentra a 1.400 milla de distancia de la playa de Puerto Cayo.

Cascada Marilan.

FIGURA 9. CASCADA MARILAN.



Fuente: UNESUM, 2005

Localizada en la parroquia Pedro Pablo Gómez del cantón Jipijapa, tiene un ancho de 45 metros y una altura de 60 metros.

Cascada Andresillo.

Ubicada en la parroquia La Unión del cantón Jipijapa, el ancho de la cascada es de tres metros y la altura de ocho metros.

Cascada La Margarita.

Esta ubicada en la parroquia Pedro Pablo Gómez. Es una pequeña caída de agua que mide entre 2 a 5 metros aproximadamente, para luego continuar en el cauce del río Chontal.

Cascada Agua Dulce.

FIGURA 10. VISTA DE LA CASCADA DE AGUA DULCE.



Fuente: UNESUM, 2005

Ubicada en la comuna de Agua Dulce, la cascada se compone de dos caídas de agua que en tiempo de invierno llega alcanzar la primera, dos metros de ancho y 20 metros de alto y la segunda cinco metros de ancho y 7.30 metros de alto.

Cascada El Anegado.

Localizada en la parroquia El Anegado de la comuna Sucre, a 11 Km. de Jipijapa aproximadamente. Tiene una altura aproximada de 15 metros.

Pozos de Agua Azufrada de Joa.

FIGURA 11. UNO DE LOS POZOS DE JOA.



Fuente: UNESUM, 2005

Son aguas subterráneas localizadas en la comuna de Joa, a 2 Km. de Jipijapa. Se ubican en las faldas de la montaña Chocotete. Fueron descubiertos en 1920 por una de las primeras familias habitantes de la zona. En 1969 la Junta de Recursos Hidráulicos realizó la construcción civil de los pozos. Los pobladores locales afirman que son pozos con altas propiedades curativas.

Bosque Olina.

Se encuentra ubicado en la Parroquia Puerto Cayo, en Olina. Posee una extensión de 23 hectáreas. Entre sus especies encontramos algunas especies de árboles como los matapalos.

Pozos de Choconcha.

FIGURA 12. POZO DE CHOCONCHA.



Fuente: www.guiadejipijapa.com (en línea) Visita realizada el 4 de octubre del 2007. <http://www.guiadejipijapa.com/desktop.php?cate=16>.

Son pozos en forma de caracola que fueron labrados en roca viva. Se cree que fueron realizados por grupos étnicos de la zona. Su nombre proviene de raíces aborígenes. Choconcha esta compuesto de tres elementos: Cho que significa Vaso, Coa vasija honda y Chaac agua, lo que da hoyo de agua profunda en forma de vaso.

Bosque Húmedo El Chorrillo

Localizado en la parroquia de Puerto Cayo esta constituido por 1800 hectáreas. Su fauna y vegetación es muy diversa por encontrarse en la rivera de un río.

Mercado Municipal de Jipijapa.

FIGURA 13. MERCADO MUNICIPAL DE JIPIJAPA.



Fuente: Elaboración propia, octubre del 2007.

El mercado principal de la cabecera cantonal se puede encontrar todo tipo alimentos e implementos para el uso diario. El día de mayor movimiento es el domingo. En este lugar se puede encontrar algunos de los platos típicos de la zona.

4.3. ACCESIBILIDAD.

La red vial del Cantón Jipijapa, no se encuentra en las mejores condiciones ya que es parte del sistema vial de provincia de Manabí y como es sabido no cuenta con buenas carreteras, especialmente las vías de primer orden que conectan al cantón con el resto de la provincia y el país. Aunque cabe destacar que el 33% (aproximado) de las vías son asfaltadas, el 9% adoquinadas, el 37% son lastradas y un 23% aproximado están aún sin tratamiento por lo que podemos deducir que no cuentan con una buena red vial. Las vías que le comunican a la cabecera cantonal con las siete

parroquias rurales, no tienen un mantenimiento permanente, lo que dificulta el traslado de la población y sus productos.

Las parroquias urbanas cuentan con principales vías de acceso a los diferentes barrios, estas al igual que todas necesitan mantenimiento durante todo el año. Una mayoría podría ser pavimentadas o por lo menos adoquinadas, como también construir aceras y bordillos, para que estén habilitadas en invierno y verano, facilitando el acceso a las ciudadelas. Los caminos vecinales solamente son habilitados en verano, algunos recintos en el invierno quedan aislados y otros se comunican a través de caminos de herradura.

TABLA XXVII. DISTANCIAS DESDE JIPIJAPA A LAS 7 PARROQUIAS RURALES.

Parroquias	Distancia
Menbrillal	17 kilómetros
Puerto Cayo	26 kilómetros
Julcuy	24 Kilómetros
El Anegado	19 Kilómetros
La Unión	27 Kilómetros
Pedro Pablo Gómez	42 Kilómetros
América	17 Kilómetros

Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

Las parroquias rurales del cantón se encuentran muy cerca de la cabecera cantonal a no más de una hora, lo cual facilita el traslado de los diferentes productos que se comercializan en Jipijapa también abastece de los diferentes víveres a estas parroquias. (Ver tabla XXVII).

TABLA XXVIII. DISTANCIA DESDE JIPIJAPA A LAS CIUDADES PRINCIPALES.

Ciudad	Distancia
Quito	420 Kilómetros
Guayaquil	140 Kilómetros
Manta	50 Kilómetros
Portoviejo	65 Kilómetros

Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

También se observa que este interesante cantón se encuentra cerca de diferentes ciudades como son: Guayaquil, Manta, Portoviejo y Quito. (Ver tabla XXVIII).

El medio de transporte que se destaca es el autobús, el cual es muy utilizado convirtiéndose en el principal medio de movilización de los jipijapenses, aunque por el momento no cuenta con un Terminal terrestre en completo funcionamiento se tiene una extensa lista de cooperativas que pasan por las afueras de la ciudad que se dirigen a la zona sur o norte del País.

FIGURA 14. FACHADA DEL TERMINAL TERRESTRE DE JIPIJAPA.



Fuente: Elaboración propia, octubre del 2007.

Entre las principales vías de acceso a la ciudad de Jipijapa tenemos las siguientes:

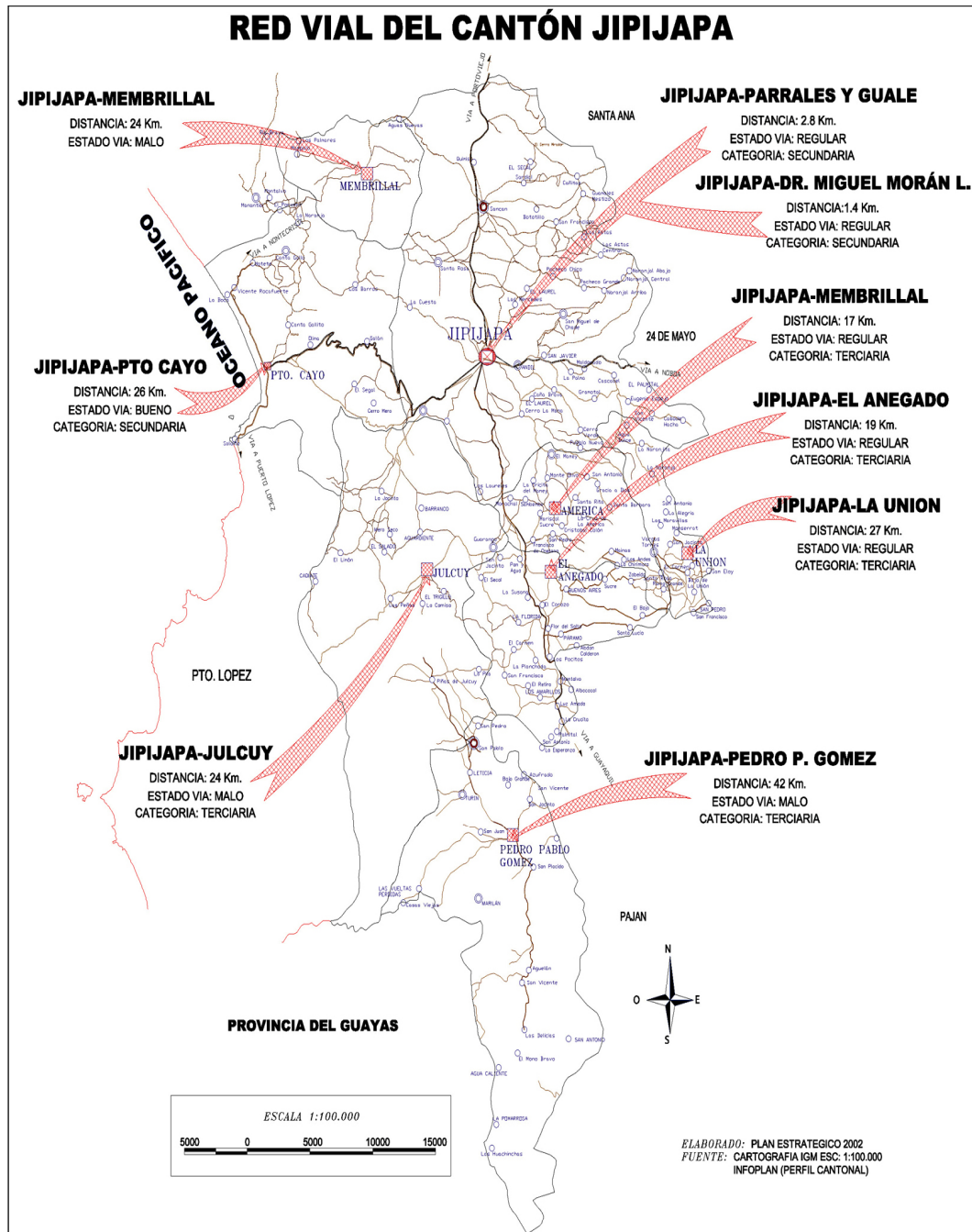
Ruta 1: Quito-Manta-Jipijapa-Puerto Cayo

Ruta 2: Quito-Portoviejo-Jipijapa

Ruta 3: Guayaquil-Jipijapa-Puerto Cayo: Por la vía Salinas-Libertad. También por la vía Pedro Carbo-Paján.

Ruta 4: Guayaquil – Puerto Cayo (por la Ruta del Sol)- Jipijapa

MAPA IV. RED VIAL DEL CANTÓN JIPIJAPA.



Fuente: Plan Estratégico de Jipijapa 2002, Municipalidad de Jipijapa.

Entre las principales cooperativas que transitan por las diferentes rutas hacia Jipijapa se destacan las siguientes:

- Cooperativa de transporte Panamericana Internacional.
- Cooperativa de transporte Flota Imbabura.
- Cooperativa de transporte Carlos Alberto Aray.
- Cooperativa de transporte Reina del camino.
- Cooperativa de transporte Turismo Manta.
- Cooperativa de transporte 15 de Octubre.
- Cooperativa de transporte Manglaralto.
- Cooperativa de transporte Cacique Guale.
- Cooperativa de transporte C. A. Aray.
- Cooperativa de transporte COACTUR.
- Cooperativa de transporte Rutas Portovejenses.
- Cooperativa de transporte 7 de Noviembre.
- Cooperativa de transporte Villa de Oro.

FIGURA 15: OFICINAS DE LAS COOPERATIVAS EN EL TERMINAL TERRESTRE.



Fuente: Elaboración propia, octubre del 2007.

FIGURA 16. BUS DE LA COOPERATIVA REINA DEL CAMINO.



Fuente: Elaboración propia, octubre del 2007.

También la ciudad de Jipijapa cuenta con cooperativas de taxis, brindando un servicio más personalizado y seguro a sus habitantes, que son las siguientes:

- Cooperativa de taxi Sultana del Café
- Cooperativa de taxi Stereo Guía
- Cooperativa de taxi 8 de Enero.

FIGURA 17. TAXISTAS UBICADOS EN LA CALLE BOLÍVAR.



Fuente: Elaboración propia, octubre del 2007.

Para quienes prefieren visitar la Sultana del Café, con vehículo propio desde Quito pueden hacerlo por la vía Panamericana Sur o la Autopista Rumiñahui hasta Alóag, luego por la carretera Santo Domingo-El Carmen-Chone-Tosagua-Rocafuerte-Manta-Jipijapa. Desde la ciudad de Guayaquil por la vía la costa pasando por Petrillo-Nobol-Pedro Carbo-La Cadena-Colimes de Paján-Jipijapa.

Otra importante forma de traslado a la ciudad de Jipijapa, se lo puede hacer por vía aérea con las aerolíneas que llegan a la ciudad de Manta o Portoviejo desde la ciudad de Quito mayoritariamente.

4.4. ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

Las actividades turísticas que se puedan realizar en un determinado destino turístico son parte importante al momento que un potencial visitante decida a un destino sobre otro. Según Jordi Montaner, en su libro Estructura del Mercado Turístico (1998), el objetivo de las actividades turísticas es el siguiente:

Las actividades turísticas van encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre, de ocio y vacacional con una serie de productos y servicios en los que el propio turista sea agente activo o pasivo de la propia actividad turística de la zona.

Tomando en cuenta esta definición y considerando que las actividades turísticas han ido evolucionado a través de los años, el autor clasifica a las actividades turísticas en:

- Actividades culturales: visita a museos, monumentos, etc.
- Actividades de espectáculos, musicales y manifestaciones deportivas, asistencia a conciertos, festivales de música, ciclos de opera, asistencia para presenciar competiciones tanto de Juegos Olímpicos como de campeonatos de cualquier especialidad deportiva.

- Actividades deportivas: prácticas de deportes tradicionales-pesca, caza, náuticos- o nuevos deportes, considerados deportes-aventura, como el parapente, rafting, etc.
- Actividades de aventura, como el trekking, los safaris, etc.
- Actividades de excursionismo o contacto con la naturaleza: turismo rural o verde, como turismo de balneario, etc.
- Actividades comerciales y congresuales: turismo de negocios, turismo industrial (visitas a fábricas o empresas productivas), asistencia a ferias y salones comerciales, participación en congresos, seminarios o simposios.
- Actividades de sol y playa, relacionados con el mar, las playas y el clima.

Las actividades turísticas que se pueden realizar dentro del cantón Jipijapa, según la clasificación anterior son las siguientes:

Dentro de las actividades culturales podemos realizar:

- Visita al museo de Historia y Artesanías de Jipijapa.
- Visita al Sector Histórico de Jipijapa.
- Visita a la Iglesia San Lorenzo de Jipijapa.
- Visita al Parque Central de Jipijapa.
- Visita a los Petroglifos Santos sin Cabeza, en la quebrada Guachinches.
- Participación en la fiesta de San Lorenzo el 10 de cada año.
- Participación en la fiesta de la Virgen de Agua Santa cada 8 de septiembre.
- Participación en la fiesta religiosa de San Miguel de Chade.

Las actividades deportivas que se practican en el cantón tienen lugar en la Playa de Puerto Cayo, donde se prestan las condiciones ideales para la práctica de parapente, alas delta, surf, buceo submarino y bicicleta de montaña.

Para los aficionados del turismo de aventura el cantón dispone de senderos y montañas y una rica biodiversidad.

Dentro de las actividades de excursionismo o contacto con la naturaleza, podemos destacar la observación de ballenas en las costas de Puerto Cayo, observación de la rica biodiversidad florística, fáustica y paisajista en las visitas a las cascadas del cantón, como la cascada de Marilan, Agua dulce, Andresillo y La Margarita. Dentro de los balnearios encontramos a los pozos de Joa y Choconcha, con sus aguas de propiedades curativas.

Dentro de las actividades turísticas clasificadas como comerciales, podemos nombrar la visita a la cabecera cantonal los días domingos por parte de población de todos los puntos dentro del cantón, para comprar o vender diferentes tipos de productos en el mercado municipal.

La actividad de sol y playa que se realiza es la visita a la playa de Puerto Cayo, el cual es considerado el principal atractivo del Cantón Jipijapa.

4.5 ANALISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA.

Existen algunas fuentes importantes para conocer la procedencia de los visitantes al cantón Jipijapa, entre ellas las cuentas satélites que fueron elaboradas por el Ministerio de Turismo del Ecuador entre el tercer trimestre del 2002 y el primer trimestre del 2003. Adicional a esto tenemos los datos de la afluencia de visitantes al Parque Nacional Machalilla de parte de la Dirección de Áreas Naturales del Ministerio del Ambiente del Ecuador.

También vale señalar que a pesar de que Jipijapa cuenta con un sin número de atractivos turísticos, este campo está muy poco desarrollado en todo ámbito como en la infraestructura y la poca información que hay para los turistas. A pesar de estar en un punto estratégico de la carretera que une a Guayaquil con Portoviejo y Manta; el no tener buena infraestructura y poca información es una desventaja para atraer a los turistas.

TABLA XXIX. VISITA DE RESIDENTES EN GUAYAQUIL, SEGÚN LUGAR DE DESTINO DE FINES DE SEMANA (JULIO-SEPTIEMBRE 2002).

Lugares visitados	Número de visitantes
Total	205.201
Salinas	26.112
Playas (General Villamil)	13.779
Quito	11.141
El Salitre (Las Ramas)	9.540
General Villamil (Playas)	9.318
Daule	7.194
Quevedo	6.914
Taura	6.342
Machala	6.071
Portoviejo	5.584
Manta	4.458
Ambato	4.318
La Libertad	4.239
Vinces	4.172
Santa Elena	4.160
Pedro Carbo	4.090
Lomas de Sargentilla	4.090
Palestina	4.029
Samborondón	4.023
Chone	3.962
Eloy Alfaro (Durán)	3.807
Narcisca de Jesús	3.463
Manglaralto	3.177
Jipijapa	3.110
Milagro	2.763
Balzar	2.608
Balsapamba	2.538
Cuenca	2.124
El Triunfo	2.124
Yaguachi Viejo (Cone)	2.115
Riobamba	1.905
Calceta	1.832
Juan Bautista Aguirre (Los Tintos)	1.832
Huaquillas	1.832
La Troncal	1.692
Santo Domingo de los Colorados	1.552
Naranjal	1.485
Babahoyo	1.339
Otros	20.367

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (julio - septiembre 2002).

Como se puede observar en la tabla XXIX, que corresponde al movimiento de turismo interno, de turistas residentes en Guayaquil visitando destinos de fin de semana, correspondiente al trimestre que va de Julio a Septiembre del 2002, podemos observar que Jipijapa, la cabecera cantonal, fue visitada por 3110 visitantes que la escogieron como su lugar de destino. Jipijapa se ubica en el puesto 24 de 39 ciudades que visitan los guayaquileños durante los fines de semana.

Las siguientes tres tablas analizan el movimiento de turismo interno por parte de residentes de Guayaquil a distintos puntos del país durante feriados y otros viajes. Las tres tablas muestran el número de visitantes durante tres periodos distintos: Julio-Septiembre 2002, Octubre-Diciembre 2002 y Enero- Marzo 2003. En nueve meses llegaron a Jipijapa alrededor de 38,028 visitantes durante feriados y por otros tipos de viajes. (Ver tabla XXX, XXXI y XXXII).

El desglose por trimestre es el siguiente:

Julio-Septiembre 2002	4580 visitantes
Octubre-Diciembre 2002	13892 visitantes
Enero-Marzo 2003	19556 visitantes

Si se observa más detenidamente estos números, se podrá ver que hay una mayor cantidad de visitantes de Guayaquil durante el trimestre de enero a marzo del 2003, que durante los dos trimestres anteriores. Esto coincide con las vacaciones, que se desarrolla durante estos meses, de los estudiantes primarios y secundarios de la Costa.

TABLA XXX. VISITAS REALIZADAS POR RESIDENTES EN GUAYAQUIL, SEGÚN LUGAR DE DESTINO DE FERIADOS Y OTROS VIAJES (JULIO-SEPTIEMBRE 2002).

Lugares visitados	Número de visitantes
Total	222.590
Salinas	27.001
General Villamil (Playas)	17.802
Quito	14.838
Cuenca	13.049
Narcisca de Jesús	11.205
Portoviejo	8.901
La Libertad	8.463
Playas (General Villamil)	7.431
Machala	7.340
El Salitre (Las Ramas)	6.768
Daule	6.272
Quevedo	5.797
Pedro Carbo	4.933
Jipijapa	4.580
Velasco Ibarra (El Empalme)	4.452
Vinces	4.236
Naranjal	4.020
Milagro	3.889
Bahía de Caráquez	3.679
Santa Elena	3.667
Chone	3.317
Posorja	3.177
Balzar	3.177
Riobamba	3.046
Babahoyo	3.040
Manta	2.821
Samborondón	2.185
Puyo	2.115
Santa Lucía	1.917
Esmeraldas	1.911
Manglaralto	1.701
Loja	1.692
Puná	1.692
Latacunga	1.342
Otros	21.134

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (julio - septiembre 2002).

TABLA XXXI. TURISMO INTERNO: VISITAS REALIZADAS POR RESIDENTES EN GUAYAQUIL, SEGÚN LUGAR DE DESTINO DE FERIADOS Y OTROS VIAJES (OCTUBRE-DICIEMBRE 2002).

Lugares visitados	Número de visitantes
Total	537.371
Salinas	51.618
El Triunfo	43.864
Daule	30.524
General Villamil (Playas)	22.755
Portoviejo	21.186
Milagro	21.179
Quito	16.327
Jipijapa	13.892
El Salitre (Las Ramas)	13.636
Babahoyo	13.300
Playas (General Villamil)	12.644
Quevedo	11.291
Narcisa de Jesús	10.671
Cuenca	10.502
Ambato	10.466
Naranjal	9.758
Taura	8.840
Chongón	8.635
Puná	8.208
Manta	8.200
Colimes	8.079
La Troncal	7.946
Santa Elena	7.936
Riobamba	7.547
Puerto López	7.226
Naranjito	6.956
La Libertad	6.822
Balzar	6.810
Machala	6.653
Samborondón	5.753
Montecristi	5.472
Pichincha	5.472
Vinces	5.220
Esmeraldas	5.198
Lomas de Sargentilla	4.984
Loja	4.719
Santo Domingo de los Colorados	4.640
Velasco Ibarra (El Empalme)	4.580
Chone	4.435
Santa Lucía	4.284
Pedro Carbo	3.844
Calderón	3.648
Manglaralto	3.598
San Jacinto de Yaguachi	3.505
Mocache	3.368
Otros	47.599
Total fuera del país	3.581

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (julio - septiembre 2002).

TABLA XXXII. VISITAS REALIZADAS POR RESIDENTES EN GUAYAQUIL, SEGÚN LUGAR DE DESTINO DE FERIADOS Y OTROS VIAJES (ENERO-MARZO 2003).

Lugares visitados	Número de visitantes
Total	796.150
Salinas	95.604
General Villamil (Playas)	56.710
Daule	53.671
Playas (General Villamil)	39.173
Santa Elena	26.100
Manta	25.275
El Salitre (Las Ramas)	24.104
Portoviejo	20.800
Naranjal	20.692
Velasco Ibarra (El Empalme)	20.360
Ambato	19.720
Jipijapa	19.556
Quito	19.476
Quevedo	15.777
Calceta	15.694
Samborondón	14.886
Chone	14.728
Milagro	13.945
Babahoyo	11.906
Bahía de Caráquez	11.819
El Triunfo	11.805
Santa Ana de Vuelta Larga	10.784
Paján	10.224
Santo Domingo de los Colorados	9.405
Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)	9.325
Riobamba	9.316
Pedro Carbo	9.092
La Libertad	8.973
Machala	8.288
Cuenca	8.232
Loja	8.222
Esmeraldas	7.396
Balzar	7.004
Manglaralto	6.866
Colimes	6.610
Posorja	4.872
Calderón	4.720
Coronel Marcelino Maridueña	4.620
Balsapamba	4.483
Vinces	4.389
Puná	4.176
Puerto López	4.157
Santa Lucía	4.140
Guaranda	3.928
La Troncal	3.869
Anconcito	3.776
Otros	68.382
Total fuera del país	9.100

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (julio - septiembre 2002).

Al usar las cuentas satélites del Ministerio de Turismo se encontraron datos relevantes a los visitantes de Guayaquil hacia diversos destinos, entre ellos Jipijapa. A pesar de que las cuentas satélites toman en cuenta a visitantes de otras ciudades del país, Jipijapa no aparece como un destino que denote una cantidad de visitantes relevantes por lo que es posible que esté considerada bajo la denominación “otras” en las respectivas tablas. Por ello para este estudio de la demanda del cantón Jipijapa se toma en cuenta las tablas donde Jipijapa aparece como un destino preponderante, y coincide que son aquellas que considera a los visitantes de Guayaquil y a sus destinos de fin de semana, de feriado u otros viajes. Por lo que se considera a los guayaquileños como la mayor demanda de visitantes de Jipijapa.

Adicional a esto también se obtuvieron los datos de la Dirección de Áreas Naturales del Ministerio del Ambiente del Ecuador, que contiene el promedio de ingreso de turistas durante el período de 2000 al 2004 al Parque Nacional Machalilla. Vale recalcar que el Parque Nacional Machalilla, está ubicado en la provincia de Manabí y cuenta con una extensión de 55.095 hectáreas, entre la parte continental, insular y el área marina. Encuentra sus límites al norte, en Puerto Cayo, parroquia del cantón Jipijapa, al sur hasta el río Ayampe; al interior de la costa limita con la parte norte de la cordillera Chongón- Colonche. El número de visitantes al parque fue de 20.196 turistas nacionales y de 7.672 turistas extranjeros, dando un total de 27.868 turistas, los cuales se consideran como una demanda potencial de los diferentes atractivos del cantón Jipijapa. (Ver Tabla XXXIII).

TABLA XXXIII. REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS AL PARQUE NACIONAL MACHALILLA DURANTE EL 2004.

Meses	Nacionales	Extranjeros	Total
Enero	1960	582	2542
Febrero	3612	363	3975
Marzo	1120	256	1376
Abril	1312	437	1749
Mayo	905	241	1146
Junio	886	497	1383
Julio	1903	1523	3426
Agosto	4565	1894	6459
Septiembre	1140	780	1920
Octubre	282	355	637
Noviembre	1184	384	1568
Diciembre	1327	360	1687
Totales	20196	7672	27868

Fuente: Dirección de Áreas Naturales - Ministerio del Ambiente, 2004.

Los atractivos más visitados por los turistas que asisten al Parque Nacional Machalilla, son la Isla de la Plata y la observación de ballenas jorobadas durante los meses de junio a septiembre, mismos que en su conjunto atraen alrededor de 13.118 visitantes del total de turistas que ingresan al Parque es decir, 47.32% de afluencia de turistas.

De los registros de las pernoctaciones de los residentes en Guayaquil, por lugar visitado en fines de semana, solo se tiene información de los meses de Julio a Septiembre. El periodo de tiempo de estos datos coincide con los meses que se puede hacer observación de ballenas jorobadas en las costas del Ecuador de Junio a Septiembre. (Ver tabla XXXIV).

TABLA XXXIV. PERNOCTACIONES DE LOS RESIDENTES EN GUAYAQUIL, POR LUGAR VISITADO EN FINES DE SEMANA. (JULIO-SEPTIEMBRE 2002).

Lugares visitados	Número de noches pernoctadas
Total	262.841
Salinas	38.947
Quevedo	20.730
El Salitre (Las Ramas)	20.340
Machala	19.470
Manta	11.901
Quito	11.780
Portoviejo	10.255
Vinces	9.345
Ambato	8.636
Daule	8.244
Manglaralto	6.993
Playas (General Villamil)	6.792
Taura	5.496
Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)	5.112
Jipijapa	4.942
Chone	4.814
Cuenca	4.674
Santo Domingo de los Colorados	4.513
Yaguachi Viejo (Cone)	4.230
Samborondón	3.813
Riobamba	3.810
La Libertad	3.685
Pedro Carbo	3.664
Montecristi	3.664
Anconcito	3.408
Balzar	3.384
Palestina	2.982
Milagro	2.763
Otros	24.454

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (julio - septiembre 2002).

En los datos de las pernoctaciones de los residentes en Guayaquil, por lugar visitado durante feriados y otros viajes, solo se encuentra a Jipijapa como lugar de destino, en los periodos de octubre-diciembre 2002 y enero a marzo del 2003. (Ver tabla XXXV y XXXVI).

TABLA XXXV. PERNOCTACIONES DE LOS RESIDENTES EN GUAYAQUIL, POR LUGAR VISITADO DURANTE FERIADOS Y OTROS VIAJES (OCTUBRE-DICIEMBRE 2002).

Lugares visitados	Número de noches pernoctadas
Total	1.548.762
Salinas	210.078
Quito	97.756
Portoviejo	82.199
Babahoyo	67.200
General Villamil (Playas)	63.682
Jipijapa	60.404
Santa Elena	57.684
Ambato	52.326
Cuenca	46.868
Daule	46.208
Pichincha	43.776
Milagro	31.594
Quevedo	29.972
Esmeraldas	27.358
Loja	25.402
Machala	24.522
Playas (General Villamil)	23.996
La Libertad	23.666
Manta	22.386
Riobamba	20.917
Naranjito	19.384
Velasco Ibarra (El Empalme)	19.080
Limonos	18.240
Puerto López	18.030
Santo Domingo de los Colorados	17.936
Manglaralto	17.566
San Vicente	16.422
Montalvo	16.416
Chone	13.819
Mocache	13.472
El Triunfo	13.472
Santa Lucía	12.936
Paján	12.216
Samborondón	12.068
Balzar	12.012
La Troncal	11.367
Montecristi	10.944
Narcisca de Jesús	10.244
Taura	9.261
Puná	9.120
Valencia	7.578
Cariamanga	7.360
Calderón	7.296
Naranjal	6.876
Bahía de Caráquez	6.748
Pedro Carbo	5.856
Tosagua	4.856
Lomas de Sargentilla	4.560
Ventanas	4.422
Otros	59.606
Total fuera del país	91.605

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (octubre - diciembre 2002).

TABLA XXXVI. PERNOCTACIONES DE LOS RESIDENTES EN GUAYAQUIL, POR LUGAR VISITADO DURANTE FERIADOS Y OTROS VIAJES (ENERO-MARZO 2003).

Lugares visitados	Número de noches pernoctadas
Total	4.274.652
Calceta	555.072
Salinas	512.564
Ambato	302.848
Portoviejo	247.070
Quito	151.745
Bahía de Caráquez	146.268
Velasco Ibarra (El Empalme)	134.116
Manta	122.910
General Villamil (Playas)	115.613
Jipijapa	111.092
Santa Elena	84.720
Chone	83.732
Santo Domingo de los Colorados	82.627
Machala	77.364
Samborondón	76.906
Babahoyo	60.360
El Triunfo	57.536
Playas (General Villamil)	57.297
Nueva Loja	54.500
Naranjal	54.180
Riobamba	54.140
Esmeraldas	52.060
Limonos	46.256
Balzar	46.136
Paján	44.566
Quevedo	38.690
Loja	37.966
Puerto López	37.015
La Libertad	33.642
El Salitre (Las Ramas)	31.170
Cuenca	30.479
Puerto Baquerizo Moreno	26.160
Daule	25.194
Manglaralto	25.076
Pedro Carbo	24.380
Colimes	23.040
La Troncal	19.184
Anconcito	18.268
Santa Ana de Vuelta Larga	18.264
Baños de Agua Santa	17.520
Guaranda	16.584
Pichincha	16.048
General Vernaza (Dos Esteros)	15.696
Vinces	15.418
San Gabriel	14.160
Junín	14.160
Puná	14.088
Baños	12.208
Otros	191.172
Total fuera del país	227.392

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (enero - marzo 2003).

En el periodo de octubre a diciembre hay un número importante de noches pernoctadas de los visitantes residentes en Guayaquil debido a la cantidad de feriados y celebraciones que se llevan a cabo en esos tres meses, como por ejemplo la independencia de Guayaquil (octubre 9), los santos difuntos (noviembre 2) la independencia de Cuenca (noviembre 3) y las fiestas de fin de año. Y en los meses de enero a marzo la cantidad es aun mayor debido a las vacaciones del ciclo escolar de la costa y la temporada de playa. (Ver tabla XXXV y XXXVI).

SEGMENTACION DE LA DEMANDA DEL CANTON JIPIJAPA.

TABLA XXXVII. SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA DEL CANTÓN JIPIJAPA.

Demográficas	Geográficas	Psicográficas	Motivaciones	Posibilidades Económicas
Edad: 25-45 años	Local: -----	Rurales: Si	Turismo: de naturaleza, sol y playa, observación de ballenas.	Altas: Si
Sexo: Indistinto	Nacional: Guayaquil Quito y otras ciudades.	Provincianos: Si	Negocios: Comerciantes	Medias: Si
Religión: Católicos y otros	Internacional Su gran mayoría visitan Puerto Cayo.	Urbanos: Si, principalmente Guayaquil y Quito	Gastronomía: Si.	Bajas: Si
		Metropolitanos: -----	Eventos: Fiesta de Independencia del Cantón Jipijapa	

Fuente: Elaboración propia, octubre del 2007.

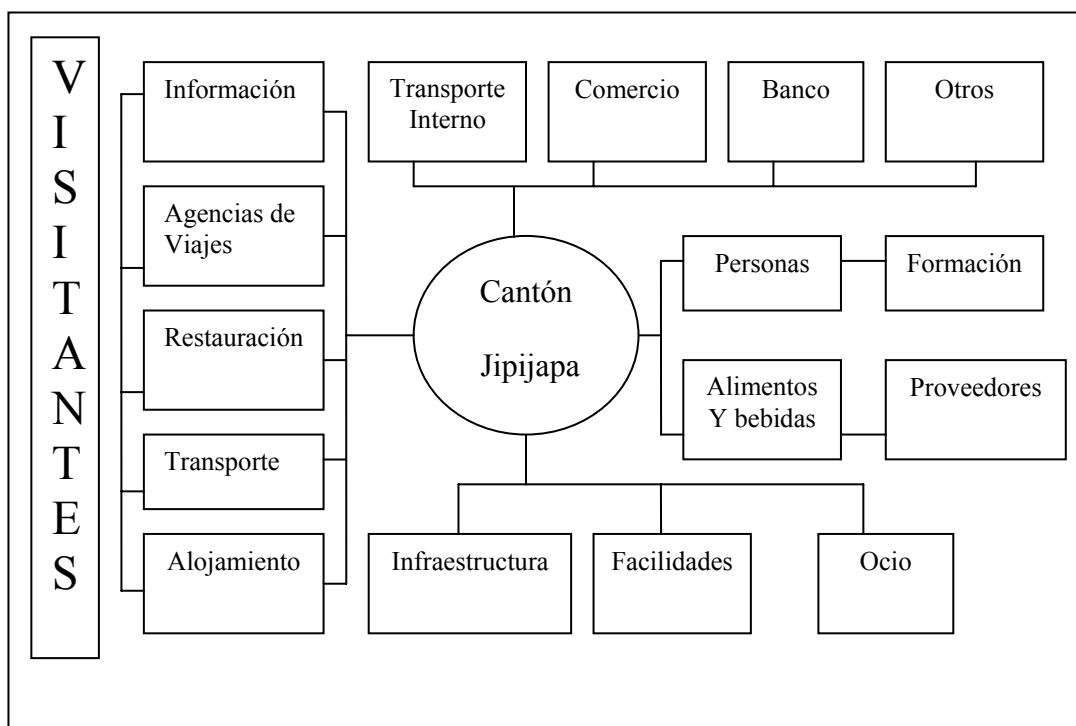
Según el cuadro de la segmentación de la demanda del cantón Jipijapa, (Ver tabla XXXVII). Los turistas que visitan el cantón Jipijapa en su gran mayoría son personas entre los 25 y 45 años de edad, su religión en su gran mayoría son católicos. Proviene de otros cantones de la provincia de Manabí, y de otras ciudades y zonas rurales dentro de Ecuador.

Desde el punto de vista de la segmentación psicográfica se los puede segmentar como rurales, provincianos y urbanos. Sus principales motivaciones son el turismo de naturaleza, de sol y playa, avistamiento de ballenas en Puerto Cayo. Otra motivación son los negocios porque van muchos comerciantes, su gastronomía y las celebraciones por la independencia del cantón. Sus posibilidades son altas, medias y bajas.

4.6 DIAGNÓSTICO ACTUAL DEL DESTINO.

Luego de hacer el análisis de los turistas potenciales y de analizar lo atractivos turísticos del cantón, se utilizará un cuadro de diseño del destino para explicar la situación actual del destino Jipijapa y los recursos con los que cuenta para recibir visitantes.

FIGURA 18. DIAGNOSTICO DEL DESTINO.



Fuente: Elaboración propia, octubre del 2007.

Información: Es necesario realizar una campaña informativa para dar a conocer el cantón Jipijapa como un importante destino turístico por la variedad de atractivos que ofrece. En la actualidad solo es más conocida la playa de Puerto Cayo por pertenecer a la Ruta del Sol y la actividad de la observación de ballenas pero no se lo relaciona al cantón Jipijapa a pesar de pertenecer a este.

Agencia de Viajes: Solo existe una agencia de viajes, llamada Jipitour, la cual se dedica al turismo emisivo.

Restauración: La oferta de establecimientos alimenticios es variada, entre los destacan están: los comedores, kioscos, cebicherías, fuentes de soda, heladerías,

asaderos, bares, parrilladas, restaurantes. Una de las más predominantes y destacables son las cebicherías, por su importancia turística debido a que el plato típico que más se comercializa es el cebiche de pescado con maní, y se las encuentran en un número de 24, que comprenden 475 plazas en 120 mesas en total. A pesar que las personas que atienden no tienen formación en atención al cliente, la amabilidad y cordialidad natural de los habitantes de este cantón hace que el visitante tenga una buena experiencia al momento de visitar los establecimientos.

Transporte: La transportación hacia el cantón Jipijapa es suplido por 11 cooperativas entre interprovinciales e intercantonales. Esto hace que el visitante tenga diferentes opciones al momento de visitar Jipijapa. Las oficinas de estas cooperativas se ubican dentro del Terminal Terrestre ubicado en la cabecera cantonal Jipijapa, a las afueras de la ciudad, la cual se encuentra en condiciones adecuadas para la demanda requerida. Las condiciones de los buses de las diferentes cooperativas están en buen estado y ofrecen un buen servicio.

Alojamiento: La cabecera cantonal cuenta con 3 hoteles y 5 hostales, lo que hace una oferta de 137 plazas. A pesar de que existen los establecimientos de alojamiento, no tienen una buena categorización. Mientras que en Puerto Cayo al estar más desarrollado en el ámbito turístico, se puede encontrar una mayor y variada oferta de estos servicios, con 2 cabañas, 2 hostales, 1 hotel y una hostería, lo que da una oferta de 238 plazas.

Transporte interno: Y dentro de la ciudad de Jipijapa el visitante se puede movilizar en taxi, cuyos chóferes brindan una buena atención. Además dos cooperativas de buses, 7 de Noviembre y Villa de Oro.

Comercio: El rol de la cabecera cantonal de Jipijapa es de un centro de comercios y de servicios. El proceso de producción y comercialización de los productos que se dan en el Cantón Jipijapa, comienza en las parroquias rurales hasta llegar a la cabecera cantonal y luego a otras ciudades para su exportación. La zona es agrícola por excelencia. Además tiene la ventaja de estar localizada en un punto estratégico del intercambio comercial entre Guayas y Manabí.

Banco: En la cabecera cantonal existen dos agencias bancarias. Una agencia del Banco Nacional de Fomento (estatal) y una agencia del Banco del Pichincha (privada).

Otros: El cantón cuenta con algunos negocios de Cybers con conexión de banda ancha. Además se encuentran locutorios con cabinas donde se pueden realizar llamadas nacionales, internacionales y a celulares.

Personas: En el ámbito del recurso humano preparado en el ámbito turístico, en la actualidad es muy limitado. Sin embargo, en el cantón se encuentra la UNESUM (Universidad del Sur de Manabí) la cual ofrece la carrera de Ecoturismo, lo que en el

futuro permitirá a la zona tener personal calificado en lo referente a negocios turísticos.

Alimentos y bebidas: Los principales proveedores de materia prima para los platos típicos, son los agricultores de la zona aledañas. Todo lo referente a mariscos y pescados es procedente desde Manta, Puerto López, Malglaralto, Salango y por supuesto Puerto Cayo.

Infraestructura: Para poder satisfacer las necesidades de los visitantes al cantón Jipijapa es necesario contar con todos los componentes de la infraestructura para brindar un servicio de buena calidad. El cantón cuenta con redes de agua potable, recolección de basura, energía eléctrica, telefonía convencional y celular. Las carreteras principales se encuentran en un mal estado, pero esto cambiará en poco tiempo ya que las vías han sido concesionadas a la empresa privada. Las vías de la cabecera cantonal hacia ciertos atractivos turísticos se encuentran en pésimo estado lo que dificulta la llegada de turistas a la zona. Las calles de la ciudad se encuentran asfaltadas, con la excepción de las vías en las periferias de la ciudad. En lo referente a centros de salud la distribución de las unidades operativas de salud tiene su cobertura en las cabeceras parroquiales, y en algunos recintos existen dispensarios del Seguro Social Campesino. En la zona urbana se concentra el hospital del Ministerio de Salud Pública y un dispensario del IESS. Existen establecimientos privados y de organizaciones sociales. En lo relacionado con movilización existen en el cantón 4 gasolineras, ubicadas cerca del Terminal Terrestre, el cual se encuentra a las afueras

de la ciudad de Jipijapa, al borde de la carretera, en un punto estratégico, donde se encuentra un desvío para tomar la carretera que lleva hacia la parte costera del cantón, la parroquia Puerto Cayo.

Facilidades: No existe señalización adecuada para orientar a los turistas hacia los atractivos turísticos. No existe un puesto de información acerca de los que se puede hacer y visitar durante la estadía en el cantón.

Ocio: Es un importante complemento del destino ya que permite ampliar el tiempo de estadía y diversificar sus actividades. Es por ello importante que se debe incentivar a los visitantes a Puerto Cayo que adicional a su visita para el avistamiento de ballenas también tengan la opción de llegar los otros atractivos turísticos del cantón Jipijapa, como por ejemplo a los relacionados con la naturaleza.

En base a los puntos mencionados anteriormente, a continuación se realiza un análisis FODA del destino. Por análisis FODA se entiende “la estructura conceptual, para el análisis sistemático que facilita la comparación de las amenazas y oportunidades externas, con las fuerzas y debilidades internas de la organización” (Munuera y Rodríguez, 1998) (Ver tabla XXXVIII).

TABLA XXXVIII. ANÁLISIS FODA DEL CANTÓN JIPIJAPA.

ANÁLISIS FODA DEL CANTÓN JIPIJAPA	FORTALEZAS 1. Recursos Marinos. 2. Atractivos turísticos naturales. 3. Gastronomía única reconocida a nivel regional. 4. Ser la puerta de ingreso hacia la provincia de Manabí desde la provincia del Guayas	DEBILIDADES 1. Mal estado de carreteras. 2. Falta de promoción turística. 3. Falta de capacitación de sus habitantes 4. Deficiente Planta Turística.
OPORTUNIDADES 1. Interés de las autoridades por el desarrollo turístico. 2. Profesionales especializados en Turismo 3. Conocimiento a nivel nacional de Puerto Cayo, por pertenecer a la Ruta del Sol y por el avistamiento de Ballenas Jorobadas 4. La Asamblea Constituyente a realizarse en Montecristi.	ESTRATEGIAS (FO) F1-O3 Incrementar la publicidad de Puerto Cayo como puerta de salida al avistamiento de Ballenas. F2-O1 Adecuar y señalar las vías hacia los destinos turísticos naturales por parte de las autoridades locales. F3-O1 Programas de capacitación del recurso humano que atiende los establecimientos de alimentos. F4-O4 Promocionar a Jipijapa en Montecristi por su importancia nacional debido a la Asamblea F2-O2 Elaborar proyectos sustentables en los atractivos naturales.	ESTRATEGIAS (DO) D1-O1 Mejorar el estado de las vías por las autoridades locales y regionales. D4-O2 Incentivar a la mejora de la planta turística por parte de sus propietarios. D3-O1 Crear planes de educación encaminados a la mejora del servicio al turista. D2-O2 Crear incentivos para que los profesionales especializados en turismo elaboren proyectos de promoción turística. D2-O3 Crear un plan de promoción, usando el reconocimiento a nivel nacional de Pto. Cayo.

Fuente: Elaboración propia, octubre del 2007.

CONTINUACIÓN DE LA TABLA (XXXVIII), ANÁLISIS FODA DEL CANTÓN JIPIJAPA.

<p>ANALISIS FODA DEL CANTON JIPIJAPA</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos Marinos. 2. Atractivos turísticos naturales. 3. Gastronomía única reconocida a nivel regional. 4. Ser la puerta de ingreso hacia la provincia de Manabí desde la provincia del Guayas. 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mal estado de carreteras. 2. Falta de promoción turística. 3. Falta de capacitación de sus habitantes 4. Deficiente Planta Turística.
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia de otros destinos más desarrollados 2. Fenómenos Naturales. 3. Pérdida de tradiciones. 	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <p>F3-A3 Crear un plan para Rescatar las tradiciones relacionadas a la gastronomía local.</p> <p>F2-A1 Crear Programas turísticos que se combinen con destinos turísticos más desarrollados.</p> <p>F1-A2 Crear programas de protección para los recursos marinos ante fenómenos naturales.</p> <p>F4-A1 Elaborar proyectos de promoción para que el flujo vehicular que pasa por la carretera entre a visitar Jipijapa y no solo sea de paso.</p>	<p>ESTRATEGIAS (DA)</p> <p>D1-A2 Solicitar al gobierno regional y nacional recursos para reparar carreteras en mal estado debido a los fenómenos naturales</p> <p>D4-A1 Adecuar controles sobre la planta turística para poder competir a la altura con la plante turística de otros destinos.</p> <p>D3-A3 Crear programas de capacitación resaltando las tradiciones de Jipijapa .</p> <p>D2-A3 Crear programas de promoción turística enfocada en las tradiciones del cantón.</p>

Fuente: Elaboración propia, octubre del 2007

ESTRATEGIAS PARA EL CANTÓN JIPIJAPA.

1. Incrementar la publicidad de Puerto Cayo como puerta de salida al avistamiento de Ballenas.
2. Adecuar y señalizar las vías hacia los destinos turísticos naturales por parte de las autoridades locales.
3. Programas de capacitación del recurso humano que atiende los establecimientos de alimentos.
4. Promocionar a Jipijapa en Montecristi por su importancia nacional debido a la Asamblea.
5. Elaborar proyectos sustentables en los atractivos naturales.
6. Mejorar el estado de las vías por las autoridades locales y regionales.
7. Incentivar a la mejora de la planta turística por parte de sus propietarios.
8. Crear planes de educación encaminados a la mejora del servicio al turista.
9. Crear incentivos para que los profesionales especializados en turismo elaboren proyectos de promoción turística.
10. Crear un plan de promoción, usando el reconocimiento a nivel nacional de Puerto Cayo.
11. Crear un plan para Rescatar las tradiciones relacionadas a la gastronomía local.
12. Crear Programas turísticos que se combinen con destinos turísticos más desarrollados.

13. Crear programas de protección para los recursos marinos ante fenómenos naturales.
14. Elaborar proyectos de promoción para que el flujo vehicular que pasa por la carretera entre a visitar Jipijapa y no solo sea de paso.
15. Solicitar al gobierno regional y nacional recursos para reparar carreteras en mal estado debido a los fenómenos naturales.
16. Adecuar controles sobre la planta turística para poder competir a la altura con la plante turística de otros destinos.
17. Crear programas de capacitación resaltando las tradiciones de Jipijapa
18. Crear programas de promoción turística enfocada en las tradiciones del cantón.

CAPITULO V.

INVENTARIO DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS DE LA ZONA CON POTENCIAL TURÍSTICO

5.1 INVENTARIO GASTRONÓMICO DEL DESTINO: PLANTA, PRODUCTOS Y PLATOS LOCALES.

Como se conoce el objetivo general de la presente investigación es “Elaborar un inventario gastronómico en el cantón Jipijapa para la diversificación de la oferta turística”.

Es en el presente punto de la investigación donde se expone la información levantada durante el trabajo de campo, información obtenida por medio de las entrevistas y plasmada en las fichas de inventario. Con la cual se procede a elaborar el inventario gastronómico del Cantón Jipijapa.

Como lo menciona la metodología para el inventario de atractivos gastronómicos, aplicada a las fichas que se utilizan para el presente inventario de productos gastronómicos, elaborada por el M.Sc. José Forteza y el Sr. Ricardo Carrera, el inventario de atractivos gastronómicos es: “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”.

Se definieron ciertos aspectos de los productos gastronómicos al momento de ser incluidos dentro del inventario. Los cuales se explican a continuación:

- Los productos agrícolas que se producen en la zona y sirven para la alimentación de la población de la zona de estudio.
- Al tener conocimiento de los productos cultivados en dicha zona, se denomina platos típicos, solo a los que utilizan estos productos en su elaboración, estando presente como ingrediente principal o como ingrediente que diferencie al mismo plato elaborado en otras zonas del país.

- Se considera solo a la parte de la planta turística alimenticia que elabora e incluye en su oferta a los platos típicos.
- Se considera solo a los mercados donde se elabora e incluye en su oferta a platos típicos.

Como se analizó en el capítulo anterior los principales productos cultivados en el Cantón Jipijapa, son el maíz, el maní y el café. El maíz y el maní son el ingrediente esencial para la elaboración de los platos típicos que caracterizan a la gastronomía de Jipijapa y que la distinguen dentro de la rica y extensa gastronomía de la provincia de Manabí, por su parte el café es la bebida que sirve como acompañamiento ideal al momento de degustar la mayoría de sus platos.

Conociendo lo que se cultiva en la zona de estudio, se comenzará el inventario con los productos de la zona que sirven como ingrediente para la elaboración de diferentes platos incluidos en la dieta de los pobladores del cantón Jipijapa.

A continuación se presenta la explicación de la ficha de productos, según se menciona en la Metodología para el inventario de atractivos gastronómicos.

FICHA DE PRODUCTOS:

En esta ficha se obtendrán datos generales sobre los diferentes productos que caracterizan a la zona de estudio, ya sean estos agroalimentarios, de pesca, etc. También es importante saber si su consumo es directo, si son parte de alguno de los platos inventariados o si son productos tratados con algún tipo de proceso industrial, ya sea este para su obtención, presentación o comercialización.

A continuación se explican algunos puntos de la ficha de productos que se encuentra en el Capítulo I Tabla III:

1.1.3 Categorías: Son los diferentes tipos de productos que se pueden inventariar y se marcará de acuerdo a los datos obtenidos.

1.1.4 Tipo: Si lo hubiera, pues a veces pasa que de un mismo producto hay diferentes tipos

1.1.5 Subtipo: Se trata de la variedad del producto, en el caso de que sea una fruta, verdura, grano, legumbre, etc. Si esta no se conociera o no fuera de una variedad en especial, simplemente se deja en blanco, lo mismo que el apartado anterior (tipo).

1.1.6 Forma de obtención: Se refiere a la manera por la que se obtiene el producto ya sea por siembra, procesado, etc. Aquí se tendrá también en consideración si en el caso de un producto animal, si este es por medio de la caza, con huella industrial, etc.

Cosechado/ recolectado: este apartado contempla los productos de tipo vegetal, en el sentido de su proceso de obtención (en el caso de las especies vegetales) y si para ella se ha utilizado algún sistema orgánico, tanto de riego, como de trato (sin pesticidas, etc.)

Capturado (caza o pesca): se trata del caso que se daría si un producto ha sido obtenido en base a alguna especie animal capturada, ya sea por medio de la caza (por ejemplo conejo y perdiz) o de la pesca (por ejemplo marisco, camarón, atún, sardina, etc.) y su posterior procesado y enlatado o embasado.

Procesado: si se trata de un producto alimenticio que haya sido sometido a algún tipo de proceso artesanal o industrial, con el fin de obtener el producto final (por ejemplo mermelada obtenida a partir de frutas)

En conserva: si se trata de un producto cuya presentación final sea embasado, enlatado o en conserva, previo a su consumo.

Especie en crianza o estabulación: se trata del caso de animales criados en granja o mediante pastoreo. En concreto el tipo de alimentación que se le proporciona.

1.3.1 Características organolépticas: son las características que definen al producto en cuanto a su color, olor y sabor.

1.3.2 Medidas de preservación: Define si existen medidas de conservación, manipulación o tratamiento de la calidad de producto.

1.3.3 Medidas de calidad: define la existencia de medidas de medición de la calidad del producto, si estas existieran (si no se han de dejar en blanco).

Observaciones: en este apartado se apuntará cualquier tipo de sugerencia o aclaración en cuanto al producto inventariado. Sobre todo se utilizará este espacio para dar algunos ejemplos de platos o recetas en las que se utilice dicho producto (animal o vegetal) y que o bien ya haya sido inventariado (en cuyo caso se citará el código de dichos platos) o bien simplemente no lo tengamos en consideración, al

tratarse de platos de otras zonas cercanas. En este sentido se destacará si existiera algún plato de los considerados nacionales que pudieran ser elaborados con este ingrediente como principal. Ello se refiere a que el producto en cuestión tenga un papel preponderante como ingrediente de esta receta y no sea un mero condimento.

FICHAS DE INVENTARIO DE PRODUCTO.

Ficha de Inventario Gastronómico N 1. Producto “El Maíz”.

Encuestador	Paola Cañar	Cod. Ficha	I.G-PR-JIP-001	Fecha	05/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Descripción del producto.

1.1 Factores sociales y culturales (valorización social y cultural)

1.1.1 **Denominación:** MAÍZ.

1.1.2 **Variación de denominación:** Maíz Criollo.

1.1.3 **Categoría:** Cereal.

1.1.4 **Tipo:** Maíz amarillo duro.

1.1.5 **Subtipo (variedad):** Cristalino.

1.1.6 **Reconocimiento cultural:** Plenamente aceptado.

1.1.7 **Forma de obtención (producto final):** Cosechado/recolectado de forma orgánica.

1.2 Factores de procedencia, temporalidad y nutricionales.

1.2.1 **Valor nutricional de su consumo:** Bajo.

1.2.2 **Procedencia:** Originales del lugar.

1.2.3 **Temporalidad (señalar época):** Regular (Cosecha de Invierno va de abril – agosto y la de verano de octubre-noviembre).

1.3 Factores sensoriales, de preservación y calidad.

1.3.1 **Características organolépticas:** Color Amarillo

1.3.2 **Medidas de preservación:** Medidas de manipulación.

1.3.3 Medidas de calidad: Control de etiquetado (fechas, sanitarios, etc.)

Foto:

Mazorcas de Maíz Amarillo Duro.



4. Cooperación y difusión

4.1 **Cooperativas:** Comunal, local

4.2 **Alcance:** Mercado internacional

4.3 **Vías de difusión:** Boca a boca (vía cultural).

5. Comercialización

5.1 **Alcance:** Mercado Internacional.

5.2 **Vías de comercialización:** Mercado local.

6. Iniciativa e innovación turística entorno al producto.

6.1 **Iniciativas:** Demostración.

6.2 **Alcance:** Turismo local.

7. Fuentes de información.

La Sra. Leonor Toala nos dio información sobre el producto.

8. Observaciones.

Es un producto muy utilizado en los diferentes platos de Jipijapa. Existe un flujo permanente de la cosecha desde mayo hasta diciembre. En los meses de Enero a Marzo, si la producción es muy baja, se importa maíz.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 2.
Producto “El Maní”.**

Encuestador	Camilo Andrade	Cod. Ficha	I.G-PR-JIP-002	Fecha	05/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Descripción del producto.

1.1 Factores sociales y culturales (valorización social y cultural).

1.1.1 **Denominación:** MANÍ.

1.1.2 **Variación de denominación:** Cacahuete.

1.1.3 **Categoría:** Legumbres / Leguminosas.

1.1.4 **Tipo:** Arachis hypogaea.

1.1.5 **Subtipo (variedad):** No aplica.

1.1.6 **Reconocimiento cultural:** Plenamente aceptado.

1.1.7 **Forma de obtención (producto final):** Cosechado/recolectado de forma orgánica.

1.2 Factores de procedencia, temporalidad y nutricionales.

1.2.1 **Valor nutricional de su consumo:** Alto.

1.2.2 **Procedencia:** Originales del lugar.

1.2.3 **Temporalidad (señalar época):** Regular (Cosecha de Invierno Diciembre - Abril).

1.3 Factores sensoriales, de preservación y calidad.

1.3.1 **Características organolépticas:** Color café claro, olor suave y sabor semidulce

1.3.2 **Medidas de preservación:** Medidas de manipulación.

1.3.3 **Medidas de calidad:** No aplica.

Foto:

Planta de Maní.



Maní en cáscara.



4. Cooperación y difusión.

- 4.1 **Cooperativas:** Comunidad, local.
- 4.2 **Alcance:** Mercado cantonal.
- 4.3 **Vías de difusión:** Boca a boca (vía cultural).

5. Comercialización

- 5.1 **Alcance:** Mercado cantonal.
- 5.2 **Vías de comercialización:** Mercado local.

6. Iniciativa e innovación turística entorno al producto.

- 6.1 **Iniciativas:** Demostración.
- 6.2 **Alcance:** Turismo Local.

7. Fuentes de información.

La Sra. Castillo nos dio información sobre el producto.

8. Observaciones.

Es uno de los ingredientes primordiales en la gastronomía de Jipijapa.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 3.
Producto “El Café”.**

Encuestador	Andrés Toranzos	Cod. Ficha	I.G-PR-JIP-003	Fecha	05/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Descripción del producto.

1.1 Factores sociales y culturales (valorización social y cultural).

1.1.1 **Denominación:** CAFÉ.

1.1.2 **Variación de denominación:** Café regular.

1.1.3 **Categoría:** Granos.

1.1.4 **Tipo:** Arábigo.

1.1.5 **Subtipo (variedad):** Arábigo Natural.

1.1.6 **Reconocimiento cultural:** Plenamente aceptado.

1.1.7 **Forma de obtención (producto final):** Cosechado/recolectado de forma orgánica.

1.2 Factores de procedencia, temporalidad y nutricionales.

1.2.1 **Valor nutricional de su consumo:** Medio.

1.2.2 **Procedencia:** Del Extranjero (Golfo Pérsico)

1.2.3 **Temporalidad (señalar época):** Temporal (junio-septiembre).

1.3 Factores sensoriales, de preservación y calidad.

1.3.1 **Características organolépticas:** olor fuerte y agradable, sabor amargo y color café oscuro.

1.3.2 **Medidas de preservación:** Medidas de manipulación.

1.3.3 **Medidas de calidad:** Control etiquetado.

Foto:

Planta de Café Arábigo.



Café en grano.



4. Cooperación y difusión.

4.1 **Cooperativas:** Comunal, local, cantonal.

4.2 **Alcance:** Mercado Nacional.

4.3 **Vías de difusión:** Boca a boca (vía cultural).

5. Comercialización.

5.1 **Alcance:** Mercado Nacional.

5.2 **Vías de comercialización:** Mercado local, festival o festividad.

6. Iniciativa e innovación turística entorno al producto.

6.1 **Iniciativas:** Demostración y degustación.

6.2 **Alcance:** Turismo Nacional e internacional.

7. Fuentes de información.

El Sr. Bolívar Mendoza nos dio información sobre el producto.

8. Observaciones.

Desde 1997 se nota una considerable baja de producción de café en la zona de estudio.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

Al tener conocimiento de los productos cultivados en dicha zona, se procede a inventariar los platos típicos, considerándose a estos solo a los que utilizan estos productos en su elaboración, estando presente como ingrediente principal o como ingrediente que diferencie al mismo plato elaborado en otras zonas del país.

A continuación se presenta la explicación de la ficha de platos o recetas, según se menciona en la Metodología para el inventario de atractivos gastronómicos. La ficha se la puede visualizar en el Capítulo I, Tabla IV.

FICHAS DE PLATOS O RECETAS:

1.-Descripción del plato (codificación numérica 1)

1.1 Factores Sociales y Culturales (valorización social y cultural):

1.1.1 Denominación: nombre del plato o receta a describir.

1.1.2 Variación de denominación: si acaso el producto es conocido con otra denominación.

1.1.3 Categoría: tipo de alimento del que se trate (alimento, bebida o repostería). Se ubicará una marca para reconocerlo.

1.1.4 Reconocimiento Cultural: este ítem se refiere a cuan conocida es la expresión por parte de la población teniendo los siguientes puntos.

- **Plenamente aceptado:** Cuando la mayor parte de la población lo reconoce como parte de su cultura y tradición y es de uso generalizado.
- **Reconocido mayoritariamente por la población:** Cuando un porcentaje muy significativo de la población lo reconoce como parte de su cultura y tradición y no es necesariamente de uso generalizado.
- **Reconocido minoritariamente por la población:** Cuando una parte de la población lo reconoce como parte de su cultura y tradición y no es de uso generalizado.
- **En peligro de desaparición:** Cuando solo unos pocos reconocen la expresión como parte de su cultura y tradición y su uso se está perdiendo o se ha perdido completamente.

1.1.5 Procedencia de la receta: origen de esta.

1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes: se tendrá en cuenta el tipo (natural o procesado) y el origen de los ingredientes (del lugar, del país o importados).

1.1.7 Temporalidad: asiduidad con la que se consume o se elabora el plato (regular, temporal o especial), es decir el uso de la expresión en el tiempo.

- **Regular:** Cuando la expresión es utilizada de manera habitual o cotidiana.
- **Temporal:** Cuando la expresión es utilizada durante cierta época del año en la que la producción de uno o más de sus componentes tiene mayor volumen o está fuera de periodos de veda.
- **Especial:** Cuando la expresión es utilizada para ciertas fechas especiales o tiene un uso ritual.

1.2 Factores de elaboración y nutricionales: son los valores que describen las recetas o platos teniendo en cuenta factores de elaboración y nutrición.

1.2.1 Nivel de dificultad de elaboración: indica cuan complicada o minuciosa es la forma de elaboración de la receta. Aquí se estimará el nivel que den las respuestas a las preguntas de los entrevistados, como elaboradores o consumidores. Este factor debe ser en cualquier caso una visión media del total de entrevistados, utilizando el punto de percepción de la persona que elabora las fichas. El valor va desde muy bajo hasta muy alto, pasando por el bajo, regular, medio o alto.

1.2.2 Valor Nutricional del consumo: la nutrición es un punto muy importante para determinar el valor del consumo de cualquier ingesta y por tanto del que un plato o producto pueda tener como recurso turístico, pues se trata de que el visitante disponga de una información clara de lo que se consume y como se ha de consumir. Aquí se estimará el valor nutricional de cada plato o receta, en base a cada uno de sus ingredientes.

1.2.3 Tiempo de elaboración: se estimará el tiempo medio que se de cómo respuesta en las entrevistas a los consumidores y/ o elaboradores, acorde a la percepción del entrevistador. En este aspecto, así como también en el de la dificultad de elaboración también se puede tener en cuenta la información que se obtenga de las publicaciones consultadas.

2.- Recetario (codificación numérica 2): en este aspecto se ha de tratar la totalidad de información en torno a un plato o receta obtenida en el estudio de campo, así como los datos que se puedan sacar de diferentes publicaciones. En cualquier caso se trata

de describir el plato o receta detalladamente reflejando los aspectos más sobresalientes que lo describan. De esta forma cualquier persona que tenga acceso a las fichas podrá conocer el proceso de elaboración exacto para la obtención de los mejores resultados. Hay que tener en cuenta que aunque no lo parezca, los turistas pueden ver en una receta un tipo de souvenir tan valioso como una artesanía o similar, pues puede ser una forma sencilla de revivir experiencias de la visita al destino, siendo en este caso experiencias culinarias y alimenticias y por tanto culturales.

2.1 Número de Porciones: se estimará el número medio de porciones que se de como respuesta de los consumidores, por cada una de las veces que se elabora el plato y también los datos que se puedan obtener de otras fuentes.

2.2 Ingredientes, preparación, presentación y uso de utensilios especiales: ingredientes que intervienen en la preparación, sus cantidades expresadas en gramos, su modo de cocción y presentación, así como la utilización de cualquier utensilio especial requerido. Se trata de la parte más importante de la descripción de la receta. Se estimarán los ingredientes que se den mayoritariamente en las respuestas de los consumidores, así como su preparación y presentación. También se puede tener en cuenta los datos obtenidos por otras fuentes. Si existieran muchas diferencias en las respuestas en cuanto a la forma de elaboración y presentación o ingredientes, se pueden detallar en el apartado final de observaciones, pues este será un dato a tener en cuenta para determinar los cambios de las recetas en un mismo entorno geográfico de

no mucha extensión. La explicación de estos procesos será de la forma que determine el cumplimiento de la ficha, de acuerdo a su percepción, pero en cualquier caso deberá reflejar las respuestas y observaciones obtenidas de la forma más clara y concisa posible.

3.- Difusión: Se trata del nivel de penetración de la expresión culinaria dentro del contexto geográfico en cuestión. También las fuentes por las que se difunde y da a conocer la receta o plato.

3.1. Difusión.

Local: cuando la expresión es reconocida dentro del área de influencia de la población (cocina local según OMT)

Regional: cuando la expresión es reconocida dentro de una o varias regiones sin abarcar todo el territorio del país (cocina regional según OMT)

Nacional: cuando la expresión es reconocida en todo el país (cocina nacional según la OMT)

Internacional: cuando la expresión es reconocida fuera del territorio nacional y está posicionada como un referente de la cultura del país (cocina internacional según OMT).

3.2 Vías de difusión

Mercado turístico: cuando se utiliza la actividad turística y la integración en dicho mercado para difundir la cultura culinaria del lugar. Esto mediante cualquiera de las vías existentes.

Prensa local, regional y/ o nacional: cuando se inserta o ha insertado la gastronomía del lugar, y en este caso el plato o receta que se trata en la ficha en cualquier medio de prensa escrita.

Boca a boca (vía cultural): cuando la inserción y difusión del plato se hace simplemente mediante el boca a boca, que es la vía más accesible y corriente y por la que se pueden describir mejor ciertos aspectos de la cultura en general y de la gastronomía en particular.

Festival o festividad: cuando se da a conocer la receta mediante cualquier fiesta o festividad, ya sea esta de tipo general o gastronómico.

Formas de transmisión: indica como la expresión ha sido transmitida dentro de la comunidad hasta nuestros días.

Familiar: si se la transmitido de padres a hijos, fruto de una tradición familiar.

Boca a boca: si se ha transmitido en la calle, como un aspecto social más, entre vecinos, amigos, compañeros, etc.

Educación: si se ha transmitido en las escuelas, institutos o universidades, ya sea como parte de la formación adquirida o no.

Prensa escrita y libros de cocina: si se ha transmitido mediante libros de cocina, artículos de cultura o prensa, etc.

TV. y radio: si se ha transmitido mediante programas de difusión cultural en la TV. o radio o bien en programaciones de otro tipo en los que la cultura haya entrado de una u otra forma.

3.4 Uso comunal de la expresión: se trata de detallar brevemente como influye la expresión gastronómica dentro de la comunidad y su influencia dentro de sus tradiciones.

4. Comercialización: Se trata de las diferentes formas utilizadas para comercializar el plato o receta en cuestión si las hubiera.

4.1 Alcance: lo mismo que en el caso de la difusión.

4.2 Vías de comercialización: lo mismo que en el caso de la difusión, pero en este caso las opciones serán:

Restauración de la zona: si el plato o receta se comercializa u ofrece en los restaurantes, bares y cafeterías de la zona, en cuyo caso en observaciones lo relacionaremos con aquellos establecimientos que se hayan inventariado y que lo ofrezcan en su menú. Ello mediante el código de las fichas que se refieran a dichos establecimientos.

Puestos pequeños y carretas de comidas: si el plato o receta se comercializa u ofrece en los pequeños puestos de comidas o carretas de la zona. En este caso se hará lo mismo que en el anterior en observaciones.

Mercado local: si el plato o receta se comercializa en algún mercado de la localidad o zona, ya sea este sólo de alimentos o de otro tipo. En este caso también se procederá a incluir en observaciones los mismos datos que en los dos casos anteriores.

Festival o festividad: si el plato o receta se comercializa en la zona con motivo de algún festival gastronómico o de otro tipo o alguna festividad, ya sea esta de tipo local, regional, nacional o internacional. En este caso también se procederá a incluir en observaciones los mismos datos que anteriormente.

5.- Fuentes de información: Descripción de las fuentes por las que se ha obtenido la información sobre la receta o plato. Estas pueden ser varias, pero es conveniente que se citen cada una de las utilizadas, y si se trata de vecinos del lugar, empresarios, autoridades políticas, técnicos, etc.

6.- Observaciones: Este espacio está destinado para poner cualquier tipo de observación que se estime oportuna sobre la ficha, los aspectos, fuentes de información, etc.

INVENTARIO DE PLATOS Y RECETAS.

Ficha de Inventario Gastronómico N 4. Plato “El Greñoso”.

Encuestador	Camilo Andrade	Cod. Ficha	I.G-PL-JIP-001	Fecha	06/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Descripción del plato.

1.1 Factores Sociales y Culturales.

1.1.1 **Denominación:** GREÑOSO.

1.1.2 **Variación de denominación:** No aplica.

1.1.3 **Categoría:** Alimento.

1.1.4 **Reconocimiento cultural:** Plenamente Aceptado.

1.1.5 **Procedencia de la Receta:** Familiar (de antepasados).

1.1.6 **Tipo y procedencia de los ingredientes:** Originales del lugar.

1.1.7 **Temporalidad:** Especial.

1.2 Factores de elaboración y nutricionales.

1.2.1 **Nivel de dificultad elaboración:** Alto.

1.2.2 **Valor Nutricional de su consumo:** Medio

1.2.3 **Tiempo de elaboración en minutos:** 240 minutos (4 horas con maíz rayado y molido).

Fotos:

Bandeja de greñoso.



Porción de Greñoso



2. Recetario.

2.1 **Número de porciones:** 30 porciones.

2.2 **Ingredientes:**

- 8 mazorcas de maíz.
- 3 libras de pollo o gallina criolla.
- 1 libra de maní.
- 4 huevos.
- 1 cebolla colorada.
- sal, cilantro, comino, pimienta al gusto.
- ½ libra de pasas.

Preparación: Se hierve el maíz y se deja enfriar de un día para otro. Luego se lo raya y se lo muele. En otro recipiente se pone a hervir el pollo con todos los aliños y se le agrega el maní. Luego se saca el pollo se lo deshilacha y se lo vuelve a colocar al recipiente. De ahí se toma el maíz molido y se lo disuelve con el agua utilizada para hervir el pollo y se lo agrega al recipiente donde está el pollo. Se revuelve con una cuchara de palo hasta que espese y llegue a su punto. En un recipiente (bandeja rectangular) aparte se vierte la mezcla dejando enfriar, se la corta en cuadritos.

Presentación: Se adorna con huevos y pasas.

Utensilios especiales: Se utiliza el rayo para rayar el maíz y el molino para molerlo, se lo cocinaba anteriormente en vasija de barro.

3. Difusión.

3.1 **Alcance:** Mercado Local.

3.2 **Vías de difusión:** Boca a boca (vía cultural).

3.3 **Formas de transmisión:** Familiar.

3.4 **Uso comunal de la expresión:** Es importante para eventos particulares sean estos: velorios, matrimonios o otro tipo de reuniones sociales.

4. Comercialización.

4.1 **Alcance:** Mercado Local.

4.2 **Vías de Comercialización:** Festival o festividades.

5. Fuentes de Información.

La fuente de información más relevante y que nos supo informar sobre todo el proceso de este plato fue la Sra. Leonor Toala, quien fue recomendada por una docena de personas de Jipijapa a las que les preguntamos donde podíamos obtener el greñoso.

6. Observaciones.

Algo muy relevante de este plato es que no se lo encuentra fácilmente, solo se lo encuentra bajo pedido o es realizado en casa por amas de casa debido a la dificultad en su preparación. Debido a esto se lo elabora sólo para ocasiones especiales.

Este plato se lo come frío. Este plato tiene un exceso de hidrato de carbono.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 5.
Plato “Cebiche de pescado con maní”**

Encuestador	Paola Cañar	Cod. Ficha	I.G-PL-JIP-002	Fecha	6/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Descripción del plato.

1.1 Factores Sociales y Culturales.

1.1.1 Denominación: CEBICHE DE PESCADO CON MANÍ.

1.1.2 Variación de denominación: Cebiche.

1.1.3 Categoría: Alimento.

1.1.4 Reconocimiento cultural: Plenamente Aceptado.

1.1.5 Procedencia de la Receta: Familiar (de antepasados).

1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes: Originales del lugar.

1.1.7 Temporalidad: Regular.

1.2 Factores de elaboración y nutricionales.

1.2.1 Nivel de dificultad elaboración: Regular.

1.2.2 Valor Nutricional de su consumo: Alto

1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos: 60 minutos (1 hora).

Fotos:

Plato de Cebiche con maní acompañado de chifles.



Salsa de Maní.



2. Recetario.

2.1 Número de porciones: 30 porciones.

2.2 Ingredientes:

- 3 libras de pescado picudo blanco.
- 20 limones.
- 3 cebollas coloradas.
- cilantro, sal.
- mostaza, salsa de tomate.
- maní.

Preparación: Se pica en cuadritos el pescado crudo y luego se lava con agua hervida.

De ahí se le agrega sal y limón y se lo deja un rato. Luego se le agrega nuevamente agua hervida y ahí se deja el pescado. Inmediatamente se pica la cebolla y el cilantro.

En un plato se sirve el pescado que dejamos reposar y se adorna el plato con los ingredientes picados. Luego se le agrega el maní, la mostaza y salsa de tomate.

Presentación: Se sirve con chifles y/o aguacate.

Utensilios especiales: No aplica.

3. Difusión.

3.1 Alcance: Mercado Local.

3.2 Vías de difusión: Boca a boca (vía cultura).

3.3 Formas de transmisión: Familiar, Boca a boca.

3.4 Uso comunal de la expresión: Es de consumo regular por sus habitantes como almuerzo o a media mañana.

4. Comercialización.

4.1 Alcance: Mercado Local.

4.2 Vías de Comercialización: restauración de la zona, puestos pequeños y carretas de comida.

5. Fuentes de Información.

La fuente de información clave fue la Sra. Rosa Elena Vásquez de Castillo dueña del restaurante El Refugio muy conocido por los habitantes de Jipijapa.

6. Observaciones.

Este plato se lo encuentra en todas las cebicherías de Jipijapa. En algunas cebicherías se le agrega también aguacate.

El primero de enero es considerado por muchas cebicherías como el día de mayor venta del plato.

Este plato posee proteína por el ingrediente principal del plato que es el pescado.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 6.
Plato “Bollo”.**

Encuestador	Andrés Toranzos	Cod. Ficha	I.G-PL- JIP-003	Fecha	06/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Descripción del plato.

1.1 Factores Sociales y Culturales.

1.1.1 Denominación: BOLLO.

1.1.2 Variación de denominación: No aplica.

1.1.3 Categoría: Alimento.

1.1.4 Reconocimiento cultural: Plenamente Aceptado.

1.1.5 Procedencia de la Receta: Familiar (de antepasados).

1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes: Originales del lugar.

1.1.7 Temporalidad: Regular - fines de semana.

1.2 Factores de elaboración y nutricionales.

1.2.1 Nivel de dificultad elaboración: Alto.

1.2.2 Valor Nutricional de su consumo: Alto.

1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos: 1200 minutos (20 horas).

Fotos:

Bollo envuelto en la hoja de plátano.



Plato de Bollo.



2. Recetario.

2.1 **Número de porciones:** 20 bollos.

2.2 **Ingredientes:**

- 10 plátanos.
- 50 Hojas de plátano asadas.
- 100 tiras de mazapán.
- 1 libra de maní.
- $\frac{1}{2}$ libra de carne de chanco.
- Cebolla blanca y cilantro.
- sal, comino, achiote.
- manteca de chanco.

Preparación: Primero se raya el plátano y se lo deja en una bandeja. A continuación se muele el maní y se pica la cebolla blanca y el cilantro. También se pica en tiras la carne de chanco. Luego se maja la masa de plátano rayado y se incorpora el maní, todos los aliños y la manteca. Se deja el preparado a un lado y se ponen sobre la mesa de trabajo cinco hojas de plátano en forma de una cama. Encima de las hojas se aplica dos tazas del preparado de plátano rayado y sobre esto se agrega la carne de chanco (dependiendo del precio por cobrar se determina cuantos pedazos de carne se agrega). Una vez hecho esto se lo cierra y se lo amarra con una o dos tiras de mazapán. Así se hace hasta que se acabe la masa. Después en el horno de leña, se acomodan los Bollos para su respectivo horneado. Los bollos permanecen en el horno por 18 horas.

Presentación: Envuelto en una hoja de plátano.

Utensilios especiales: Un horno de leña. El rayo.

3. Difusión.

3.1 **Alcance:** Mercado Nacional.

3.2 **Vías de difusión:** Boca a boca (vía cultura).

3.3 **Formas de transmisión:** Familiar.

3.4 **Uso comunal de la expresión:** Sus habitantes lo consumen durante los domingos debido al largo proceso de preparación.

4. Comercialización.

4.1 **Alcance:** Mercado Regional.

4.2 **Vías de Comercialización:** Mercado Local.

5. Fuentes de Información.

La familia Ayón de Jipijapa es muy conocida en la zona por la elaboración de los bollos. Ellos mismos no dudaron en facilitarnos la información sobre este plato.

6. Observaciones.

Además de ser muy conocido en Jipijapa también se lo conoce nacional e internacionalmente.

El bollo se lo hace bajo pedido pero lo que no se llega a vender por pedido se oferta los domingos en el mercado.

También se hace bollo de pescado, para el cual se utiliza la Albacora.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 7.
Plato “La Natilla”**

Encuestador	Paola Cañar	Cod. Ficha	I.G-PL-JIP-004	Fecha	06/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Descripción del plato.

1.1 Factores Sociales y Culturales.

1.1.1 **Denominación:** NATILLA.

1.1.2 **Variación de denominación:** No aplica.

1.1.3 **Categoría:** Repostería.

1.1.4 **Reconocimiento cultural:** Plenamente Aceptado.

1.1.5 **Procedencia de la Receta:** Familiar (de antepasados).

1.1.6 **Tipo y procedencia de los ingredientes:** Originales del lugar e Importado de otros países.

1.1.7 **Temporalidad:** Regular.

1.2 Factores de elaboración y nutricionales.

1.2.1 **Nivel de dificultad elaboración:** Alto.

1.2.2 **Valor Nutricional de su consumo:** Bajo.

1.2.3 **Tiempo de elaboración en minutos:** 120 minutos (2 horas teniendo la masa de maíz rayada y molida).

Fotos:

Natilla en Exposición en el Mercado.



Plato de Natilla.



2. Recetario.

2.1 **Número de porciones:** 30 porciones.

2.2 **Ingredientes:**

- 10 mazorcas de maíz.
- 2 litros de leche.
- 1 cucharadita de canela.
- 2 libras de azúcar.
- Esencia de vainilla.
- ½ libra de pasas.

Preparación: Se pela y se pone a hervir el maíz se deja enfriar de un día para otro. Luego se raya y se muele el maíz. Una vez hecho esto se le agrega la leche ya cernida y se le agrega el azúcar y la canela. Se revuelve con una cuchara de palo hasta que el azúcar este disuelta. La mezcla se pone a hervir a fuego lento hasta que llegue a su punto de ebullición y este totalmente espesa. En ese momento se agregan pasas a la mezcla. En este punto, hay dos opciones. La primera es esparcir la mezcla en una bandeja y dejar que se enfríe. La segunda es echar la mezcla en hojas de plátano, cerrarlas y amararlas dándole una forma rectangular.

Presentación: Envuelto en una hoja de plátano.

Utensilios especiales: Se utiliza el rayo para rayar el maíz y el molino para molerlo.

3. Difusión.

3.1 **Alcance:** Mercado Local.

3.2 **Vías de difusión:** Boca a boca (vía cultura).

3.3 **Formas de transmisión:** Familiar.

3.4 **Uso comunal de la expresión:** es un plato preparado par ocasiones especiales como: matrimonios, cumpleaños, reuniones familiares entre otras reuniones importantes.

4. Comercialización.

4.1 **Alcance:** Mercado Local.

4.2 **Vías de Comercialización:** Mercado Local.

5. Fuentes de Información.

Nuestra fuente de información fue la Sra. Leonor Toala quién tuvo la amabilidad de dejarnos degustar de este plato y informar sobre la elaboración del mismo.

6. Observaciones

Este plato se lo encuentra también de venta en el mercado municipal solo los domingos.

Es considerado un “plato mestizo” por el uso de la leche como uno de sus ingredientes. Este producto fue traído al continente por los europeos.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 8.
Plato “Tortillas de Maíz”.**

Encuestador	Camilo Andrade	Cod. Ficha	I.G-PL-JIP-005	Fecha	06/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Descripción del plato.

1.1 Factores Sociales y Culturales.

1.1.1 Denominación: TORTILLAS DE MAÍZ.

1.1.2 Variación de denominación: Tortillas de Sancan.

1.1.3 Categoría: Repostería.

1.1.4 Reconocimiento cultural: Plenamente Aceptado.

1.1.5 Procedencia de la Receta: Familiar (de antepasados).

1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes: Originales del lugar.

1.1.7 Temporalidad: Regular.

1.2 Factores de elaboración y nutricionales.

1.2.1 Nivel de dificultad elaboración: Bajo.

1.2.2 Valor Nutricional de su consumo: Bajo

1.2.3 Tiempo de elaboración en minutos: 60 minutos (1 hora teniendo la masa de maíz rayado y molida).

Fotos:

Tortillas de maíz antes de ser puestas en el horno.



Tortillas de Maíz.



2. Recetario.

2.1 Número de porciones: 40 porciones.

2.2 Ingredientes:

- 10 mazorcas de maíz.
- 1 libra de queso.
- 1 libra de manteca.
- 2 huevos.
- 1 cucharadita de sal.
- $\frac{1}{2}$ de mantequilla.

Preparación:

Se hierve el maíz se deja enfriando de un día para otro y luego se raya y se lo muele. Luego se le agrega sal, mantequilla, huevo, manteca y un poquito de agua. Se amasa bien hasta que queden en su punto y después se procede hacer las tortillas ubicándoles queso o chicharrón de carne y después se le ubica en el horno para hacer su respectivo horneado.

Presentación: No aplica.

Utensilios especiales: El rayo y horno convencional a gas.

3. Difusión.

3.1 Alcance: Mercado Regional.

3.2 Vías de difusión: Prensa Local y Nacional, Mercado Turístico y Boca a boca (vía cultura).

3.3 Formas de transmisión: Familiar.

3.4 Uso comunal de la expresión: Este plato es muy conocido como las tortillas de Sancan debido a que se preparan y venden en la zona. La comuna se encuentra ubicada en la carretera Portoviejo-Jipijapa-Guayaquil por lo que la venta de este producto es de vital importancia económica para la subsistencia de muchas familias del sector.

4. Comercialización.

4.1 Alcance: Mercado Regional.

4.2 Vías de Comercialización: Mercado Local, y puestos pequeños y carretas de comidas.

5. Fuentes de Información.

Se obtuvo información del Sr. Antonio Pilay tesorero de la asociación de comerciantes de tortillas de maíz de la comuna de Sancan.

6. Observaciones.

Estas tortillas las encontramos a la venta mayormente en la comuna de Sancan, pero también en el mercado municipal de Jipijapa.

En la zona de Sancan encontramos 45 puestos en la carretera. Tienen en esta labor 14 años y desde hace 2 meses 20 puestos han decidido asociarse. Así mismo se venden tortillas de yuca en menor proporción.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 9.
Plato “Café”.**

Encuestador	Andrés Toranzos	Cod. Ficha	I.G-PL-JIP-006	Fecha	06/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Descripción del plato.

1.1 Factores Sociales y Culturales.

1.1.1 **Denominación:** CAFÉ.

1.1.2 **Variación de denominación:** Café Arábigo.

1.1.3 **Categoría:** Bebida.

1.1.4 **Reconocimiento cultural:** Plenamente Aceptado.

1.1.5 **Procedencia de la receta:** Familiar (de antepasados).

1.1.6 **Tipo y procedencia de los ingredientes:** Originales del lugar.

1.1.7 **Temporalidad:** Regular.

1.2 Factores de elaboración y nutricionales.

1.2.1 **Nivel de dificultad elaboración:** Bajo.

1.2.2 **Valor Nutricional de su consumo:** Bajo.

1.2.3 **Tiempo de elaboración en minutos:** 15 a 20 minutos (depende de la cantidad de agua).

Fotos:

Café recién pasado.



Café recién pasado con cafetera.



2. Recetario.

2.1 Número de porciones: 10 tazas.

2.2 Ingredientes:

- 1 taza de café de pasar.
- 10 tazas de agua.

Preparación: En una cafetera eléctrica se coloca el café en el dispensador y el agua en la parte del envase. Automáticamente se tiene el café listo y caliente.

Presentación: No aplica.

Utensilios especiales: Una cafetera para pasar el café.

3. Difusión.

3.1 Alcance: Mercado Nacional.

3.2 Vías de difusión: Boca a boca (vía cultura), Prensa Local y Nacional, Festival o festividad.

3.3 Formas de transmisión: Educación.

3.4 Uso comunal de la expresión: A pesar de que Jipijapa fue el primer productor de café, a finales de los noventa el precio del café cayó dramáticamente lo que causó que muchas personas abandonen los cultivos y se dedicaran a otros productos agrícolas.

4. Comercialización.

4.1 Alcance: Mercado Regional.

4.2 Vías de Comercialización: Mercado Local.

5. Fuentes de Información.

El Sr. Bolívar Mendoza dedicado al negocio cafetero y reconocido por el Municipio por su labor, fue la persona que nos informó sobre la producción de café y la venta de este producto. Además de vender su propio café bajo la marca “Bolívar” que se lo proveen productores de la zona, desde hace algunos años viene tratando de que el campesino se interese nuevamente en el cultivo exclusivo del mismo.

6. Observaciones.

En el Terminal Terrestre de Jipijapa puede encontrarse el puesto del Sr. Bolívar Mendoza donde es el único que se dedica a la venta de este producto.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

Después de ser inventariado los platos típicos de la zona de estudio, se procede a inventariar la planta. Se considera dentro del inventario solo a la parte de la planta turística alimenticia que elabora e incluye en su oferta a los platos típicos.

A continuación se presenta la explicación de la ficha de planta, según se menciona en la Metodología para el inventario de atractivos gastronómicos. La ficha de planta se encuentra en el Capítulo I, Tabla V.

FICHA DE PLANTA:

Como su propio nombre indica, esta ficha se utilizará para inventariar la planta en la que se ofrece los productos y platos previamente incluidos en el estudio. Se trata de tener una base de datos lo suficientemente amplia de la oferta gastronómica del lugar y que represente a la mayoría de establecimientos, o al menos intuya su perfil. Es necesario aclarar aquí que en ningún caso se intentará llevar a cabo un inventario pormenorizado de establecimientos, ni que tampoco se tendrán en consideración todos los aspectos que se deberían estudiar si de ese tipo de investigación se tratara.

En cualquier caso se tratará de establecimientos de **comida típica** y se observarán aspectos como el tipo (apartado 1.4) y la categoría (apartado 1.5), para lo cual se han tomado como factores a estudiar u opciones a revisar, las que de por sí se contemplan en el catastro del Guayas y Manabí. Aquí también se han añadido la tipología de

kioscos y carretas de comida, debido al protagonismo cultural que se le intuye e importancia en cuanto a su oferta.

Otros factores de estudio serían el número de mesas (1.12), plazas (1.13) y personal en cuanto a número de empleados (2.1) y su formación (2.2).

Finalmente se analizará el menú que ofrece, poniendo especial atención a su precio medio y a la oferta de platos o productos que ya hayan sido inventariados, para lo cual existe una casilla para apuntar su código.

Para concluir, en el apartado de observaciones se podrán contemplar todos aquellos datos que tengamos como importantes y que no se han podido reflejar en ninguna parte de la ficha. Tal es el caso de los servicios complementarios que ofrece el establecimiento y en el caso de kioscos o carretas, el nombre de la asociación que las representa y el número aproximado de miembros.

Para determinar el número total de establecimientos a inventariar, se dependerá de la amplitud de la zona. En este sentido se aconseja consultar en censo total y tratar de captar un perfil de la planta en cuanto a tipos y número de locales, para decidir posteriormente un número que sea representativo. También se puede tomar en consideración otros factores obtenidos a través de las entrevistas, como sea su demanda entre el público objetivo al cual se ha entrevistado. Ni que decir tiene que

dentro de este público objetivo resaltaré aquel que esté considerado turístico, y que por lo tanto esté dentro del mercado que nuestra investigación trata de estudiar.

FICHA DE INVENTARIO DE LA PLANTA.

Ficha de Inventario Gastronómico N 10. Planta "EU LUNCH".

Encuestador	Camilo Andrade	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-001	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

- 1.1 **Nombre:** EU LUNCH.
- 1.2 **Dirección:** Colón, y Párreles y Guale.
- 1.3 **Teléfono:** No aplica.
- 1.4 **Tipo:** Restaurante.
- 1.5 **Categoría:** Cuarta.
- 1.6 **E-mail:** No aplica.
- 1.7 **Propietario:** Sra. Rosa Castillo y el Sr. Cristóbal Morán.
- 1.8 **Contacto:** Sr. Cristóbal Morán.
- 1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 5 años.
- 1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación solo mariscos.
- 1.11 **Precio promedio:** \$1.
- 1.12 **N. de mesas:** 10.
- 1.13 **N. de plazas:** 80 personas.

2. Personal.

- 2.1 **Número de empleados:** 4.
- 2.2 **Formación:** Secundaria.

Foto:

Restaurante “Eu Lunch”.



3. Menú disponible.

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP.</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní.	\$1.00	I.G-PL-JIP-002.

4. Observaciones.

Para realizar el cebiche utilizan pescado picudo pero blanco.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 11.
Planta “El Refugio 2”.**

Encuestador	Paola Cañar	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-002	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

1.1 **Nombre:** CEBICHERÍA “EL REFUGIO 2”.

1.2 **Dirección:** Alejo Lascano y Montalvo.

1.3 **Teléfono:** 2602315.

1.4 **Tipo:** Restaurante.

1.5 **Categoría:** Cuarta.

1.6 **E-mail:** No aplica.

1.7 **Propietario:** Sr. Félix Castillo.

1.8 **Contacto:** José Castillo (hijo).

1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 3 años.

1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación solo mariscos.

1.11 **Precio promedio:** \$2.

1.12 **N. de mesas:** 18.

1.13 **N. de plazas:** 60 personas.

2. Personal.

2.1 **Número de empleados:** 7.

2.2 **Formación:** Secundaria.

Foto:

Cebichería “El Refugio 2”.

**3. Menú disponible.**

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP.</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní.	\$1.00	I.G-PL-JIP-002.
Cebiche de camarón.	\$4.00	
Cebiche de pulpo.	\$3.00	
Cebiche de concha.	\$4.00	
Cebiche mixto (camarón y pescado).	\$3.00	
Pescado frito.	\$3.50	
Pescado apanado.	\$3.50	
Sopa marinera.	\$6.00	
Caldo de camarón.	\$4.00	
Ensalada de langosta.	\$10.00	

4. Observación.

Este restaurante tiene mucha acogida dentro del cantón.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 12.
Planta “El Refugio”.**

Encuestador	Andrés Toranzos	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-003	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

- 1.1 **Nombre:** CEBICHERÍA “EL REFUGIO”.
- 1.2 **Dirección:** Alejo Lascano y Montalvo.
- 1.3 **Teléfono:** 2602315.
- 1.4 **Tipo:** Restaurante.
- 1.5 **Categoría:** Cuarta.
- 1.6 **E-mail:** No aplica.
- 1.7 **Propietario:** Sr. Félix Castillo.
- 1.8 **Contacto:** Sra. Rosa Elena de Castillo (esposa).
- 1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 25 años.
- 1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación solo mariscos.
- 1.11 **Precio promedio:** \$2.
- 1.12 **N. de mesas:** 10.
- 1.13 **N. de plazas:** 50 personas.

2. Personal.

- 2.1 **Número de empleados:** 7.
- 2.2 **Formación:** Secundaria.

Foto:

Cebichería “El Refugio”.



3. Menú disponible.

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP.</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní.	\$1.00	I.G-PL-JIP-002.
Cebiche de Camarón.	\$4.00	
Cebiche de pulpo.	\$3.00	
Cebiche de concha.	\$4.00	
Cebiche mixto (camarón y pescado).	\$3.00	
Pescado frito.	\$3,50	
Pescado apanado.	\$3,50	
Sopa marinera.	\$6.00	
Caldo de camarón.	\$4.00	
Ensalada de langosta.	\$10.00	

4. Observaciones.

Son dueños también de la Cebichería Refugio 2.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 13.
Planta “Sultana del Café”.**

Encuestador	Camilo Andrade	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-004	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

1.1 **Nombre:** CEBICHERÍA “SULTANA DEL CAFÉ”.

1.2 **Dirección:** Ricaurte y Sucre esquina.

1.3 **Teléfono:** No aplica.

1.4 **Tipo:** Kiosko de comida.

1.5 **Categoría:** Cuarta.

1.6 **E-mail:** No aplica.

1.7 **Propietario:** Sr. Camilo Indio.

1.8 **Contacto:** Sra. Rosa Indio (hermana).

1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 8 días.

1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación.

1.11 **Precio promedio:** \$1.25 – \$1.50.

1.12 **N. de mesas:** 5.

1.13 **N. de plazas:** 20 personas.

2. Personal.

2.1 **Número de empleados:** 2.

2.2 **Formación:** Secundaria.

Foto:

Cebichería “Sultana del Café”.

**3. Menú disponible.**

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní.	\$1.25 ó \$1.50	I.G-PL-JIP-002.

4. Observaciones.

Solo venden cebiche de pescado.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 14.
Planta “Casa Vieja”.**

Encuestador	Paola Cañar	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-005	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

1.1 **Nombre:** RESTAURANTE “CASA VIEJA”.

1.2 **Dirección:** Entre Bolívar y Ricaurte esquina.

1.3 **Teléfono:** No aplica.

1.4 **Tipo:** Restaurante.

1.5 **Categoría:** Cuarta.

1.6 **E-mail:** No aplica.

1.7 **Propietario:** Sr. Héctor Burbano.

1.8 **Contacto:** Sra. Sandra Alaba (esposa).

1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 9 meses.

1.10 **Servicios disponibles:** Almuerzos y meriendas.

1.11 **Precio promedio:** \$1 – \$1.25.

1.12 **N. de mesas:** 14.

1.13 **N. de plazas:** 56 personas.

2. Personal.

2.1 **Número de empleados:** 3.

2.2 **Formación:** Secundaria.

Foto:

Restaurante “Casa Vieja”.



3. Menú disponible.

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní.	\$1 – \$1.25	I.G-PL-JIP-002.

4. Observaciones.

Venden el cebiche de pescado pero no todos los días.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 15.
Planta “El Oasis”.**

Encuestador	Andrés Toranzos	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-006	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

- 1.1 **Nombre:** CEBICHERÍA “EL OASIS”.
- 1.2 **Dirección:** 9 de Octubre y Mejía.
- 1.3 **Teléfono:** No aplica.
- 1.4 **Tipo:** Restaurante.
- 1.5 **Categoría:** Cuarta.
- 1.6 **E-mail:** No aplica.
- 1.7 **Propietario:** Sra. Fresia García.
- 1.8 **Contacto:** Sra. Fresia García.
- 1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 3 años.
- 1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación solo mariscos.
- 1.11 **Precio promedio:** \$1.00.
- 1.12 **N. de mesas:** 8.
- 1.13 **N. de plazas:** 40 personas.

2. Personal.

- 2.1 **Número de empleados:** 2.
- 2.2 **Formación:** Secundaria.

Foto:

Cebichería “El Oasis”.



3. Menú disponible.

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní.	\$1.00	I.G-PL-JIP-002

4. Observaciones.

Por las tardes vende cervezas.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 16.
Planta “Pepito # 3”.**

Encuestador	Camilo Andrade	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-007	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

- 1.1 **Nombre:** CEBICHERÍA “PEPITO # 3”.
- 1.2 **Dirección:** Colón y Mejía.
- 1.3 **Teléfono:** 2600411.
- 1.4 **Tipo:** Restaurante.
- 1.5 **Categoría:** Cuarta.
- 1.6 **E-mail:** No aplica.
- 1.7 **Propietario:** Sr. Luis Gutiérrez.
- 1.8 **Contacto:** Sra. Dolores Ciro (esposa).
- 1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 12 años.
- 1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación solo mariscos.
- 1.11 **Precio promedio:** \$1.25.
- 1.12 **N. de mesas:** 7.
- 1.13 **N. de plazas:** 48 personas.

2. Personal.

- 2.1 **Número de empleados:** 4.
- 2.2 **Formación:** Secundaria.

Foto:

Cebichería “Pepito #3”.



3. Menú disponible.

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní.	\$1.25	I.G-PL-JIP-002.

4. Observaciones.

Al cebiche se lo sirve con chifles.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 17.
Planta “Jair”.**

Encuestador	Paola Cañar	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-008	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

- 1.1 **Nombre:** CEBICHERÍA “JAIR”.
- 1.2 **Dirección:** Montalvo y Alejo Lascano.
- 1.3 **Teléfono:** 2600017.
- 1.4 **Tipo:** Restaurante.
- 1.5 **Categoría:** Cuarta.
- 1.6 **E-mail:** No aplica.
- 1.7 **Propietario:** Sr. Pincay.
- 1.8 **Contacto:** Sr. Pincay.
- 1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 13 años.
- 1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación solo mariscos.
- 1.11 **Precio promedio:** \$2.
- 1.12 **N. de mesas:** 10.
- 1.13 **N. de plazas:** 50 personas.

2. Personal.

- 2.1 **Número de empleados:** 2.
- 2.2 **Formación:** Superior.

Foto:

Cebichería “Jair”.



3. Menú disponible.

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní y aguacate.	\$2.00	I.G-PL-JIP-002.
Sopa marinera.	\$6.50	

4. Observaciones.

Los precios incluyen cola.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 18.
Planta “Lucas”.**

Encuestador	Andrés Toranzos	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-009	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

1.1 **Nombre:** CEBICHERÍA “LUCAS”.

1.2 **Dirección:** Bolívar y Cotopaxi.

1.3 **Teléfono:** 2602525.

1.4 **Tipo:** Restaurante.

1.5 **Categoría:** Cuarta.

1.6 **E-mail:** No aplica.

1.7 **Propietario:** Sr. Marcos Lucas.

1.8 **Contacto:** Sr. Marcos Lucas.

1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 10 años.

1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación solo mariscos.

1.11 **Precio promedio:** \$2.

1.12 **N. de mesas:** 6.

1.13 **N. de plazas:** 20 personas.

2. Personal.

2.1 **Número de empleados:** 4.

2.2 **Formación:** Secundaria y Superior.

Foto:

Cebichería “Lucas”.

**3. Menú disponible.**

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado.	\$2.00	I.G-PL-JIP-002
Cebiche de concha.	\$2.00	
Cebiche de camarón.	\$2.00	

4. Observaciones.

Al cebiche se lo sirve con patacones pero sin maní, se lo deja a elección del cliente.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 19.
Planta “Mar Will’s”.**

Encuestador	Camilo Andrade	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-010	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

- 1.1 **Nombre:** CEBICHERÍA “MAR WILL’S”.
- 1.2 **Dirección:** Sucre y Guayas.
- 1.3 **Teléfono:** No aplica.
- 1.4 **Tipo:** Restaurante.
- 1.5 **Categoría:** Cuarta.
- 1.6 **E-mail:** No aplica.
- 1.7 **Propietario:** Sr. Marlon Piyasagua.
- 1.8 **Contacto:** Sr. Marlo Piyasagua (dueño).
- 1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 3 años.
- 1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación solo mariscos.
- 1.11 **Precio promedio:** \$1.
- 1.12 **N. de mesas:** 10.
- 1.13 **N. de plazas:** 45 personas.

2. Personal.

- 2.1 **Número de empleados:** 5.
- 2.2 **Formación:** Secundaria.

Foto:

Cebichería “Mar Will’s”.



3. Menú disponible.

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní.	\$1.00	I.G-PL-JIP-002

4. Observaciones.

Al cebiche se lo sirve con chifles.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 20.
Planta “Los Negritos”.**

Encuestador	Camilo Andrade	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-011	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

1.1 **Nombre:** CEBICHERÍA “LOS NEGRITOS”.

1.2 **Dirección:** Víctor Manuel y Sucre.

1.3 **Teléfono:** No aplica.

1.4 **Tipo:** Restaurante.

1.5 **Categoría:** Cuarta.

1.6 **E-mail:** No aplica.

1.7 **Propietario:** Sr. Luís Alfonso Chong.

1.8 **Contacto:** Sr. Luís Alfonso Chong (dueño).

1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 2 años.

1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación solo mariscos.

1.11 **Precio promedio:** \$1.25

1.12 **N. de mesas:** 6.

1.13 **N. de plazas:** 27 personas.

2. Personal.

2.1 **Número de empleados:** 4.

2.2 **Formación:** Secundaria.

Foto:

Cebichería “Los Negritos”.



3. Menú disponible.

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní.	\$1.25	I.G-PL-JIP-002

4. Observaciones.

Al cebiche se lo sirve con chifles y aguacate si desea el cliente.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

**Ficha de Inventario Gastronómico N 21.
Planta “Kiosco Doña Juana”.**

Encuestador	Camilo Andrade	Cod. Ficha	I.G-PT-JIP-012	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos del establecimiento.

1.1 **Nombre:** KIOSCO “DOÑA JUANA”.

1.2 **Dirección:** 9 de Octubre.

1.3 **Teléfono:** No aplica.

1.4 **Tipo:** Kiosco de comida.

1.5 **Categoría:** Cuarta.

1.6 **E-mail:** No aplica.

1.7 **Propietario:** Sra. Juana Cañarte.

1.8 **Contacto:** Sra. Juana Cañarte (dueña).

1.9 **Tiempo de funcionamiento:** 3 años.

1.10 **Servicios disponibles:** Alimentación solo mariscos.

1.11 **Precio promedio:** \$0.60 - \$1

1.12 **N. de mesas:** 1.

1.13 **N. de plazas:** 7 personas.

2. Personal.

2.1 **Número de empleados:** 3.

2.2 **Formación:** Secundaria.

Foto:

Kiosco “Doña Juana”.



3. Menú disponible.

<i>Nombre del plato.</i>	<i>PVP</i>	<i>Cod. De ficha I.G.</i>
Cebiche de pescado con maní.	\$0.60 - 1.00	I.G-PL-JIP-002

4. Observaciones.

Al cebiche se lo sirve con chifles.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

El último punto a inventariar son los mercados. Se considera solo a los mercados donde se elabora e incluye en su oferta a platos típicos

A continuación se presenta la explicación de la ficha de Fiestas Festivales y Mercados, según se menciona en la Metodología para el inventario de atractivos gastronómicos. La ficha se encuentra en el Capítulo I, Tabla VI

FICHA DE FIESTAS, FESTIVALES Y MERCADOS:

Esta ficha trata de contemplar una de las opciones que tiene el mercado para potenciar y comercializar la oferta gastronómica, diversificando así su economía. Se trata de destacar las ferias, los festivales y los mercados como acontecimientos culturales (dentro de su entorno cultural local) y puntos de referencia de la cultura alimenticia del lugar.

En el caso de las fiestas y festividades, se trata de dar a conocer su sentido y de que forma estos acontecimientos se relacionan con la gastronomía local, ya sea de una u otra forma e independientemente de su temporalidad. Factor este que forma parte de la ficha (periodicidad 1.4)

Si se trata de mercados, hay que señalar que en cualquier caso deberán ser mercados en los que la alimentación tenga un papel preponderante, ya sea por venta de productos de abastecimiento local y foráneo, como un punto de oferta y venta de gastronomía local.

Finalmente existe la posibilidad de festivales celebrados para promocionar o vender algún tipo de producto agroalimentario con protagonismo en la región. Por ejemplo la feria del cangrejo en Naranjal o la de la cereza en la zona cercana a Playas. Ni que decir tiene que este tipo de evento tiene un marcado carácter social, promocional y comercial, razón por la que deberá ser observado con mayor detenimiento que una festividad o un mercado, pues además su celebración querrá decir que en esta localidad existe un abastecimiento mayoritario del producto en cuestión.

Para concluir, los aspectos finales a completar en la ficha serían los grupos participantes, en el apartado 1.11 (vecinales, de acción local, de acción cantonal o regional), la variedad de los productos ofertados, en el pto. 1.12 (sobre todo en el caso de los mercados), la motivación (1.15), la transmisión social del evento (1.16) y la transformación que este ha experimentado en las últimas fechas (1.17).

Otros aspectos serían la descripción del programa (1.13), sobre todo en lo referente a la gastronomía, y el sentido o uso comunal y social que se le de a la celebración (1.14).

En esta ficha también existe un apartado de observaciones, en el que el investigador podrá plasmar todos esos aspectos que no se han contemplado directamente en la ficha, pero que no obstante tienen importancia para el estudio.

FICHA DE INVENTARIO DE FIESTAS, FESTIVIDADES Y MERCADOS.

Ficha de Inventario Gastronómico N 22. Mercado “Municipal de Jipijapa”.

Encuestador	Andrés Toranzos	Cod. Ficha	I.G-FM-JIP-001	Fecha	07/10/07
Provincia	Manabí	Cantón	Jipijapa	Parroquia	Jipijapa

1. Datos de la celebración.

1.1 **Nombre:** MERCADO MUNICIPAL.

1.2 **Emplazamiento:** 9 de octubre y Colón.

1.3 **Tipo:** Mercado.

1.4 **Periodicidad:** Diario.

1.5 **Fecha de celebración:** No aplica.

1.6 **Organizador:** La Municipalidad de Jipijapa.

1.7 **Teléfono:** No aplica.

1.8 **Contacto:** No aplica.

1.9 **Servicios disponibles:** Venta de carne, pollo, lácteos, frutas, vegetales.

1.10 **Instalaciones existentes:** Puestos y comedores.

Fotos:

Fachada del Mercado Municipal de Jipijapa.



Comedores dentro del Mercado Municipal.



1.11 **Grupos participantes:** Grupo de acción local: Productores, dueños de los puestos.

1.12 **Variedad de los productos (mercados):** Productos agrícolas: Vegetales, frutas, legumbres.

Alimentos procesados: Pan, enlatados, harinas, embutidos.

Degustación de platos: Comedores de almuerzos y batidos.

Otros productos alimenticios: Cárnicos, lácteos.

Otros productos no alimenticios: Escobas, DVDs, CDS, cabina telefónica, ferretería, ropa, medicinas, artículos varios.

1.13 **Descripción del programa (festividades y festivales):** No aplica.

1.14 **Sentido o uso Comunal/Social que se le da a la celebración:** No aplica

1.15 **Motivación:** No aplica.

1.16 **Transmisión social de la celebración:** No aplica.

1.17 **Transformación que ha tenido la expresión cultural en las últimas fechas:**
No aplica.

2. Observaciones

En este mercado se expende toda clase de productos y utensilios muy útiles para los Jipijapenses.

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

5.2 ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA DEL SECTOR: ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.

La Planta Turística de una zona de estudio está conformada por el conjunto de servicios que se venden a los turistas, con el fin de satisfacer sus necesidades. Según las categorías reconocidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador, estas se dividen en las siguientes categorías:

- Alojamiento
- Alimentación
- Esparcimiento
- Otros Servicios.

Como se puede observar en la tabla XXXIX, de Inventario del Equipamiento Turístico del Ministerio de Turismo se puede observar que las cuatro categorías principales se dividen en tipos y subtipos. En este estudio se analizará el sector de la alimentación de Jipijapa. En el sector de la alimentación se considera a los restaurantes y las cafeterías y los bares.

TABLA XXXIX. INVENTARIO DEL EQUIPAMIENTO TURÍSTICO.

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	
1. Alojamiento	Hotelero	* Hoteles	
		* Hosterías y Posadas	
		* Moteles	
		* Pensiones	
		* Aparthotel	
		* Condominios (Unidades o Conjuntos)	
	Extra Hotelero	* Camping	
		* Albergues	
		* Camas en Casas de familia	
		* Viviendas en alquiler de casas en casas de departamentos	
		* Viviendas en alquiler en casas y cabañas	
		* Trailer Park	
2. Alimentación	Restaurantes		
	Cafeterías y Bares		
3. Esparcimiento	Inst. Deportivas		
		* Balnearios Creados	
	Night Club (Discotecas y Bares)		
	Casino y otros juegos de azar		
	Cines y teatros		
	Clubes deportivos		
	Parques Temáticos		
	Otros espectáculos públicos (toros, peleas de gallos, rodeos)		
	4, Otros Servicios	Agencias de Viajes	
		Transporte Turístico	
		Información al Turista	
			* Oficina de Información
		* Servicios de Guías	
Comercios Turísticos			
Cambio de Moneda y Bancos			
Dotaciones para Congresos y Convenciones			
Primeros Auxilios			
Guarderías			
Estacionamientos			

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2005.

Según el Inventario de establecimientos Turístico del Cantón Jipijapa realizado por la Municipalidad de Jipijapa en conjunto con el Ministerio de Turismo del Ecuador, el cantón dispone de los siguientes establecimientos alimenticios como se puede ver a continuación: (Ver tabla XL).

TABLA XL. TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS Y CAPACIDAD EN JIPIJAPA

Tipos de Establecimientos de Alimentación	Total de Establecimientos	Total Plazas	Total Mesas
Comedores	37	461	103
Kioscos.	2	20	8
Fuente de Soda	1	40	10
Heladerías	2	25	8
Asaderos	2	78	15
Bares	4	63	23
Barras Bares	14	313	101
Cebicherías	24	475	120
Restaurantes	11	276	66
Parrilladas	2	40	11
Soda Bar.	5	65	40

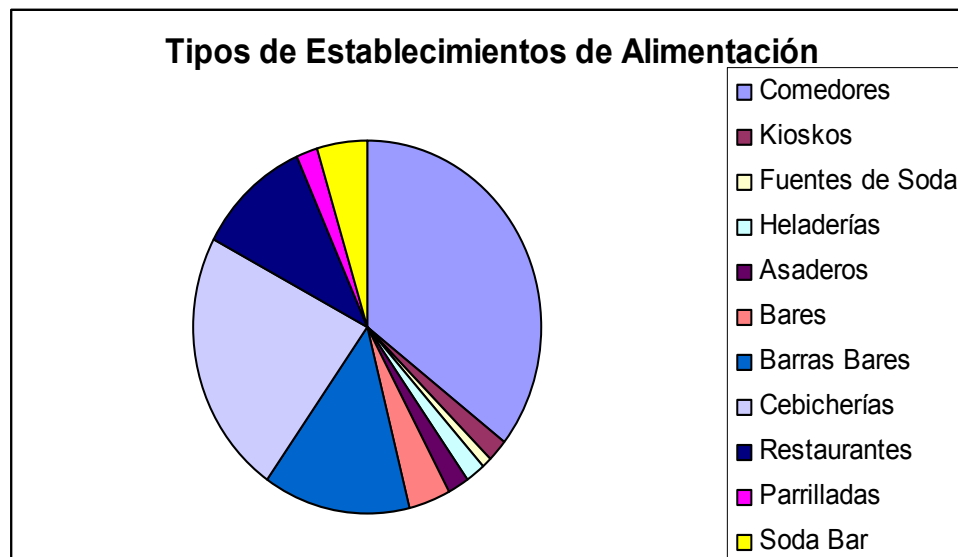
Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

En el Inventario de Establecimientos Turístico de Jipijapa se ha ido un paso más allá de la división original del Ministerio de Turismo, y se ha subdividido restaurantes y cafeterías y bares. Como se puede observar en la tabla XL, la ciudad de Jipijapa cuenta con una variedad de establecimientos de alimentación entre los que sobresalen: Comedores, Kioscos, Fuentes de Soda, Heladerías, Asaderos, Bares, Cebicherías, Restaurantes, Parrilladas y Soda Bares.

Los establecimientos de alimentos y bebidas que se han analizado en este estudio es donde se ofertan los platos típicos de Jipijapa los mismos que fueron inventariados anteriormente. De los cinco platos típicos considerados alimentos y repostería, cuatro de ellos: Bollo, natilla, tortillas de maíz y greñoso, no se ofertan en los establecimientos de alimentos y bebidas de Jipijapa. Estos platos sólo se consiguen bajo pedido con ciertas familias de la zona en el caso de la natilla, greñoso y bollo. En cambio las tortillas se encuentran a las afueras de Jipijapa en kioscos en la carretera a la altura del poblado de Sancan. Una vez explicado este detalle, los únicos establecimientos que se han analizado son en los que expenden el cebiche de pescado con maní, ya que es el único plato que se comercian en estos establecimientos en Jipijapa.

Los establecimientos que se dedican a la venta del cebiche con pescado y maní son conocidos en Jipijapa como cebicherías. Algunos de los establecimientos sólo ofertan este plato mientras que otros ofertan también una variedad de platos con mariscos. Este plato es muy aceptado por la población y debido a esto en Jipijapa se encuentran 24 cebicherías según el Inventario de Establecimientos Turísticos del cantón Jipijapa como se puede apreciar en la figura 19.

FIGURA 19. ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN JIPIJAPA



Fuente: Elaboración propia, octubre del 2007.

De las 24 cebicherías que venden el único de los platos típicos inventariados, sumadas todas las plazas tienen una capacidad de 523 plazas. También se observa que la categoría asignada por el Ministerio de Turismo es la “sexta”. (Ver tabla XLI). Aquí se localiza una discrepancia ya que en las fichas de inventario la calificación asignada a los establecimientos de alimentación fue la de “cuarta”, siguiendo la categorización del Ministerio de Turismo, la cual jerarquiza a los establecimientos de alimentos y bebidas de primera a cuarta. Lamentablemente no hay una explicación del porque de esta categorización con los establecimientos de alimentos en Jipijapa. Se deduce que se ha cometido un error en cuanto a la categorización en el Inventario del Ministerio de Turismo con la Municipalidad de Jipijapa. Sin embargo, en las fichas de inventario gastronómico no se puede cometer ese mismo error por lo que siguiendo lo establecido en la jerarquización del Ministerio se asignó a los

establecimientos inventariados la calificación de “cuarta” pese a ser inferior y no cumplir los requisitos que establece esa categorización.

En el Mercado Municipal también se encontró establecimientos que ofrecían el cebiche de pescado con maní. Algunos de los locales del área de comedores ofrecían el plato pero a diferencia de las cebicherías que se concentraban solamente en este plato, los comedores del mercado brindaban diferentes almuerzos. De igual manera los domingos se encontró bollos y natilla a la venta en cantidades pequeñas. Vale destacar que este fue el único día que se encontraron estos productos del inventario gastronómico.

TABLA XLI. CEBICHERÍAS LOCALIZADAS EN LA CIUDAD DE JIPIJAPA.

#	Razón Social	Representante	Dirección	Categoría	Plaza	Mesas
1	José Antonio	Amalia Suárez	Bolívar y Atahualpa	Sexta	8	2
2	Pepe #1	José Gutiérrez	Ricaurte y Bolívar	Sexta	20	5
3	La Cabaña de Pepe #3	Luis Gutiérrez	Colón y Mejía	Sexta	20	5
4	Picaso	Johnny Pincay	V. Rendón y Sucre	Sexta	30	10
5	Los Negritos	Luis Alfonso Chong	V. Rendón y Sucre	Sexta	27	6
6	D'Richards	Eduardo Soledispa	Terminal Terrestre	Sexta	12	3
7	Cebicheria "Lucas"	Marlon Lucas Parrales	Bolívar y Febres Cordero	Sexta	12	4
8	Virgen de Guadalupe	Narcisa Pihuave	Terminal Terrestre	Sexta	8	2
9	Mar-Willis	Marlon Pillasagua	Guayas y Sucre	Sexta	20	5
10	Fair	Carlos Pincay	Montalvo y Alejo Lascano	Sexta	32	8
11	Sol Gitano	Soledad Parrales	Montalvo y Rocafuerte	Sexta	40	10
12	El Refugio	Félix Castillo	Alejo Lascano y Montalvo	Sexta	28	4
13	El Refugio 2	Félix Castillo	Alejo Lascano y Montalvo	Sexta	50	12
14	El Súper Cebiche	Jacobo Sánchez	Colón y Noboa	Sexta	30	8
15	Mar-Will's 2	Carlos Pillasagua	Cotopaxi y Alejo Lascano	Sexta	16	4
16	Pepe	Arli Gutiérrez	Ricaurte y Bolívar	Sexta	10	4
17	Pepito	Stalin Villafuerte	V. Rendón y Mejía	Sexta	12	3
18	Hoppe	Javier Hoppe Marcillo	Tungurahua y Villamil	Sexta	20	5
19	Pepe #2	Francisco Gutiérrez	Santiestevan y Noboa	Sexta	24	6
20	Tiasos	Freddy Pincay	Bolívar y Antepara	Sexta	24	6
21	Chirrinche	José Chong	Santiestevan	Sexta	24	6
22	Parrales	Rosa Parrales	Ricaurte y Bolívar	Sexta	8	3
23	El Padrino	Isabel Campuzano	Vía Puerto Cayo	Sexta	8	2
24	La Pantera	Wiston Cedeño	V. Rendón y 5 de Junio	Sexta	30	6
Total					513	129

Fuente: Elaboración propia, octubre 2007.

Las cebicherías inventariadas en Jipijapa tienen un promedio de funcionamiento de 3 años (sólo una se distingue por haber cumplido 25 años de funcionamiento) en cuanto a la imagen de los mismos son muy sencillos y en su mayoría todos son de estructuras de cemento porque son bodegas adecuadas a restaurantes, y sus muebles son de plástico como las mesas y sillas. Cuentan con cubiertos y vajillas de loza como son: platos, cubiertos, vasos, y demás utensilios de cocina. Todos los establecimientos se encuentran en el centro de la ciudad de Jipijapa o en un radio cercano. Algunos no cuentan con servicios higiénicos como los kioscos o carretas.

El servicio de atención en las cebicherías es llevado a cabo por el dueño y familiares inmediatos y cercanos. En los establecimientos de mayor tamaño, los dueños de las cebicherías poseen poco personal los cuales tienen instrucción secundaria, pero ningún entrenamiento en lo que es atención al cliente. Sin embargo, esto no es un impedimento para que en muchos de estos locales el personal encargado de la atención se esmere por brindar un buen servicio.

5.3 ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS INVENTARIADOS Y SU VALORACIÓN CULTURAL.

Los productos que se han inventariado anteriormente son los utilizados en la realización de los platos típicos del lugar. Los tres productos: Maíz, maní y café, se producen mayoritariamente en la zona por lo que se encuentran fácilmente en el Mercado Municipal de Jipijapa o en los diferentes puestos improvisados en los alrededores del cantón. Los productos son sembrados permanentemente por los productores de la zona y son plenamente aceptados por la comunidad.

Los productos son recolectados de forma manual y teniendo en cuenta su estado de madurez. Muchos de los agricultores han aprendido las técnicas de sembrados de sus antepasados y son pocos los que tienen acceso a semillas mejoradas o abono para mejorar su producción. Muchos agricultores subsisten con una baja producción y en algunas ocasiones las ventas que realizan, les alcanzan solo para alimentar a su familia. En algunos casos, como el del café, los fenómenos naturales y los bajos precios internacionales causaron que muchos agricultores dedicados a este producto abandonen sus sembríos y emigren hacia las ciudades o se dedicarán a otros productos agrícolas.

En lo referente al valor nutricional de los productos inventariados, el maíz es un cereal que posee un alto nivel de almidón por lo que tiene valor nutricional bajo. Sin embargo, mucha de la producción local se exporta al exterior por su calidad. En

cambio el maní contiene un alto valor nutricional por contener vitaminas: A, B1, B2, B3, C, E, D y sales y minerales como: potasio, hierro, calcio, fósforo, azufre, magnesio, cobalto, flúor, yodo, sílice, manganeso y cloro. Finalmente el café por ser un estimulante para el sistema nervioso central (CNS) tiene un valor nutricional bajo. Este producto se caracteriza por su olor y color.

Los platos típicos inventariados de la zona tienen un significado muy importante para la población. Tal vez el plato que mayor reconocimiento tiene a nivel local es el greñoso. Este plato, que es a base de maíz tiene una historia singular ya que no es fácil de encontrar. El greñoso se encuentra sólo bajo pedido con ciertas señoras de la zona. Usualmente, la población las ubica porque son las únicas que han elaborado el plato por años. La dificultad para elaborar el plato hace que este se consuma sólo en ocasiones especiales. Originalmente se servía en los velorios lo que demostraba el amor de la familia hacia la persona recientemente fallecida. En la actualidad esta tradición perdura, pero el plato también ahora se elabora para ocasiones más alegres como son matrimonios, cumpleaños y otras reuniones sociales.

El costo de este plato es elevado para la economía local de la zona, pero se justifica el precio por lo complicado de su elaboración (Ver Ficha #4 Inventario Gastronómico). Otro dato a destacar es que antes en la elaboración del greñoso se utilizaba una vasija de barro para revolver la masa. Esta vasija es, a creencia de las que preparan el plato, parte esencial de la receta, ya que da un sabor único. En la actualidad, muy pocas

señoras utilizan esta vasija y han escogido ollas convencionales para cocinar el mismo.

También el bollo es muy conocido provincialmente. Plenamente aceptado en la zona, aunque en la actualidad por su complejidad en la elaboración son pocas las personas que lo elaboran. Existe una familia que es reconocida por los habitantes por su dedicación a la elaboración de los mismos. Posee un alto valor nutricional por estar formado de productos ricos en proteínas y harinas, pero al mismo tiempo tiene exceso de grasas por la manteca y carne de chanco que utiliza. Este singular plato requiere de 20 horas de preparación. Sólo se lo encuentra los fines de semana y su preparación va de sábado en la mañana a domingo de madrugada. La cocción es el punto que más tiempo toma ya que se realiza en horno de leña y dura 18 horas.

Este plato sirve de desayuno para muchas familias jipijapenses los domingos por la mañana. Su precio varía entre tres a cinco dólares y la variación se debe a la cantidad de carne que se utiliza en el bollo.

La natilla, es un postre muy conocido en Jipijapa y sectores aledaños. Su valor nutricional es bajo, pero como es un postre su consumo es limitado y no habitual. Así como el greñoso, la natilla es a base de maíz. Su proceso de elaboración ha sido a través de los años el mismo, la receta ha sido transmitida de generación en generación de forma verbal, de madres a hijas, las cuales aprendieron a elaborar el plato a muy temprana edad, debido a que colaboraban siempre en los quehaceres del hogar.

El plato típico mayormente encontrado en la zona de estudio es sin lugar a duda el Cebiche de pescado con maní. A pesar de que cebiche de pescado se puede encontrar en toda la costa ecuatoriana, el de Jipijapa se distingue por el uso de uno de los productos agrícolas de la zona. Jipijapa es conocida regionalmente por ser la ciudad donde se puede degustar esta variedad de cebiche. De todos los platos inventariados es el plato que más se comercializa y es fuente de ingreso de muchas familias de la zona. Este plato es un gran ejemplo de la creatividad de los habitantes de Jipijapa, al tomar un plato representativo de la costa ecuatoriana y agregarle maní, un ingrediente que hace que se diferencie al plato de los preparados en otras zonas del país.

Por la gran oferta y alta demanda de este plato, el precio fluctúa de entre \$0.60 centavos a \$2.00. La demanda local es elevada, lo que ha convertido al plato un aperitivo de media mañana o como un plato de almuerzo, y los establecimientos donde se vende este plato es escogido para llevar acabo reuniones sociales. El valor nutricional del plato es alto por la cantidad de proteínas que aporta su ingrediente principal, el pescado. Uno de los días de mayor venta de este plato es el primero de enero de cada año.

El último plato típico de la zona son las tortillas de maíz. A pesar de no encontrarse en la zona de Jipijapa, este plato es muy aceptado ya que la zona en que se encuentra (Sancan) es cercana a la cabecera cantonal. Las tortillas son consideradas un pasabocas, que se consumen en cualquier hora y no representa una de las comidas del

día. Debido a esto su valor nutricional es bajo ya que se compone de harinas y tiene un alto contenido de hidratos de carbono.

Este plato es el que tiene mayor exposición al público provincial y nacional por su venta al borde de la carretera del poblado de Sancan, la cual se ha convertido en el sustento de las familias del sector y ha hecho que una tradición culinaria local se convierta en un negocio familiar. Justamente por esta razón es que las tortillas se preparan en hornos industriales y no como era originalmente en hornos de leña, con el objetivo que su preparación sea más rápida. La comercialización también se la hace dentro de los buses que pasan por el lugar.

La bebida de la zona que ha sido inventariada es el café. Aparte de ser uno de los productos agrícolas de zona, es una bebida ampliamente aceptada. La zona de Jipijapa se vende al resto del país como la “Sultana del Café” lo que demuestra la conexión histórica con este producto. Su valor nutricional es bajo por tratarse de un estimulante del sistema nervioso central (CNS). Su consumo se limita a la mañana y noche.

A pesar de ser la pionera en la producción del café, la zona de Jipijapa tuvo que soportar el embate de fenómenos naturales y la caída internacional del precio del café. Esto causó que muchos agricultores dejen el café por lo que este producto ha sufrido y recientemente ha visto un repunte en la producción.

El café siempre ha estado presente en la vida cotidiana de los habitantes no solo de Jipijapa sino a nivel de la costa ecuatoriana, consumido en los desayunos y meriendas como bebida complementaria.

En general los productos y platos, encierran un enorme valor cultural, debido a que son parte de las costumbres y tradiciones de sus pobladores durante muchos años. La forma de trabajar la tierra para sembrar los productos y sus cosechas, son parte de la vida diaria de los pobladores de Jipijapa.

Todo el proceso de elaboración de los platos guarda una enorme riqueza cultural, desde los utensilios utilizados, como el horno de leña que posee vasijas de barro o la cuchara de palo, hasta la forma de preparar los platos y conservarlos, como es el caso de la utilización de las hojas de plátano para envolver al bollo o la natilla. Todas estas tradiciones inculcadas por los ancestros de una forma verbal y práctica. Por lo general los hombres dedicados a trabajar la tierra y las mujeres en los quehaceres del hogar, siendo las últimas las que se dedican a la preparación de los alimentos y hacen que las tradiciones culinarias se conserven a través de los tiempos.

5.4 DIAGNÓSTICO GENERAL DE LOS PRODUCTOS INVENTARIADOS Y SU VALORACIÓN TURÍSTICA.

El diagnóstico de los productos inventariados se explicará a través de una tabla tomando en consideración cuatro categorías que ayudarán a medir en la situación en que se encuentran los platos (ver Tabla XLII). Esta información fue recolectada usando las fichas del Inventario Gastronómico. Las cuatro categorías elegidas son Temporalidad, Disponibilidad, Dificultad de Elaboración y la Reputación del plato.

Como la información recolectada fue calificada con adjetivos que describen la situación del plato, se tomó la decisión de dar a estos adjetivos valores numéricos.

TABLA XLII. TABLA DE DIAGNOSTICO DE LOS PLATOS INVENTARIADOS.

Plato Inventariado	Temporalidad	Disponibilidad	Dificultad de Elaboración	Reputación del plato
Greñoso	Especial	Bajo pedido	Alto	Local
Cebiche de pescado con maní	Regular	Establecimientos de A&B.	Regular	Provincial
El bollo	Regular	Bajo pedido	Alto	Provincial
Natilla	Regular	Bajo pedido	Alto	Provincial
Tortilla de maíz	Regular	Establecimientos de A&B.	Bajo	Nacional
Café	Regular	N/A	Bajo	Nacional

Fuente: Elaboración propia. Octubre 2007.

La temporalidad consideró la frecuencia con la que se encuentra el plato durante el año. Las opciones con la que se calificó esta categoría son: regular, temporal y especial. Estas van de menor a mayor en puntaje. Es así que si el plato es encontrado regularmente se le asigna el valor de 1 punto, si se lo encuentra sólo por temporadas 2 puntos y sólo en ocasiones especiales, se le dará 3 puntos.

Para la disponibilidad se consideró la facilidad con la que se encuentra el plato a la venta. Las opciones son las siguientes: Establecimientos de alimentos y bebidas, bajo pedido. Si se lo encontró en los establecimientos A&B la calificación será de 0 puntos y si es bajo pedido 1 punto. Nuevamente se da puntos por la facilidad de encontrar el plato.

La dificultad de la elaboración se medirá considerando el tiempo en la preparación y el proceso de elaboración del plato. La información midió la complejidad del plato y será clasificado en alto, regular y bajo, dándole un puntaje de 3, 2 y 1 respectivamente.

La reputación del plato se refiere a que tan conocido es el plato inventariado dentro y fuera de los límites del cantón Jipijapa. Se clasificará en local, provincial y nacional. Mientras menos conocido sea de la zona tendrá una calificación más alta. Es así que se dará una calificación de 3 para local, 2 para provincial y 1 para nacional.

Una vez que los valores numéricos se asignen a cada categoría (ver Tabla XLIII), se sumarán y darán un resultado que luego se medirá en un rango de mínimos y máximos. Este rango va de 3 a 10, siendo tres el puntaje mínimos que puede obtener un plato y diez siendo el máximo. El puntaje ayudará a determinar la situación real del plato y que valor turístico tiene.

TABLA XLIII. TABLA DE VALORES ASIGNADOS A LOS PLATOS INVENTARIADOS.

Plato Inventariado	Temporalidad	Disponibilidad	Dificultad de Elaboración	Reputación del plato	Total
Greñoso	3	1	3	3	10
Cebiche de pescado con maní	1	0	2	2	5
El bollo	1	1	3	2	7
Natilla	1	1	3	2	7
Tortilla de maíz	1	0	1	1	3
Café	1	N/A	1	1	-

Fuente: Elaboración propia. Octubre 2007.

El plato que tiene el puntaje más alto es el greñoso con una suma de valores que dio 10 puntos. Desglosando cada categoría se establece que la Temporalidad del plato es “especial” con un valor de 3 puntos. El greñoso es imposible de encontrar en la zona de Jipijapa en un forma regular. Originalmente este plato se servía en los velorios, por parte de los familiares del muerto que brindaban esta exquisitez a los concurrentes al velatorio. Esta era una forma de demostrar el amor de la familia hacia la persona recientemente fallecida y el agradecimiento con los que estaban presentes. En la actualidad esta tradición perdura, pero el plato también ahora se elabora para ocasiones más alegres como son matrimonios, cumpleaños y otras reuniones sociales. Pero, considerando que sólo se prepara para reuniones sociales, el plato no se encuentra fuera de estas situaciones.

Otro factor que se analizó fue la “Dificultad en la Elaboración”. Este plato toma un promedio 240 minutos (4 horas) siempre y cuando el maíz este rayado y molido. Además la preparación puede ser en vasija de barro. Esto automáticamente afecta a la categoría de Disponibilidad ya que adicional a la dificultad en la elaboración, y a que sólo se consume en ocasiones especiales, la preparación es sólo bajo pedido con ciertas señoras de la zona.

En la última categoría, la de “Reputación del Plato”, la información recolectada determinó que el greñoso es un plato netamente local. A parte de ser conocido en el cantón Jipijapa, fuera de este es casi nulo su conocimiento al igual que su preparación.

Estos factores contemplados, hacen del greñoso un plato, que a pesar de tener un peso importante en la historia de Jipijapa, es muy difícil de dar a conocer al turista por lo difícil de su preparación que repercute en la dificultad de encontrarlo.

Siguiendo con los platos inventariados se obtuvo que el Cebiche de Pecado con Maní tiene un puntaje de 5 puntos. A diferencia del greñoso, el cebiche tiene una temporalidad regular. Se lo encuentra todos los días del año. Si se habla de “Disponibilidad”, en la cabecera cantonal hay 24 establecimientos dedicados solamente a la elaboración de este plato para residentes y visitantes. Su elaboración no es muy complicada y la reputación del plato ha traspasado las fronteras del cantón y es conocida a nivel provincial por la variedad de este cebiche que se puede degustar.

Según el puntaje obtenido en las categorías analizadas, el cebiche de pescado con maní es uno de los platos símbolos de la zona. Lo fácil de encontrarlo, lo no muy complicado en su elaboración, y el hecho de que es conocido más allá de los límites de Jipijapa le dan a este plato la oportunidad de seguir creciendo.

El tercer plato inventariado fue el Bollo con una puntuación de 7 en la suma de categorías. Una vez desglosado en categorías, se concluye que el plato tiene una temporalidad regular. Sin embargo, esta regularidad se refiere a solamente los fines de semana ya que durante el resto de la semana este plato no es preparado para la venta al público. Su “Disponibilidad” es limitada, porque así como el greñoso no se

encuentra en los establecimientos de Alimentos y Bebidas, sino que es un plato que se prepara bajo pedido. De igual manera, en un número más pequeño se observó la venta de bollos en el Mercado Municipal el día domingo por parte de vendedores que venían de otras partes del cantón.

En lo que se refiere a “Reputación del Plato” se le asignó un puntaje de dos ya que el bollo de Jipijapa es conocido provincialmente. Vale destacar que el bollo es un plato gastronómico conocido a nivel nacional, pero el bollo de Jipijapa es otra variedad que sólo se produce en esa zona. Este bollo también está ganando reconocimiento entre los emigrantes que regresan al país y llevan de vuelta a sus nuevos países.

Un problema que tiene este plato es la “Dificultad en su elaboración”. Se le asignó un valor de 3 puntos ya que aparte que requiere una cocción de 18 horas en horno de leña. Esto causa que este plato requiera de mucha atención y cuidado en la elaboración.

Al igual que el greñoso, el bollo es importante en la cultura de Jipijapa. Sin embargo, su proceso de elaboración y lo difícil de encontrar regularmente afecta al plato para darlo a conocer a los turistas.

A la Natilla se le asignó un valor de siete puntos en total. Su temporalidad, es regular pero al igual que el bollo solo se lo encuentra los fines de semana. Su “Dificultad en la Elaboración” es alta (3 pts.) ya que toma 120 minutos (2 horas) teniendo el maíz

rayado y molido, que si no es así demora dos días en su elaboración. La disponibilidad del plato también es “bajo pedido” y no se lo encuentra en los establecimientos de Alimentos y Bebidas de Jipijapa. Al igual que el bollo, la natilla puede ser encontrada en el Mercado Municipal los días domingos por pequeños comerciantes de zonas aledañas a la cabecera cantonal.

“La Reputación del plato” tiene un puntaje de 2 puntos. El plato tiene un reconocimiento provincial ya que además de Jipijapa se puede encontrar el plato en otras zonas de la provincia.

Por el puntaje obtenido por la natilla en las distintas categorías, se puede determinar que el plato tiene un importante reconocimiento. Sin embargo su dificultad en la elaboración y que es disponible bajo pedido o solo se lo encuentra en el Mercado Municipal, hace de este plato también poco accesible al turista.

La Tortilla de Maíz es el plato que se puede encontrar con mayor facilidad en la zona de estudio. Tiene un puntaje de 3 puntos. Su temporalidad es regular al igual que su disponibilidad ya que a más de encontrarse en Jipijapa se lo puede encontrar a este plato en la zona aledaña de Sancan donde hay 45 puestos al borde de la carretera vendiendo este plato.

La “Dificultad de Elaboración” esta con un puntaje de uno, porque como se expenden diariamente todos los ingredientes han sido preparados con anterioridad. De igual

manera su “Reputación” es nacional ya que al venderse en Sancan (que esta ubicado en la vía que va desde Guayaquil a Portoviejo y Manta) muchas personas tienen acceso a este plato.

Por el puntaje obtenido, la Tortilla de Maíz es el plato con mayor reconocimiento de la zona de estudio. La facilidad en su preparación, sumado a la facilidad de encontrar el plato y su reputación hace que la Tortilla de Maíz sea un plato de fácil acceso para los turistas.

Como último plato inventariado esta el café el que está como bebida. Aquí vale recalcar que el producto inventariado es el café molido y pasado. Debido a esto en la categoría de “Disponibilidad” se considera como “no aplicable” y por tal no se le asigna un puntaje ya que este producto no se ofrece en un establecimiento o bajo pedido. Se considerará que el café es un producto de uso diario dentro de los hogares especialmente en la parte rural del cantón. Obviamente se oferta café en los establecimientos en la cabecera cantonal, pero ya es café instantáneo.

Bajo la categoría “Reputación del Plato” el café es altamente conocido ya que la zona de Jipijapa se vende al resto del país como la “Sultana del Café” por la alta producción que existió en la zona en antaño. Así mismo “La Elaboración” es sencilla ya que se trata de pasar café recién molido con agua.

Después de haber inventariado los platos de la zona de Jipijapa-Manabí, es fundamental definir que productos alimenticios tienen un valor para el sector

turístico. Como se mencionó en el punto anterior todos los platos son de suma importancia en la vida cotidiana de la población local. Los platos típicos de Jipijapa se destacan por ser muy atractivos y sabrosos al paladar y encierran una riqueza cultural muy grande, ventaja que les da un gran potencial turístico, pero así mismo tienen la desventaja de no encontrarse con facilidad de venta al público, como se analizó en la tabla de diagnóstico de los productos inventariados. Esto hace que se dificulte el conocimiento de los mismos por parte de los turistas y se corre el riesgo de que si son incluidos dentro de la promoción de la oferta turística, al momento de la llegada de visitantes nacionales o extranjeros no puedan ser degustados por los mismos a diferencia de lo que ocurre con las tortillas de maíz y el cebiche de maní que el visitante los puede conseguir con facilidad. El café por su lado es un caso especial ya que antes de considerar el plato inventariado, como producto ya era ampliamente conocido a nivel nacional.

El potencial turístico que tiene la gastronomía de Jipijapa seguirá en ese estado a menos que se encuentre una forma de aprovechar el desarrollo de otros atractivos y relacionarla con ellos.

A largo de la presente investigación se pudo constatar que existe información de los atractivos naturales, culturales de Jipijapa, pero lo relacionado con la gastronomía es limitado o solo mencionado y transmitido oralmente, mas no existe un registro formal sobre el tema que permita aprovechar de mejor manera este recurso. Este trabajo trata de rescatar esta información y dar a conocer los platos más detalladamente y su

situación actual para que sirvan como una referencia a la hora hacer una correcta planificación turística para establecer un programa de promoción de la zona, y que los recursos gastronómicos con los que cuenta la misma sean vistos no como un simple complemento de la oferta sino como un elemento más de esta, para atraer al turismo a Jipijapa.

RECOMENDACIONES

1. Realizar campañas por parte de la Municipalidad de Jipijapa y del Ministerio de Turismo para dar a conocer a Jipijapa como un destino turístico familiar y de descanso.
2. Solicitar la intervención de las respectivas autoridades con el fin de mejorar la infraestructura de acceso y señalización de y hacia los atractivos turísticos del cantón.
3. Empezar festivales turísticos con las entidades educativas secundarias y superiores que destaquen la importancia de los productos agrícolas de la zona y la relación con la gastronomía de Jipijapa.

4. Las entidades reguladoras de la actividad turística en el cantón, deberían considerar implementar un programa por el cual se enseñe la preparación de los platos inventariados con el fin de dar a conocer a futuras generaciones esta información y evitar que estos procesos se pierdan con las generaciones actuales.
5. Promover concursos sobre la preparación de los platos inventariados para que sean juzgados por expertos y determinar ganadores con el fin de motivar a los habitantes a interesarse en la preparación de la gastronomía local.
6. Se recomienda a los establecimientos de alimentos y bebidas, que incluyan en sus menús Natilla como postre y el café de Jipijapa (no café instantáneo) como bajativo luego de las comidas. De igual manera, para diversificar su consumo y no sólo encontrarlo en celebraciones particulares, que el greñoso se ofrezca durante las festividades del cantón en los establecimientos como aperitivo.
7. Realizar un programa de promoción que incluya los variados atractivos del cantón Jipijapa, dirigido al gran número de turistas que visitan Puerto Cayo durante la época de avistamiento de ballenas y la temporada de playa.
8. Es necesario llevar a cabo un programa de capacitación a los dueños y trabajadores de los establecimientos de alimentos y bebidas, en atención al cliente e higiene y manipulación de alimentos.

9. Se debería crear un puesto de información turístico en el Parque Central Simón Bolívar, que es un punto estratégico en la ciudad de Jipijapa.

10. Se recomienda incluir en el Museo Municipal un espacio donde se exponga todo lo referente a la gastronomía de Jipijapa, como los utensilios, hornos de leña, vasijas de barro, y fotos de los platos típicos y productos.

11. Destacar el aporte familiar en la enseñanza de los platos inventariados para así identificar a las personas de mayor edad que preparan los platos y que por su experiencia pueden ayudar a educar a las futuras generaciones en la preparación de los mismos.

CONCLUSIONES

1. Las mujeres mayores son las que conservan la tradición en la comida típica de Jipijapa, las cuales aprendieron el oficio a muy temprana edad.
2. El Greñoso y el cebiche de pescado con maní, dos de los platos inventariados solo se los puede encontrar en la zona de Jipijapa.
3. La ubicación geográfica de Jipijapa sigue siendo estratégica en la unión entre las provincias de Guayas y Manabí.
4. La planta turística inventariada dedicada a alimentos y bebidas solo expende uno de los platos inventariados, el cebiche de pescado con maní.

5. El maní es un ingrediente que identifica a la gastronomía de Jipijapa, el cual también se lo agrega a platos que no son de la zona.
6. Las recetas de los platos han sido transmitidas de generación en generación vía oral sin cambios drásticos en su preparación.
7. El bollo, el Greñoso y la Natilla, tres de los platos inventariados solo se encuentran bajo pedido o en ocasiones especiales.
8. Jipijapa posee una gran variedad de atractivos turísticos naturales, los cuales poseen un gran potencial turístico.
9. Las vías dentro de la ciudad de Jipijapa no se encuentran en buen estado.
10. La planta turística no está correctamente jerarquizada bajo los parámetros del Ministerio de Turismo del Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

1. Ecuaworld. “Cocina Ecuatoriana”. www.ecuaworld.com (en línea).
http://www.ecuaworld.com/visitecuador/cocina_ecuatoriana.htm. Visita realizada 07 de julio del 2007.
2. Mennella, Julie A. Directora del departamento de divulgación. Explorando los principios de la cultura gastronómica. Monell Chemical Senses Center. www.uv.es (en línea) http://www.uv.es/metode/anuario2004/199_2004.htm. Visita realizada 08 de julio del 2007
3. Turismo Gastronómico. Universidad del Salvador. www.salvador.edu.ar. Visita realizada el 08 de julio del 2007
4. Bernard, Alicia y Domínguez, Patricia. Gastronomía. La herencia olvidada, en Gastronomía. Revista digital. Buenos Aires, Centro de Investigaciones y Estudios en Turismo, 2003. N° 3, p. 11-22

5. Boullón, Roberto. Planificación del Espacio Turístico. México: Trillas, 1985.
6. Cuentas Satelitales julio-diciembre 2002. Ministerio de Turismo.
7. Cuentas Satelitales enero-marzo 2003. Ministerio de Turismo.
8. Cuvi Pablo, “Gastronomía: Los Orígenes”. En: *Enciclopedia Ecuador a su alcance*. Bogota: Editorial Planeta Colombiana S.A., 2004.
9. El Diario. “Manabí por cantones: Jipijapa”. Segunda Edición, 1999.
10. Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, Ministerio de Turismo del Ecuador. Metodología para el inventario de atractivos turísticos. Quito, 2004.
11. Gobierno Municipal del Cantón Jipijapa. Plan Estratégico del Cantón Jipijapa: Desarrollo Socio-Económico. Jipijapa, 2002.
12. Hernández, R. Menéndez C.: Baptista, P. Metodología de la Investigación. Segunda Edición. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A., 1998.
13. Instituto de Estadísticas y Censo. Censo Poblacional 2001, INEC.

14. Moreno, Alberto. Métodos de investigación y Exposición para el trabajo de académicos y estudiantes. Quito: Corporación Editora Nacional. 2000.
15. Muñoz, Roberto. La Investigación Científica Paso a Paso. Cuarta Edición. San Salvador: Talleres Gráficos UCA, 2004.
16. Lacanau, Gloria y Norrild, Juana. Gastronomía y Turismo: Cultura al plato. Buenos Aires. Centros de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2003.
17. Leiva, Francisco. Nociones de metodología de Investigación Científica. Quito: Ediciones Gráficas Modernas, 1998.
18. Montaner, Jordi. Estructura del Mercado Turístico. Madrid: Síntesis, 1996.
19. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ecuador, El Turismo en Ecuador. Moreno, Elisabet. Quito, 2007.
20. Padilla Cristina. “Los alimentos y el turismo, una reflexión sobre la sustentabilidad”. En: Schlüter, Regina. Gastronomía y Turismo: Una Introducción. Buenos Aires: CIET, 2003.

21. Puig, Adela y Ledesma Alicia. *Los Nuevos Negocios Turísticos*. Buenos Aires: Valletta Ediciones, 2006.
22. Real Academia de la Lengua. *Diccionario de la Lengua Española: Tomo V*. Vigésima segunda edición. España, 2001.
23. Schlüter, Regina. *Turismo y Patrimonio Gastronómico: Una Perspectiva*. Buenos Aires: Centros de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2003.
24. Vallejo, S. El perfil del sector agropecuario ecuatoriano. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador. Quito, 2002. Pág.1
25. Visitas de Turistas al Parque Nacional Machalilla. Dirección de Áreas Naturales. Ministerio del Ambiente. 2004
26. Consejo Provincial de Manabí. Jipijapa. www.manabi.gov.ec. (en línea). <http://www.manabi.gov.ec/cantones.php>. Visita realizada el 18 de septiembre de 2007
27. Municipalidad de Jipijapa. Territorio y Población. www.jipijapa.gov.ec. (en línea). http://www.jipijapa.gov.ec/_pages/territorio_poblacion.html. Visita realizada el 24 de julio de 2007.

28. Ecuaventura. Jipijapa. www.ecuaventura.com/costa. (en línea).
<http://www.ecuaventura.com/costa.php>. Visita realizada el 31 de julio de 2007.

29. Fundación de Investigaciones para el Desarrollo Económico Sostenible. Jipijapa en línea. www.jipijapa.org (en línea).
<http://www.jipijapa.org/index.php>. Vidita realizada el 24 de julio de 2007.

30. Consejo Provincial de Manabí, Producción Agropecuaria y Ganadera. www.manabi.gov.ec (en línea). <http://www.manabi.gov.ec/consejo>. Visita realizada el 15 de Septiembre de 2007.

31. Manta City, www.mantacity.com (en línea).
<http://www.mantacity.com/gallery>. Visita realizada el 4 de octubre del 2007.

32. Guía de Jipijapa, www.guiadejipijapa.com (en línea).
<http://www.guiadejipijapa.com/desktop.php?cate=16>. Visita realizada el 4 de octubre del 2007.

ANEXO # 1

Entrevista

A quien se le realizó la siguiente entrevista:

Entrevistada: Sra. Leonor Toala

Tema: Preparación del Greñoso

Entrevistador: Camilo Andrade, Paola Cañar, Andrés Toranzos

Lugar: Casa de la Sra. Leonor Toala en Jipijapa

Fecha: 5 de octubre de 2007

¿Cómo se prepara el greñoso?

El proceso para prepararlo toma bastante tiempo. Bueno todo depende porque a mi me gusta primero cocinar la mazorca de maíz, se deja enfriar y luego se muele, raya y cierne. Por ejemplo ese greñoso que les invité, ayer mismo deje todo el maíz molido para no complicarme. Lo molí, rayé y cerní y guarde la mezcla en la refrigeradora. Y ahora esta mañana a las siete luego de ir a caminar, vine y comencé a picar la cebolla para el refrito y aliñar el pollo que lo deje comprado ayer y apenas tuve el refrito lo puse a hervir con el refrito. Y de ahí se guarda la agüita porque con esa se hace el greñoso. Luego de desmenuzar el pollo, en la agüita que es como caldito y ahí se hace la masa.

Se agrega el maíz y esperamos que hierva un poquito y se luego se agrega al sango el maní y de ahí al ultimo el pollo. De ahí se empieza a dar vuelta y dar vuelta hasta que

uno ve que ya esta porque no se pega en la cuchara la masa. De ahí se saca y se pone en una bandeja. Una vez que se pone en la bandeja se le pone huevito o pasas encima.

¿Cuándo es la época que más le piden preparar este plato?

Aquí siempre saben pedir cuando hay velorio. Aquí con los difuntos les gustar dar el greñoso. También lo mandan a pedir para otras ocasiones. Por ejemplo una chica de por aquí se casó, ella es de Guayaquil, y la abuela vive aquí, y acá vinieron a casarse el civil y hicieron una fiesta de campo. Yo le pregunté a una amiga como así van a invitar greñoso, y ella me dijo que todos iban a invitar como de campo.

¿Cómo aprendió a preparar el greñoso?

De mi mamá. Desde muy niña ella me enseñó a prepararlo y así mismo yo la ayudaba. Ella lo aprendió de su mamá. Sin embargo ahora de mis diez hijos ninguno ha aprendido hacerlo por lo que cuando muera la tradición se va conmigo. La verdad es que así es la juventud de ahora, se hacen profesionales y ya no quieren pisar la tierra, o se van a Estados Unidos, España. Mis diez hijos son todos profesionales

¿Cuántas personas cree que aún preparan el greñoso?

Yo calculo que unas cien en el campo. Acá en la ciudad seremos unas veinte. La tradición se está perdiendo porque ya la gente estudia.

ANEXO # 2

Entrevista

A quien se le realizó la siguiente entrevista:

Entrevistada: Sra. María Ayon

Tema: Preparación del Bollo

Entrevistador: Camilo Andrade, Paola Cañar, Andrés Toranzos

Lugar: Casa de la Sra. María Ayón en Jipijapa

Fecha: 6 de octubre de 2007

¿Cómo se prepara el bollo?

Para hacer de veinte a veinticinco bollos usamos verde y medimos por racimos. Este plato toma su tiempo y no se puede preparar los ingredientes de un día para el otro. Primero se raya el verde, luego se lo maja y se le coloca los aliños: cebolla blanca, colorada, cilantro, comino, orégano, pimienta, para que de gusto. Se mezcla todo los ingredientes y se le agrega el maní y la manteca. Ya con el maní y manteca agregados se va mezclando para ir midiendo la consistencia y se le agrega agua para que la mezcla no este espesa.

Una vez que la mezcla esta lista, con una lavacara o cucharón se agrega la mezcla en las hojas de plátano previamente puestas en la mesa de trabajo. De ahí se agrega los trozos de chanco. Los bollos son de patita de chanco, costillas de chanco, carne

pura de chanco con grasita o cuerito o también de carne. También hay de pescado, de albacora. Si desean blandito se coloca mas grasita o más maní. El gusto del bollo es la grasita del cuerito de chanco, pero también a veces desean sin grasa y no le ponemos grasa. De ahí se cierran las hojas y se amarra la masa dentro de las hojas con tiras de mazapán.

Una vez que se termina la mezcla y se han amarrado los bollos se procede a meterlos en el horno de leña. Previamente, durante la preparación de los bollos el horno se ha preparado calentándolo por cuatro horas. Justo antes de poner los bollos se ponen cáscaras de plátano en el fondo como una parrilla, a esto se lo llama la “concha de plátano”. Se van acomodando hasta que se ha puesto dos capas de “concha de plátano” y antes de cerrar el bollo se vuelve a poner la concha. Se cierra el horno y alrededor de los bordes se pone lodo para que quede sellado.

El tiempo en el horno es de 11 AM del sábado hasta las 4 AM del domingo.

¿Cuándo es la época que más le piden preparar este plato?

Los bollos los preparamos todos los fines de semana. Estos son por encargo con un día de anterioridad o dos días antes todo porque cierto material no es fácil de conseguir, al menos no lo es de un día para otro. Al ser los bollos bajo pedido los identificamos con cinta de colores para saber a quien pertenece cada uno. Entre los inmigrantes que vienen de visita de vuelta al país hay muchos encargos para llevar de vuelta al extranjero. Calculo que salen más o menos del país cerca de 250 bollos,

incluidos los que se van al Guayas y Quito. Una vez que los bollos están terminados a las 4 AM, las personas empiezan a venir a retirar los bollos a las seis de la mañana. Usualmente se va todo el pedido, pero si sobran se va para venderlos en el mercado.

¿Cómo aprendió a preparar el bollo?

El bollo lo aprendí hacer con mi madre. Como pueden ver este negocio es familiar. Aquí participa mi mamá, mi tía, prima y algunas vecinas. Este negocio es familiar y disfrutamos de reunirnos haciendo los bollos.

¿Cuántas personas cree que aún preparan el greñoso?

Aquí en Jipijapa nosotros somos los únicos que preparamos el bollo como ustedes los han visto. Si se puede encontrar otros bollos en el mercado de personas que viene de otras parroquias a vender pero no se comparan ni tienen la misma sazón de nosotros. Por ejemplo la mayoría que nos compran lo llevan por que alimenta a una familia entera. Muchos lo comen como desayuno y lo acompañan con verde asado, pan y con café.

ANEXO # 3

Entrevista

A quien se le realizó la siguiente entrevista:

Entrevistado: Sra. Rosa Elena Vásquez de Castillo

Tema: Preparación del Cebiche de Pescado

Entrevistador: Camilo Andrade, Paola Cañar, Andrés Toranzos

Lugar: Casa de la Sra. Rosa Elena Vásquez de Castillo en Jipijapa

Fecha: 6 de octubre de 2007

¿Cómo se prepara el cebiche de pescado con maní?

Nosotros preparamos el cebiche poco a poco, para 30 y así sucesivamente. Mientras se va terminando, se va preparando. Nosotros ofrecemos un producto fresco por lo que no nos gusta tener cocinado todo. Para preparar utilizamos cebolla colorada, hierbitas, pescado picudo blanco. Se lo corta en cuadritos y lo lavamos con agua caliente para limpiarlo bien, luego de que se lo limpia con agua caliente se le coloca agua helada para enfriarlo. Se lo curte con bastante limón y se lo deja curtir. De ahí se corta parte de la cebolla colorada y se le pone limón para que se curta con hierbitas. Luego al pescado se le pone sal, a este también se le coloca pimientos enteros sin semilla, para que coja un gustito especial. Inmediatamente se pone el pescado en el plato, se coloca encima la cebolla de ahí la salsa de tomate con mostaza y encima una cucharada de maní. La crema de maní se preparará comprando el maní tostado y se lo

muele y se obtiene una masita. De ahí se lo licua con sal y agua caliente en la licuadora.

¿Cuándo es la época que más le piden preparar este plato?

El plato se lo sirve los 365 días del año. La venta se realiza desde las 7 de la mañana. Diariamente vendemos de 100 a 150 platos del cebiche de pescado. Este plato se lo degusta a cualquier hora del día. El primero de enero es el día más solicitado para este plato.

¿Cómo aprendió a preparar el cebiche de pescado con maní?

Mi marido (Félix del Castillo) y yo cuando nos casamos decidimos que íbamos a poner un negocio. Habíamos aprendido de nuestras familias a trabajar en la cocina. Fue así que pusimos una cebichería. Y nuestro primer plato a la venta fue el cebiche de pescado con maní.