



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

“Investigación y puesta en valor de los recursos gastronómicos del cantón Atacames de la provincia de Esmeraldas, segunda fase”

TRABAJO DE FIN DE CARRERA PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS.

AUTORA:

María Gabriela Román Suárez

DIRECTORA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA:

Mgs. Luz Clara Gonzaga Vallejo

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2012

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, quienes fueron la fuente de inspiración y motivación para el cumplimiento de ésta tesis y así terminar una etapa más de mi vida y llegar a ser la profesional de éxito que me he planteado a lo largo de toda mi carrera.

Igualmente a mis profesores y amigos que estuvieron siempre con su apoyo en todo momento y que me ayudaron a ser una mejor persona.

María Gabriela Román Suárez

AGRADECIMIENTO

Es confortable saber que fueron muchas las personas que intervinieron para la construcción de esta tesis; primeramente agradezco a Dios el ser todo poderoso que gracias a él me encuentro plasmando en un papel estas líneas, a mis padres, de quienes tuve la fuerza para cumplir mi objetivo y que están siempre conmigo en espíritu, a todos y cada uno de los Docentes que gracias a sus aportes profesionales y de conocimiento hicieron que la presente tesis tuviera el valor educativo que se merece , y a toda mi familia, amigos y cada uno de las personas que contribuyeron granito a granito para poder llegar a mi meta que es mi profesión.

A todos y cada uno de ellos.

GRACIAS

CERTIFICACIÓN

Yo Ingeniera Luz Clara Gonzaga Docente de la facultad de Turismo de la Universidad Técnica Particular de Loja, en mi calidad de tutora de tesis; declaro que el presente trabajo de investigación realizado por la Srta. María Gabriela Román Suarez, sobre el tema: **PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS GASTRONÓMICOS DEL ECUADOR (CANTÓN ATACAMES DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS)**. Ha sido elaborado bajo mi direccionamiento, el mismo que después de haberlo desarrollado minuciosamente, cumple con todos los requisitos de fondo y forma exigidos por la Universidad, por lo que autorizo su presentación.

Ing. Luz Clara Gonzaga Vallejo
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo María Gabriela Román Suarez, declaro que las ideas y contenidos expuestos en el presente proyecto de investigación, cuentan con autenticidad, originalidad y exclusiva responsabilidad de mi persona.

.....

Autora

María Gabriela Román Suárez

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS

Yo María Gabriela Román Suárez, declaro ser la autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: **“Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero académico o institucional (operativo) de la Universidad”.**

.....
Autora

María Gabriela Román Suárez

ÍNDICE

DESCRIPCIÓN DE ASUNTOS	PÁG.
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Certificado de Autorías.....	IV
Índice.....	VII
Índice de Imagen.....	XII
Índice de Tablas.....	XII
Índice de Mapas.....	XIV
Introducción.....	XVI
Planteamiento del Objetivos.....	XVI
Objetivos General.....	XVII
Objetivos Específicos.....	XVII

CAPÍTULO I

SITUACIÓN ECONOMICA SOCIAL Y PRODUCTIVA DEL CANTÓN ATACAMES

1.1. Situación Geográfica.....	1
1.2. Aspectos Demográficos.....	2
1.2.1. Indicadores de Salud.....	4

1.2.1.1.	Tasa de Mortalidad.....	4
1.2.1.2.	Tasa de Natalidad.....	7
1.2.1.3.	Tasa de Morbilidad.....	8
1.2.2.	Indicadores Educativos.....	8
1.2.3.	Migración Interna y Externa.....	11
1.2.4.	Indicadores de Desarrollo Humano y Pobreza.....	12
1.3.	Análisis de Vivienda.....	13
1.3.1.	Servicios Básicos del Cantón Atacames.....	15
1.3.1.1.	Agua.....	15
1.3.1.2.	Electricidad.....	15
1.3.1.3.	Teléfono.....	16
1.3.1.4.	Alcantarillado.....	16
1.4.	Situación Política y Administrativa.....	17
1.4.1.	Política Administrativa.....	17
1.5.	Sector Productivo Primario.....	18
1.5.1.	Agricultura.....	18
1.5.2.	Ganadería.....	19
1.5.3.	Producción y Rendimiento.....	20
1.5.3.1	Programas Turísticos Productivos.....	20
1.5.4.	Asistencia Técnica.....	21
1.5.5.	Comercialización y Consumo.....	22
1.6.	Sector Productivo Secundario.....	23

1.6.1.	Industria Láctea.....	23
1.6.2.	Manufacturación de collares y aretes de concha de coco.....	23
1.6.3.	Artesanías.....	24
1.6.4.	Crédito.....	25
1.6.3.1	Tipo de Emprendimiento y líneas de Crédito.....	25
1.6.3.2.	Sectores Susceptibles de Financiamiento.....	25
1.6.3.3.	Destino del Crédito.....	27
1.7.	Sector Productivo Técnico.....	27
1.7.1.	Comercio.....	27
1.7.2.	Turismo.....	27
1.7.2.1.	Turismo Receptivo.....	28
1.7.2.2.	Principales Sitios Visitados en el Ecuador.....	29
1.7.2.3.	Motivo de la Visita al Cantón Atacames.....	30
1.7.2.4.	Preferencia de la actividad del Turista.....	31
1.7.2.5	Gasto de Consumo Turístico en Atacames.....	33
1.7.3	Transporte.....	34

CAPITULO II

GENERALIDADES DE LA GASTRONOMÍA DEL CANTÓN ATACAMES DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS

1.	Historia de la gastronomía de Atacames	35
----	--	----

2.1.	Gastronomía Ancestral Preincaica Asociada al cantón Atacames.....	37
1.7.	Gastronomía de la Colonia Asociada al Cantón Atacames.....	38
1.8.	Gastronomía de la República Asociada al Cantón Atacames.....	39
1.9.	Gastronomía Actual del Cantón Atacames.....	40

CAPITULO III

DIAGNOSTICO GASTRONOMICO DEL CANTÓN ATACAMES

3.1.	Comidas que son propias del sector.....	42
3.2.	Comidas que se preparan en épocas de fiestas en este sector.....	44
3.3.	Comidas que se elaboran con mayor frecuencia.....	45
3.4.	Comidas que son las demandadas por los visitantes en este sector.....	47
3.5.	Comidas típicas tradicionales que han cambiado su preparación.....	48
3.6.	Comidas que se preparaba hace años y que ya no se elaboran actualmente....	52
3.7.	Comidas nuevas que se preparan en el cantón.....	54
3.8.	Ingredientes básicos del sector que más se emplean en la elaboración de Comidas.....	58

CAPITULO IV

4.1.	Inventario de la Gastronomía Típica y Tradicional del Cantón Atacames.....	63
4.1.	Gastronomía Relacionada a las Fiestas	68

CAPITULO V

PROPUESTA DE PUESTA EN VALOR DEL RECURSO GASTRONOMICO TÍPICO Y TRADICIONAL DEL CANTÓN ATACAMES

5.1. Estrategias de Promoción y Difusión de la gastronomía Típica y tradicional de Atacames.....	
5.1.1. Programas Estratégicos.....	68
5.1.1.1. Objetivos General.....	68
5.1.1.2. Objetivos Específicos.....	68
5.1.2. Plan Operativo de Marketing.....	69
5.1.2.1. Análisis FODA.....	70
5.1.2.1.1. Análisis Interno.....	70
5.1.2.1.2. Análisis del Entorno.....	70
5.1.3. Matriz de Estrategias (F.O.D.A).....	72
5.1.3.1. Objetivos Estratégicos.....	75
5.1.4. Análisis del Servicio mediante Matriz (B.C.G).....	76
5.1.1.5 Análisis del Servicio, mediante la Matriz de General Electric.....	77
5.1.1.6. Desarrollo del Plan de Marketing.....	80
5.1.1.6.1 Producto Turístico.....	80
5.1.1.7. Precio.....	81
5.1.1.8. Plaza.....	82

5.1.1.9. Promoción.....	84
5.1.1.10 Proceso.....	85
5.1.1.11. Personal y Talento Humano.....	
5.2. Organismos (no estatales) que podrían Promocionar/ Comercializar los Platos/Bebidas/ Postres típicos y Tradicionales.....	86
CONCLUSIONES.....	93
RECOMENDACIONES.....	94
BIBLIOGRAFÍA.....	95
ANEXOS.....	96

ÍNDICE DE IMAGENES

DESCRIPCIÓN DE ASUNTOS	PÁG.
Artesanías de Negritas.....	24
Artesanías de Collares.....	24

ÍNDICE DE TABLAS

DESCRIPCIÓN DE ASUNTOS	PÁG.
Distribución de la población del Cantón Atacames.....	2
Distribución por Áreas.....	2
Porcentajes de defunciones con certificación medica.....	5

Implementación de médicos en la ciudad de Esmeraldas.....	6
Estados Morbosos mal definidos.....	7
Esperanza de vida al nacer.....	7
Enfermedades que causan la muerte en el cantón Atacames.....	8
Niveles de Educación de la Población.....	9
Porcentajes de Educación de la Población.....	9
Salidas de Ecuatorianos y extranjeros.....	11
Índices de Pobreza.....	12
Total de Viviendas.....	13
Viviendas particulares.....	13
Abastecimiento de Agua.....	14
Abastecimiento de Electricidad.....	14
Abastecimiento de Teléfono.....	15
Eliminación de Aguas Servidas.....	15
Ganado Mayor.....	19
Ganado Menor.....	19
Avicultura.....	19
Llegada de turistas Internacionales.....	28
Ingresos por conceptos de turismo.....	29
Motivo de la visita a Atacames.....	31
Actividad Realizada.....	31
Comidas que son propias del sector.....	40
Comidas que se preparan en épocas de fiestas en este sector.....	42
Comidas que se elaboran con mayor frecuencia.....	43
Comidas que son las demandadas por los visitantes en este sector.....	44
Comidas típicas/ tradicionales/ancestrales que existían hace años y en que ha cambiado	

su preparación	45
Comidas que se preparaba hace años y que ya no se elaboran actualmente.....	48
Comidas nuevas que se preparan en el cantón.....	50
Ingredientes básicos del sector que más se emplean en la elaboración de comidas...	53
Gastronomía típica y tradicional.....	58
Fiestas del Cantón.....	59
Gastronomía relacionada con las fiestas.....	60
Matriz Estrategias FODA.....	67
General Electric.....	70
Matriz de Plan Operativo.....	81

ÍNDICE DE MAPAS

DESCRIPCIÓN DE ASUNTOS	PÁG.
Mapa Cantón Atacames.....	1
Mapa de Transportes.....	4

RESUMEN

El cantón Atacames perteneciente a la provincia de Esmeraldas y está rodeada de hermosos paisajes.

La mayoría de la población vive en las zonas rurales en donde los índices de desarrollo en salud y educación son bajos.

En lo que respecta al sector productivo, se basa principalmente en actividades agropecuarias, y ganadería.

Podemos manifestar que, luego de realizar encuestas a los habitantes del cantón, sobresalen platos como ceviches de concha, camarón, pescado, caldo de gallina criolla, encocado de pescado y camarón, bolones de queso y chicharrón, patacones con queso, el ensumacao, la bala de verde etc. Platos que son los preferidos por visitantes que llegan a este cantón.

Entre los alimentos que sobresalen son plátano verde y maduro, el coco y variedad de mariscos, los cuales son utilizados desde la época preincaica y que perduran hasta la fecha.

Es importante recalcar que la mayoría de la población adulta de Atacames conoce y sabe preparar estos platos que degustan en las fechas y fiestas más propicias del cantón a las cuales acuden turistas nacionales y extranjeros; aunque estos platos se pueden conseguir también en días ordinarios.

INTRODUCCIÓN

Atacames es un lugar privilegiado por su clima y posición geográfica, esto lo convierte, sin duda alguna, en un potencial turístico a nivel nacional.

En la actualidad son varias las parroquias que posee el cantón, ellas son: Súa, Tonsupa, La Unión, Tonchigüe, las mismas que representan un porcentaje importante en la balanza turística del país.

Desde hace varios años se ha observado el constante crecimiento de las zonas turísticas lo que ha permitido al cantón expandir su oferta comercial en las playas, por ello el presente trabajo se enfoca en la investigación y puesta en valor de los recursos gastronómicos que ha tenido un desenvolvimiento prometedor que desafortunadamente no ha sido aprovechado al máximo.

Estas playas en comparación con otras que cuenta el país; tiene la tendencia al crecimiento lo que ha permitido mantener desde hace algún tiempo el mercado turístico; por cuya razón se ha tomado como objetivo el análisis con más detenimiento en cuanto a sus antecedentes, situación actual y perspectivas, dentro de un marco de estudio enfocado en el Cantón de Atacames y su inserción a nivel nacional.

Considerando el notable incremento de los precios en lo que respecta a bebidas, alimentos y los niveles de contaminación en las playas por los residuos que generan los turistas que no colocan los desechos en los lugares respectivos.

Este proyecto se emprenderá en mejorar la calidad de vida de los habitantes del balneario fomentando el turismo, por ello se cree que en los próximos años la demanda de turistas y los precios de los productos que se expenden en el balneario mejoren, obteniéndose un ascenso considerable en calidad y calidez lo que contribuirá a mejorar la situación económica del Esmeraldeño.

Es necesario manifestar que se hará un análisis general de la situación en el ámbito nacional, evaluando el comportamiento de precios, la afluencia de turistas los servicios básicos que se ofrecen etc.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la producción y consumo de platos y bebidas del cantón Atacames de la Provincia de Esmeraldas, para la puesta en valor de la gastronomía típica como atractivo diversificador de la oferta turística.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Inventariar los platos de la gastronomía típica del cantón Atacames que se ofertan en los menús de restaurantes, mercados, puestos de comida, casas de alojamiento y sitios de expendio.
- Identificar los productos que son empleados en la preparación de platos y bebidas típicas y su significado.
- Identificar a partir de productos base, la diversificación de platos y bebidas típicas preparados.
- Identificar formas de preparación y acompañamientos de platos y bebidas típicas.
- Identificar las combinaciones o sustituciones de ingredientes para la obtención de los diferentes platos y bebidas.
- Identificar los centros de acopio de los productos.
- Identificar las instituciones y organizaciones que promocionan la cultura gastronómica en la región.

CAPÍTULO I

SITUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL Y PRODUCTIVA DEL CANTÓN ATACAMES

1.1 Situación Geográfica

El Cantón Atacames se encuentra ubicado en la Provincia de Esmeraldas, en el norte de la Costa Ecuatoriana, es uno de los 7 cantones de la provincia; cuenta con una superficie de 508 km² y una altura de 385 m.s.n.m.

Posee una temperatura promedio de 24°C. La estación de verano se extiende de junio a diciembre con una temperatura promedio que oscila entre los 24°C hasta 32°C. en toda la provincia y sus cantones.

Administrativamente está conformado por la parroquia urbana Atacames la cual es su cabecera cantonal y las parroquias rurales de Tonsupa, La Unión, Súa y Tonchigüe.¹

Mapa No. 1



Fuente y Elaboración: Magali Guerra, "Conoce Atacames". Disponible en www.magupucca.blogspot.com/2011/04/conoce-atacames.html

El cantón Atacames limita al norte con el Océano Pacífico; al sur con la parroquia Carlos Concha y el Cantón Muisne; al este, con el Cantón Esmeraldas, y las Parroquias de Vuelta Larga y Tablazo y al oeste con las Parroquias de San Francisco y Galera del Cantón Muisne.

²

¹Atacames:(s.f.). Recuperado el 28 de febrero de 2011

<http://yebool.com.ec/ecuador/regiones/costa/Provinciade-Esmeraldas/cantones/atacames>.

²División Política: (s.f.). Recuperado el 20 de Enero de 2011 <http://www.atacames.gob.ec/inicio.php>

1.2 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

Actualmente la población del Cantón Atacames es de 30.267 habitantes (INEC 2001) con un crecimiento poblacional anual de 4.7%, ubicándose el 67,68% (20.484 hab.) en el área rural y el 32,32% (9.783 hab.) en el área urbana.

Cuadro No. 1

Distribución de la población del Cantón Atacames

Parroquia	Habitantes	Porcentaje	Hombres	Mujeres
Parroquia Atacames (urbano)	9.783	32.32%	5.108	4.675
Parroquia Atacames (rural)	20.484	67.68%	10.828	9.656
Periferia	1.468	4.85%	789	679
Parroquia Súa	3.065	10.13%	1.624	1.441
Parroquia Tonsupa	7.149	23.72%	3.697	3.452
Parroquia Tonchigüe	6.610	21.84%	3.546	3.064
Parroquia La Unión	2.192	7.24%	1.172	1.020
Total Cantón	30.267	100%	15.936	14.331

Cuadro No. 2

Distribución por Áreas		
Área Urbana	9.783	32.32%
Área Rural	20.484	67.68%
Total Cantón	30.267	100%

Fuente y Elaboración: INEC. VI censo de Población y V de Vivienda, 2001.

La población del Cantón Atacames, según el Censo del 2001, representa el 7,9% del total de la Provincia de Esmeraldas; la cual ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del 4,7% promedio anual. El 67,7% de su población reside en el área rural; y se

caracteriza por ser una población joven, ya que el 47,5% son menores de 20 años, según se puede observar en la pirámide de población por edades y sexo.³

Parroquia Tonsupa

Se ubica a 26 km al suroeste de Esmeraldas, se emplea para su arribo un lapso de 20 minutos. Se localiza a 3 km de la cabecera cantonal de Atacames.

Esta hermosa playa cuenta con una completa infraestructura, y en ella se puede pasear y observar bellas puestas de sol, convirtiéndose de esta manera en el pilar del desarrollo turístico de la zona.

Parroquia Súa

Súa está situada a 35 Km. de la ciudad de Esmeraldas y a, 5 Km. al sur de Atacames, tiene una extensión de 5 Km. y una temperatura de 21 a 32°C.

Se atribuye el término “Súa” al siguiente significado: Su = querer; a = él, es decir, “el querer”.

Sus aguas, al igual que las de Atacames, se encuentran dentro de los patrones permisibles; y pertenecen a la zona de vida del bosque seco tropical.

Cuenta con una buena infraestructura hotelera y de restaurantes. Su playa se asemeja a una gran piscina lo que permite bañarse, nadar y disfrutar de la quietud del mar

Parroquia La Unión

Se encuentra a 18 km del cantón Atacames. A la Unión se le conceptúa como un pedacito de cielo, sus casas guardan en su interior los secretos del arte culinario casero. A muchos

³*Fascículos Cantonales:* (s.f.) Recuperado el 28 de febrero de 2011 de <http://www.inec.gob.ec/web/>
http://www.inec.gob.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/cen_nac/fas_can

visitantes, les encanta las actividades del campo, disfrutan compartiendo momentos de emoción y aventura junto a los hatos de ganado mirando cómo se ordeñan las vacas, tomando su exquisita leche, observando como se cultivan los campos, como se trabaja la tierra, como se preparan los frutos que son la culminación de sus grandes jornadas de trabajo y sacrificio.

Parroquia Tonchigüe

Se encuentra a 21 km al suroeste de Atacames, posee un área de 4 km con una temperatura de 21 a 32°C. Sus aguas del mar están dentro de los modelos permisibles, pero es necesario recalcar que el agua de esta playa es influenciada directamente por la pesca artesanal; en todo caso, se cuenta con todos los derechos para esta actividad.

1.2.1 INDICADORES DE SALUD

Entre los índices de desarrollo de salud se consideran a: la mortalidad infantil, a la desnutrición, al saneamiento básico, a la dotación de agua y al personal de salud.

El único centro de salud que existe en el cantón Atacames se encuentra ubicado en la cabecera cantonal del mismo nombre y proporciona atención médica general y odontológica tanto a la población del centro urbano, como a los barrios periféricos, se hace necesario manifestar que este centro carece del equipamiento mínimo para funcionar adecuadamente.

Ante esta situación es indispensable la creación y construcción de un hospital base, para atender las necesidades de la creciente población del cantón y sus parroquias aledañas con el propósito de reducir la afluencia de los ciudadanos al hospital de de Esmeraldas que es el más cercano.

1.2.1.1 Tasa de Mortalidad

En el presente estudio se utiliza de forma puntual la información sobre las defunciones clasificadas por causas de muerte y edad para los años 1985, 1990, 1995 y 2000, publicada en

los “Anuarios de Estadísticas Vitales (Nacimientos y Defunciones)” por el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Este indicador, no tiene igual comportamiento entre las provincias del país, donde resaltan las provincias de Napo (41.3 por ciento), Zamora Chinchipe (60.8), Esmeraldas (61.0), Morona Santiago (62.6), entre otras, que tienen para el año 2000 porcentajes de defunciones con certificación médica por debajo del promedio, lo que probablemente sea resultado de una menor cobertura de los servicios de salud en el país.”⁴

Cuadro No. 3

Porcentaje de Defunciones con Certificación Médica

Provincias de Acaecimiento Provincia	Año 1985	Año 1990	Año 1995	Año 2000
Azuay	54.0	68.5	81.6	84.6
Bolívar	49.0	52.5	64.5	64.2
Cañar	41.8	53.3	68.2	77.4
Carchi	92.7	89.9	95.3	95.4
Cotopaxi	64.3	65.4	77.2	82.2
Chimborazo	59.5	63.3	74.9	76.8
El Oro	85.9	90.5	98.5	95.7
Esmeraldas	66.0	62.6	70.4	61.0
Guayas	95.2	96.2	95.4	95.2
Imbabura	70.6	65.8	70.5	66.3
Loja	43.4	46.7	60.6	64.2
Los Ríos	85.6	88.1	98.2	93.4
Manabí	60.7	61.8	99.0	77.5
Morona Santiago	41.6	48.0	62.5	62.6
Napo	51.6	43.5	49.6	41.3
Pastaza	75.0	79.3	82.0	87.7

⁴Inec: (s.f.). Recuperado el 28 de febrero de 2011 de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras/Inec/indice/mortalidad.html#>

Pichincha	97.3	98.8	98.9	97.9
Tungurahua	83.7	83.9	92.6	91.7
Zamora Chinchipe	53.9	54.9	52.3	60.8
Galápagos	100.0	100.0	96.2	97.3
Sucumbíos	*	62.3	59.6	64.6
Orellana	**	**	**	64.5
Total País	77.0	79.7	88.9	87.3

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de INEC, "Anuarios de Estadísticas Vitales, Años 1985, 1990, 1995 y 2000".

El estudio de la Unicef (citado por Cowater Inc Canadá) revela que en zonas como el cantón Atacames de la provincia de Esmeraldas la tasa de mortalidad infantil oscila entre 40 x 1000 niños nacidos vivos. Así mismo las tasas de malnutrición severas en los niños afro esmeraldeños menores de cinco años son peores que aquellas que se presentan en las regiones más pobres de la nación.

De la misma forma, documentos proporcionados por las organizaciones de comunidades afro ecuatorianas dan cuenta que, de acuerdo con datos de la Coordinación de Salud del Vicariato de Esmeraldas, para 2001 en esta región por cada 10.000 personas existían 4,4 médicos, 2,9 enfermeras, 0,7 odontólogos, 1,4 obstétricos, 9,0 auxiliares de enfermería y 21,0 promotores de salud.

Cuadro No. 4

Implementación de Médicos en la Ciudad de Esmeraldas	
Especialidad	%
Médicos Generales	4,4
Enfermeras	2,9
Odontólogos	0,7
Obstétricos	1,4
Auxiliares	9,0
Promotores de Salud	21,0

Fuente: *Elaboración propia a partir*, "Ministerio de Salud"

Al relacionar las causas de defunción mal definidas por grupos de edades con el grupo específico de edad a nivel nacional, se destaca que los indicadores en los grupos de 1 a 14 años, 65 y más años y edad ignorada se mantienen altos a lo largo del periodo de investigación.⁵

Cuadro No. 5

Estados Morbosos Mal Definidos por Grupo de Edad	Año 1985	Año 1990	Año 1995	Año 2000
Menores de 1 año	10.9	10.2	9.8	14.5
1 a 14 años	14.4	12.5	15.3	17.2
15 a 49 años	10.5	10.3	10.7	8.4
50 a 64 años	12.9	12.8	13.8	10.4
65 y más años	21.8	18.9	20.9	15.5
Edad Ignorada	22.7	18.5	28.7	25.0
Total País	15.4	14.3	15.9	13.2

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de INEC- CEPAL, "Proyección de Población"

1.2.1.2 Tasa de Natalidad

En este rubro son importantes los indicadores que miden la capacidad de reproducción de la población atacameña. Existe una asociación positiva entre altas tasas de natalidad y nivel sanitario, socioeconómico y cultural de este cantón.

Son importantes también, los indicadores que reflejan el estado de la salud materno infantil, como por ejemplo, la tasa de bajo peso al nacer, la que requiere de un registro confiable de nacimientos (vivos o muertos o defunciones fetales).⁶

⁵ *Ministerio de Salud*; (s.f.). Recuperado el 12 de julio de 2010 de www.redturs.org/inicio/docu/ecuador/planatacames.pdf

⁶ *Inec*: (s.f.). Recuperado el 13 de agosto del 2010 de <http://www.inec.gob.ec/cifras-inec/natalidad.html#>

Cuadro No. 6
Esperanza de Vida al Nacer – Atacames 1985 – 2010

Periodos Quincenales	Ambos Sexos	Hombres	Mujeres
1985 – 1990	67,5	65,3	69,9
1990 – 1995	70,00	67,2	72,6
1995 – 2000	72,3	69,7	75,1
2000 – 2005	74,2	71,3	77,2
2005 – 2010	75,0	72,1	78,0

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de INEC-CEPAL, “Proyección de Población, 1950-2010.

1.2.1.3 Tasa de Morbilidad

Las principales causas de más incidencia en este grupo son “otras enfermedades bacteriales” y “trastornos de la inmunidad”, las cuales representan para el año 2000 el 86,3 por ciento dentro de este grupo de causas. De las causas evitables por prevención, la proporción de las defunciones por “tos ferina” y “sarampión” se redujo de 21,5 a 0.6 por ciento y de 16,9 a 0,0 por ciento respectivamente; mientras que, las defunciones por “otras enfermedades bacteriales” y “trastornos de la inmunidad” aumentaron en términos relativos en 121,1 y 6.333,3% respectivamente.”⁷

⁷ Inec: (s.f.). Recuperado el 12 de julio de 2010 de [http:// www.inec.gob.ec/cifras-inec/morbilidad.html#](http://www.inec.gob.ec/cifras-inec/morbilidad.html#)

Cuadro No. 7

Enfermedades que Causan la Muerte en Atacames	1985 (%)	1990 (%)	1995 (%)	2000 (%)
Tos ferina	21,5	8,3	1,2	0,6
Tétanos	8,7	7,5	4,5	1,4
Otras enfermedades bacteriales	30,3	46,1	67,9	67,0
Sarampión	16,9	12,1	1,7	0,0
Enfermedades virales (poliomielitis, viruela, rubéola)	0,4	0,3	0,2	0,1
Enfermedades de transmisión sexual	1,2	1,0	1,1	1,3
Fiebre reumática	3,5	2,6	1,4	1,5
Enfermedades reumáticas crónica del corazón	10,0	11,4	6,8	5,4
Hepatitis viral	7,2	8,0	5,1	3,4
Trastorno de la inmunidad*	0,3	2,7	10,0	19,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de INEC-CEPAL, "Proyección de Población.

1.2.2 INDICADORES EDUCACIONALES

El 10% de los habitantes del cantón es analfabeto, el 51.5% de la población ha terminado la instrucción primaria. El 12.1% tiene instrucción secundaria y el 9.3% posee instrucción superior, aunque los índices parroquiales demuestran que es indispensable elevar el nivel de educación entre los habitantes de Atacames.⁸

⁸ Municipio de Atacames. (2002). *Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Atacames, 2010*. Primera Edición.

Cuadro No. 8

Niveles de Educación de la Población

CANTÓN ATACAMES: POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO Y ÁREAS, SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN. Censo 2001									
NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	26.457	8.595	17.862	13.986	4.472	9.514	12.471	4.123	8.348
NINGUNO	2.295	523	1.772	1.171	250	921	1.124	273	851
CENTRO ALFAB.	102	44	58	47	20	27	55	24	31
PRIMARIO	15.033	4.476	10.557	8.133	2.353	5.780	6.900	2.123	4.777
SECUNDARIO	5.164	2.152	3.012	2.586	1.089	1.497	2.578	1.063	1.515
POST BACHILLERATO	148	96	52	81	56	25	67	40	27
SUPERIOR	826	398	428	391	192	199	435	206	229
POSTGRADO	9	5	4	8	5	3	1	0	1
NO DECLARADO	2.880	901	1.979	1.569	507	1.062	1.311	394	917

El promedio de años aprobados por la población de 10 años y más (escolaridad media) para el Cantón Atacames es de 5,2 años, para la población del área urbana es de 6,0 años y para el área rural 4,7 años. Para hombres 5,1 y para mujeres 5,3 años

Fuente y Elaboración: INEC. VI Censo de Población y V de Vivienda, 2001.

Cuadro No. 9

Porcentajes de Educación de la Población

Parroquia	% Analfabetismo	% Primaria Completa	% Secundaria Completa	% Superior
Atacames	9.3	60.1	14.9	12.8
Súa	8.3	52.5	9.5	5.8
Tonsupa	10.3	50	11.3	9.4
Tonchigüe	12.1	43.2	11.3	6.8
La Unión	19.9	31.2	4.6	2.5

Fuente y Elaboración: INEC. VI Censo de Población y V de Vivienda, 2001.

En la Provincia de Esmeralda la tasa de analfabetismo en la población mayor de 10 años superó el 11% frente al 8.4% del promedio nacional en el año 2001, donde son las mujeres las que presentan la tasa más alta del 11.1% frente a los hombres esmeraldeños que se sitúa en 10.9%. En ese mismo orden, la provincia es mas analfabeta en el campo (14.1%) que en la ciudad (6.7%).

Incluso las mujeres rurales siguen siendo más analfabetas que los hombres rurales (14.5% frente al 13.8%). Ante las precarias condiciones de analfabetismo que presenta la provincia de Esmeraldas, se le agregan las condiciones de escolaridad media, la cual refleja el número promedio de años aprobados por la población estudiantil en los diferentes niveles de instrucción.⁹

1.2.3 MIGRACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Durante los últimos 5 años, la migración interna y externa en el cantón Atacames se ha convertido en un fenómeno central tanto desde la perspectiva económica como de la social. Basta recordar que las divisas provenientes de la migración constituyen el segundo rubro de importancia luego del petróleo y que por otro lado, existen nuevos problemas sociales, psicológicos y culturales que afectan a la estabilidad de las numerosas familias que residen en el cantón.

El telón de fondo sobre el que se puede explicar la presencia de este fenómeno es sin duda el descalabro de la economía ecuatoriana registrado en 1999 que se expresa en la más grande crisis bancaria de ese siglo y el posterior proceso de dolarización, una tabla coyuntural de salvación que no ha resistido las olas del modelo neoliberal.

En estas condiciones de fragilidad económica, para muchas familias no les quedaba otra alternativa que migrar fuera del cantón a otras ciudades e incluso a otros países, como un mecanismo rápido de captar divisas que permitieran escapar la crisis expresada en la falta de oportunidades de trabajo y de esta manera establecer nuevas estrategias de tipo globalizado que son la que han permitido su sobrevivencia.

La salida de los ecuatorianos y extranjeros en el 2009 de algunas provincias del Ecuador fue muy evidente, y entre las ciudades que destacan se encuentran; Quito cuyo porcentaje se mantuvo entre 43,30% para los ecuatorianos y el 44,20% de extranjeros, así también está Guayaquil con un 40,70% ecuatorianos y 27,80% extranjeros, sin dejar de lado a la provincia

⁹ Municipio de Atacames. (2002). *Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Atacames, 2010. Primera Edición.*

de Atacames el cual contribuyó en las estadísticas con un porcentaje de 0,30% de ecuatorianos y el 0,40% de extranjeros, según datos que expresan las jefaturas de migración.¹⁰

Cuadro No. 10

Salidas de Ecuatorianos y Extranjeros según jefaturas de migración

Jefaturas de Migración	Ecuatorianos		Extranjeros	
	Números	%	Números	%
Quito	358.333	43,30%	419.921	44,20%
Guayaquil	332.745	40,70%	263.901	27,80%
Tulcán	17.897	2,20%	112.017	11,80%
Atacames	2.288	0,30%	3.372	0,40%
Salinas	79	0,00%	137	0,00%
Manta	4.122	0,50%	4.365	0,50%

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos del INEC "Anuario de entradas y salidas internacionales 2009"

1.2.4 INDICADORES DE DESARROLLO HUMANO Y POBREZA

En cuanto a las características económicas, se conoce que el 69.6% de la población de Atacames en edad de trabajar no lo hace; el 33.8 % labora más de una hora al día, siendo muy elevado el índice de desempleo y subempleo.

Los niveles de desigualdad y pobreza son bastante elevados, pues un 78.2% de la población se ubica bajo estos niveles y un 44.5% de la población está bajo un nivel de pobreza extrema medidos por las necesidades básicas insatisfechas.¹¹

¹⁰ *Inec*: (s.f.). Recuperado el 12 de enero del 2010 de <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/migración>

¹¹ *Municipio de Atacames*. (2002). *Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Atacames, 2010*. Primera Edición.

Cuadro No. 11
Índices de Pobreza

Parroquia	% Pobreza Por NBI	% Extrema Pobreza Por NBI	% Personas en Viviendas con Servicios Inadecuados	% Personas en Hogares con Hacimiento Crítico	% Personas en Hogares con Niños que no asisten a la Escuela
Atacames	67.5	35.1	50.4	37.1	12.2
Súa	83.1	50.7	74.1	39.9	12.8
Tonsupa	80.5	45	62.7	42.3	13.2
Tonchigüe	84.8	50.7	75.3	41.6	15.3
La Unión	98.3	64.2	98.3	45.8	25.9

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del; Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Atacames

Utilizado en el presente indicador, se define a los hogares como pobre cuando adolece de carencias graves en el acceso a educación, salud, nutrición, vivienda, servicios urbanos y oportunidades de empleo en el cantón Atacames.

Se calculan los indicadores necesarios para establecer la existencia de las condiciones mencionadas en los hogares, es decir: déficit de servicio eléctrico, déficit de agua potable, déficit de alcantarillado, hacinamiento, analfabetismo, insuficiente escolaridad, insuficiente matrícula escolar, deficiente atención de salud y baja participación laboral. Cualquier hogar que tenga una o más de estas deficiencias se considera un hogar y a sus miembros con necesidades básicas insatisfechas.

1.3 ANÁLISIS DE LA VIVIENDA

Previamente, desde la capital de la provincia se manejaba los permisos de construcción, tanto para viviendas particulares, como para empresas con fines de lucro de cualquier tipo. Se brindaba así mismo todos los servicios básicos, como agua potable, luz, teléfono y alcantarillado, ayudando así a la expansión rápida de su población e incentivando a la inversión privada.

Actualmente, en el cantón existe una inversión privada de 200 millones de dólares, incluyendo hoteles, restaurantes y bares, que logran abastecer la estadía de más visitantes, proyectando generar 36 millones anuales de ingresos para la provincia. La parte inmobiliaria del cantón ha crecido desmesuradamente en la parte de construcciones privadas, donde las familias optan por invertir en sus propias residencias y economizar en las estadías, creando una gran baja en la economía de los inversionistas privados.

Cuadro No. 12

Total de Viviendas, Ocupadas con Personas Presentes, Promedio de Ocupantes y Densidad Poblacional							
Área	Total de Vivienda	Viviendas Particulares Ocupadas			Población Total	Extensión Km2	Densidad Hab/Km2
		Número	Ocupantes	Promedio			
Total Cantón	8.689	6.753	29.967	4,4	30.267	511,4	59,2
Área Urbana	2.831	2.220	9.655	4,3	9.783		
Área Rural	5.858	4.533	4.533	4,5	20.484		

Cuadro No. 13

Viviendas Particulares Ocupadas, Por Tipo de Vivienda Según Parroquias									
Parroquias	Total Viviendas	Casa o Villa	Depart.	Cuartos en alquiler	Mediagua	Rancho	Covacha	Chozas	Otro
Total Cantón	6.753	4.996	335	271	281	693	120	19	38
Atacames	2.220	1.720	148	111	61	122	40	-	18
Periferia	303	215	-	-	30	50	8	-	-
La Unión	475	370	2	11	5	74	12	1	-
Súa	673	489	12	11	19	125	9	5	3
Tonchigüe	1.408	1.055	38	42	63	166	27	3	14
Tonsupa	1.674	1.147	135	96	103	156	24	10	3

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de INEC "VII Censo de Población y V de vivienda 2001".

1.3.1 Servicios Básicos de Cantón Atacames

1.3.1.1 Agua

No hace mucho, la población en general de la costa ecuatoriana poseía problemas graves de abastecimiento de agua; en esta región natural, el medio principal donde se podía conseguir esta fuente de vida era mediante pozos o vertientes de río. El gobierno se está encargando de abastecer de agua potable ya casi al 70% de los ciudadanos, grupo cuyos miembros ubicados en las áreas urbanas son quienes más la disfrutan. A pesar de todos los esfuerzos por conseguir que toda la población tenga este servicio, todavía se ve a mujeres en zonas rurales o en ciudades de provincias pequeñas que lamentablemente tienen que lavar la ropa en las orillas de los ríos.

Cuadro No. 14

Abastecimiento de Agua		
Total	6.753	100
Red Pública	4.793	71,0
Pozo	399	5,9
Río o Vertiente	1.108	16,4
Carro Repartidor	160	2,4
Otro	293	4,3

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de INEC "VII Censo de Población y V de vivienda 2001.

1.3.1.2 Electricidad

Casi la totalidad del cantón goza del servicio eléctrico, al margen de tener las mismas complicaciones que el resto de las ciudades del país; todavía existen algunos cortes de energía durante el año, pero se puede decir que casi son mínimos.

Cuadro No. 15

Abastecimiento de Electricidad		
Total	6.723	100,00
Si dispone	5.629	83,20
No Dispone	1.132	16,80

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de INEC "VII Censo de Población y V de vivienda 2009.

1.3.1.3 Telefonía

En el cantón es muy escasa; un alto número de viviendas (5.855) no posee este servicio, pero a pesar de este inconveniente, encontrar lugares de cabinas telefónicas es muy fácil.

Advirtiendo la necesidad de los pobladores, gente emprendedora buscó alternativas con fines de lucro que brindan servicio de teléfono e Internet, haciendo que las personas siempre se mantengan comunicadas a bajos costos.

Cuadro No. 16

Abastecimiento de Telefonía		
Total	6.723	100,00
Si dispone	898	13,30
No Dispone	5.855	86,70

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de INEC "VII Censo de Población y V de vivienda 2009.

1.3.1.4 Alcantarillado

En Atacames y en sus parroquias aledañas el alcantarillado lo disfrutaban muy pocas familias, mientras que en su mayoría, la gente utiliza los pozos sépticos; uno de los problemas del alcantarillado es que las aguas servidas no reciben el debido proceso para ser enviadas a los mares o ríos. Las poblaciones, sobre todo las dedicadas a la caza de conchas en el manglar, afirman que las aguas contaminadas están afectando a la reproducción de estos crustáceos, reduciendo su número drásticamente. El manejo de pozos sépticos también puede ocasionar problemas, si no se mantiene un debido control, éstos pueden colapsar, o ciertas sustancias se pueden filtrar por la tierra contaminando las aguas freáticas del sector, lo que quiere decir que todas las personas que ocupen pozos para abastecerse de agua pueden estar consumiendo toxinas dañinas para la salud.¹²

¹²*Fascículos Cantonales* (s.f.). Recuperado el 12 de julio de 2010:
http://www.inec.gob.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/cen_nac/fas_can

Cuadro No. 17

Eliminación de Aguas Servidas		
Total	6.753	100
Red Pública de alcantarillado	915	13,5
Pozo Ciego	1.534	22,70
Pozo Séptico	2.609	38,60
Otra Forma	1.695	25,10

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de INEC "VII Censo de Población y V de vivienda 2009.

1.4 SITUACIÓN POLITICA Y ADMINISTRATIVA

En lo que se refiere al ámbito gubernamental, el Ministerio de Turismo realiza capacitaciones continuas a la gente de la zona; actualmente, se está realizando una capacitación a 900 transportistas de la provincia de Esmeraldas y de los cantones aledaños que voluntariamente aceptaron instruirse con el objetivo de brindar un mejor servicio al turista.

El ITUR (Información Turística) dentro del cantón Atacames también tiene varias responsabilidades en lo que se refiere a promoción, capacitación y seguridad de sus playas; su director afirma que dentro de su trabajo no solo consta el recaudar anualmente las licencias de funcionamiento de los establecimientos registrados, sino que también se realiza promociones turísticas en ferias nacionales, ayudando a su vez a resolver las inquietudes o quejas de los turistas o de los establecimientos y colaboran con la seguridad de las playas brindando equipamiento a los policías y a los salvavidas en temporada alta.

1.4.1 Políticas Administrativas

En el cantón Atacames se emplean las siguientes políticas administrativas para conducir los planes que el ministerio de Turismo se encuentre ejecutando o proyectos por ejecutar con relación al aprovechamiento de los recursos turísticos.

- Establecer mediante reglamento, las normas y especificaciones técnicas que deban sujetarse a las personas naturales o jurídicas que construyan o remodelen infraestructuras turísticas y operen el manejo turístico dentro del cantón.

- Verificar que los sistemas y manejos señalados en el literal anterior estén dentro de las normas del Instituto y las disposiciones ambientales que se emitan para el efecto.
- Promover y organizar la capacitación de los operadores turísticos.
- Integrar comunidades urbanas y rurales, interesadas en el desarrollo turístico, brindando capacitación permanente a las operadoras turísticas
- Evaluar los recursos turísticos y establecer un completo inventario de estos para mantenerlos actualizados permanentemente.
- Coordinar con las empresas dedicadas al turismo y las autoridades culturales del cantón, en el aprovechamiento integral de los recursos turísticos, así como también, prestar asistencia técnica a las empresas y comunidades operadoras turísticas, para lo cual se dictarán los reglamentos que sean necesarios.
- Promover la participación entre empresas turísticas, comunidades, organizaciones jurídicas y particulares estimulando la inversión de capitales nacionales y extranjeros.
- Conocer y tramitar las solicitudes de aprovechamiento de los recursos turísticos de las empresas turísticas, comunidades o personas particulares, al igual que instalaciones y proyectos y remitir el respectivo informe, aprobándolo. Para el efecto se mantendrá un registro de autorizaciones.”¹³

1.5 SECTOR PRODUCTIVO PRIMARIO

1.5.1 Agricultura

La agricultura ha sido practicada desde los inicios de la humanidad en tiempos preincaicos. Se han realizado modificaciones en los espacios agrícolas a través del tiempo; cambios

¹³*Municipio de Atacames: (s.f.). Recuperado el 22 de julio de 2010*
<http://www.municipiodeatacames.gov.ec/inicio.php?contenido=4>

producidos en función de la adaptación a los factores naturales como también en función de los sistemas económicos y políticos.

Con la revolución industrial y la consecuente necesidad del incremento de alimentos, la agricultura, que hasta ese momento había sido de carácter tradicional, se transformó progresivamente. El desarrollo de la técnica desempeña un papel muy importante en los niveles de productividad y diversificación de los productos agrícolas en Atacames.

Actualmente se distinguen dos tipos de enfoque de la agricultura como modo de producción.

- La agricultura como modo de vida, es decir, la concepción más tradicional.
- La agricultura como modo de ganarse la vida, es decir, con un punto de vista mucho más económico.

El suelo del cantón Atacames permite la producción de cacao, arroz, maíz, palma africana, albahaca y una gran variedad de frutas tropicales. Entre las principales especies forestales están: chanúl, balsa, laurel, sande, guayacán y tangaré.

Entre los principales problemas que atraviesa el cantón con respecto a la agricultura son: el alto deterioro del suelo en varias comunidades rurales, falta de sistemas de riego, el abandono de las tierras por parte de sus propietarios, muchos de los cuales han emigrado a otras ciudades o países.¹⁴

1.5.2 Ganadería

La ganadería es considerada también una actividad económica importante para el cantón, la cual desarrolla una serie de ventajas para los pobladores de Atacames de la Provincia de Esmeraldas.

El 27% del territorio cantonal es destinado para la ganadería; el cantón dispone de una buena producción de pastizales para la cría del ganado y la producción del mismo se destina a la industria de leche, quesos, mantequilla y a la venta para cría y distribución de su carne.

¹⁴ *Municipio de Atacames. (2002). Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Atacames, 2010. Primera Edición.*

La crianza de ganado vacuno ha crecido en los últimos tiempos, la misma que se comercializa en los mercados en forma relativamente fácil.¹⁵

Se puede encontrar diferentes tipos de ganado:

Cuadro No. 18 Ganado Mayor

Ganado mayor	No. Cabezas	Porcentaje
Vacuno	23.861	83,55%
Mular	151	0,53%
Asnal	80	0,28%
Caballar	4.466	15,64%
TOTAL	28.558	100%

Cuadro No. 19 Ganado Menor

Ganado menor	No. Cabezas	Porcentaje
Porcino	17.875	98,34%
Conejos	302	1,66%
TOTAL	18.177	100%

Fuente: *Elaboración propia a partir de* Estadísticas Agropecuarias Municipio de Atacames

Cuadro No. 20 Avicultura

Avicultura	No. Cabezas	Porcentaje
Gallos – pollos	87.342	98,67%
Patos	1072	1,21%
Pavos	109	0,12%
TOTAL	88.523	100%

Fuente: *Elaboración propia a partir de* Estadísticas Agropecuarias Municipio de Atacames

1.5.3 PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO

Atacames es considerado como un gran expendedor de mariscos de buena calidad. Es curioso observar que existen pescadores poli funcionales es decir que se dedican a la pesca artesanal a la cosecha de vegetales y de frutas como el cacao, el verde, el coco etc.

Para aprovechar al máximo las oportunidades que brinda la tierra prospera y productiva, los habitantes de Atacames cuentan con programas y proyectos que se han desarrollado con ayuda del Ministerio de Turismo; que benefician a cientos de personas de todas las parroquias contribuyendo de esta manera al desarrollo económico del cantón.

¹⁵Municipio de Atacames: (s.f.). Recuperado el 12 de Septiembre de 2010 del <http://www.municipiodeatacames.gov.ec/inicio.php?contenido=6>

PROGRAMAS TURISTICOS PRODUCTIVOS

Se debe destacar que la capacitación, el asesoramiento y apoyo a pequeños productores están llevando a emprendimientos turísticos productivos.

A continuación se presenta la descripción de cada uno de éstos programas:

Mi Canoa Turística:

Este programa favorecerá al mejoramiento de la calidad de vida de los emprendedores de negocios micro, pequeños y medianos de transporte turístico marítimo, fluvial y lacustre del cantón; a través de la estructuración de una oferta de calidad basada en estándares técnicos y diversificación de alternativas de servicios que promuevan la seguridad integral y expectativas de turistas nacionales y extranjeros.

Info taxi:

Es un programa que buscará mejorar de manera integral el servicio de taxis en Atacames a través de un proceso de certificación que acreditará a los choferes que de manera voluntaria se acojan a la normativa técnica y a la capacitación para ofrecer calidad e información turística.

Consolida Turismo Comunitario:

Brindará servicios de apoyo al sector turístico comunitario a través de asistencia técnica especializada, líneas de crédito a través de la banca pública, capacitación y difusión de los emprendimientos turísticos.

Negocios Turísticos Productivos:

Fortalecerá el componente productivo de los negocios turísticos a través de la identificación de las oportunidades de inversión en emprendimientos turísticos. Asistencia técnica especializada en gestión de proyectos y apoyo técnico especializado en gestión de créditos con los organismos de la banca pública.”¹⁶

¹⁶ Ministerio de Turismo del Ecuador: (s.f.). Recuperado el 12 de Septiembre de 2010 del http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1941:22-emprendedores-turisticos-de-atacames-&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151

1.5.4 ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia técnica a los pequeños productores agropecuarios y ganaderos del cantón está a cargo de varias instituciones, especialmente privadas, quienes contemplan en sus planes, la capacitación y asesoramiento en la producción y comercialización de sus productos.

Entre las cuales figuran *Agropecuarios Vaca* que es una entidad privada, que a través de su asesoramiento y ayuda técnica en los proyectos ejecutados en zonas frutícolas, huertos y crianza avícolas.

De igual manera, organismos públicos, como el *Gobierno Provincial de Esmeraldas*, ha comprometido su apoyo en capacitar y brindar asistencia técnica a productores de lácteos de las organizaciones en las diferentes parroquias con el objetivo de obtener un producto de excelente calidad.¹⁷

1.5.5 COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO

Los productos que se obtienen de la agricultura, la ganadería y la pesca son destinados en su mayoría para el consumo local; muchos de estos productos son utilizados para preparar deliciosos platos tradicionales y también para ser comercializados en el centro urbano del cantón.

Para comercializar sus productos, varios pobladores se han organizado en asociaciones de pequeños y grandes comerciantes, tal es el caso de la asociación que lidera el sector gastronómico en el mercado de marisco de la playa de Atacames.

1.5.6 Crédito

Para la puesta en marcha de los diferentes proyectos y asesoramiento técnico que son brindados a los comerciantes del cantón y sus parroquias aledañas se requiere de inversión o financiamiento; los cuales se canalizan a través de cooperativas de ahorro y crédito, se puede acceder a préstamos e invertirlos en el sector agrícola, ganadero, avícola o a la pesca para mejorar sus fuentes de trabajo del cual dependen muchas familias.

¹⁷Agropecuarios Vaca; (s.f.) Recuperado el 20 de mayo del 2011, de <http://www.guimun.com/ecuador/negocios/1929/almacen-agropecuario-vaca>

El objetivo clave de estas cooperativas al abrir agencias en el cantón Atacames, es la de fomentar la producción e incentivar a la economía del sector. Entre las cuales se encuentran: *Cooperativa de Ahorro y Crédito “Coopad”*; *“Minga”*; *“Finca”* y *Cooperativa de Ahorro y Crédito “Cooprogreso.”*

No hay que olvidar que El Banco Nacional de Fomento con su agencia en Esmeraldas, a 30 minutos de Atacames, ofrece créditos y ayuda con un subsidio a los insumos agrícolas y pecuarios, permitiendo a los pobladores del cantón promover el desarrollo agropecuario de la región.

Aporte importante brindan también las ONG's, que dentro de sus proyectos de desarrollo del cantón, a más de ofrecer asesoría técnica, permiten acceder a un sistema de ahorro y crédito, siendo las mujeres las más beneficiadas, esto debido al alto índice de migración masculina.

1.6 SECTOR PRODUCTIVO SECUNDARIO

1.6.1 Industria Láctea

En el cantón Atacames la industria está dividida en varias ramas entre las cuales se encuentra:

En Atacames, gracias a los campos que favorecen al agro la ganadería, la población se dedica a la industria láctea en la elaboración de productos como el queso costeño de buen sabor y de gran calidad, los embutidos, las conservas, las cocadas, las bebidas y a la distribución de leche creando asociaciones que les permiten vender sus productos en las parroquias aledañas.

1.6.2 Manufacturación de collares y aretes de concha de coco.

Una de las actividades más destacadas y reconocidas a nivel nacional e internacional, son los collares y aretes, los mundialmente conocidos “concha de coco” y otros objetos decorativos a base del mismo material.

Este arte lo desarrollan las talentosas manos de los pobladores de Atacames y otras comunidades rurales de la zona. La materia prima para la elaboración de los aretes y collares, es originaria de la ciudad. En el cantón existe la Asociación de Artesanos, que reúne a 220 mujeres y varones artesanos que comercializan sus productos a todos los turistas nacionales y extranjeros.¹⁸

1.6.2 Artesanías

Atacames mantiene viva una rica tradición artesanal, heredada de padres a hijos. En el Centro Artesanal Municipal y en diferentes tiendas encontrará los más bellos objetos de la cultura popular tanto del pueblo negro como de las nacionalidades indígenas *chachi* y *éperas* elaborados en materiales sostenibles del medio como la tagua, el coco, la chonta, damagua, balsa, rampida, calabaza, concha, bambú, guadua, semillas y cerámica. Aretes, collares, llaveros, binchas, pulseras, caretas, ceniceros, bolsos, canastas, abanicos, carteras, esteras, mantas, tapetes, canaletes, canoas, maracas bombos, cununos, figuras elaboradas en cerámicas son productos que podrás adquirir como recuerdo de tu visita a la ciudad.

Se puede decir que la manufactura y la artesanía, son actividades económicas a las que se dedica el 46% de la población económicamente activa del cantón, esta práctica en gran parte de la población rural es complementaria a las labores agropecuarias y constituye otra fuente de ingreso siendo practicada aproximadamente en un 75% por las mujeres en todo el cantón. Son varias las artesanías que se puede encontrar en todas las parroquias del cantón, según se puede apreciar en la siguiente figura:

Imagen No. 1



Fuente: Foto de artesanías del mercado artesanal; Atacames febrero 2011, Archivo de la autora

¹⁸ *Gobierno Municipal de Atacames (2011). Atacames: Patrimonio Cultural del Ecuador.*

Imagen No. 2



Fuente: Foto de artesanías del mercado artesanal; Atacames febrero 2011, Archivo de la autora

1.6.4 CRÉDITO

1.6.3.1 Tipos de Emprendimiento y Líneas de Crédito utilizados en el Cantón Atacames

Los emprendimientos en instalados o por instalarse sean privados o comunitarios, en el cantón son de las siguientes líneas:

- Microcréditos
- Línea créditos
- Créditos asociativos para turismo y gastronomía organizada

1.6.3.2 Sectores Susceptibles de Financiamiento

Las actividades turísticas que tienen acceso a las líneas de crédito del Banco Nacional de Fomento en el cantón son las siguientes:

Alojamiento Hotelero:

Hotel, Hotel Residencia, Hotel Apartamento, Hostal, Residencia, Pensión, Hostería, Paraderos, Cabaña, Refugio, Parador, Albergue, Hotel Boutique, Hacienda Turística, con excepción de los moteles.

Alojamiento Extra Hotelero:

Complejos vacacionales, Apartamento turístico, Campamentos Turísticos (camping), Ciudades vacacionales, Centro turístico comunitario.

Servicio de alimentos y bebidas:

Restaurante, Cafetería, Bares, Fuente de soda.

Servicio de Entretenimiento:

Termas y balnearios, Boleras, Pistas de patinaje, Centros de recreación turística.

Transportación:

Marítimo, Lanchas de pasajeros, Lanchas de tour diario, Fluvial (canoas), Terrestre (Buses, Vans, Mini vans, Vehículos 4x4, Vehículos livianos, Cuadrones, Motos, Bicicletas, Carretas, Tricimotos, Equipos enmarcados en el programa Info Taxi).

Agencias de viajes y turismo:

Agencia de viajes mayorista, Agencia de viajes internacional, Agencia de viajes operadora y Agencia dual.

Intermediación:

Centros de convenciones y Salas de recepciones y banquetes.

Servicios complementarios a la cadena de valor del sector turístico, como son:

Cabinas telefónicas y comunicaciones, compañías de equipamiento y venta de accesorios para los turistas y/o establecimientos turísticos (camping, montañismo, etc).

1.6.3.3 Destino del Crédito

Financiamiento de capital de trabajo:

Los créditos que otorga a los colonos el Banco del Fomento son exclusivamente para la adquisición de insumos, materia prima, materiales, mercaderías, suministros, pago de mano de obra y servicios (incluye promoción y asistencia técnica especializada - Sistemas de mejoramiento de procesos, certificaciones de calidad, asesoría técnica para la elaboración de herramientas técnicas de gestión, investigación de mercado, marketing, comercialización y afines).

Activos Fijos Tangibles:

Lo que se dedica a Obras civiles (Proyectos Nuevos, Ampliación, Mejoramiento y Remodelación), Adquisición de Terrenos en zonas rurales, Maquinaria, Equipos, Menaje, Mobiliario, Muebles y Enseres, Lencería, Elementos decorativos, Transporte turístico, Semovientes, Adecuación de locales turísticos en sitios propios o arrendados.¹⁹

1.7 SECTOR PRODUCTIVO TÉCNICO

1.7.1 Comercio

El 8% de la población económicamente activa se dedican al comercio y dentro de esta actividad, el comercio al por menor es el más importante. Son varios los negocios que ofertan diferentes productos, desde ferreterías, restaurantes, telefonía móvil, etc., algunos de los cuales son instalados con el dinero que envían las personas que viven fuera del país. El comercio representa una actividad sustentable dentro de la economía del cantón.

Atacames vive principalmente del turismo, el cual es la fuente vital del comercio diario que manejan los colonos en torno al que se desarrollan un sin número de actividades comerciales y de recreación. Atacames cuenta con la planta hotelera más grande del país.

¹⁹Banco Nacional del Fomento: (s.f.). Recuperado el 12 de Septiembre de 2010 de https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=category&id=5&Itemid=4&lang=es

1.7.2 Turismo

La playa de Atacames empezó como parte del cantón del Esmeraldas, siendo una playa extensa con unos paisajes maravillosos y áreas naturales los cuales son caracterizados por un magnífico clima a lo largo del año, situación por la que empezó a crecer turísticamente en muy poco tiempo.²⁰

La actividad turística como fuente generadora de recursos económicos es incipiente; de todos modos, se considera como una alternativa de desarrollo económico, ligada a otras actividades productivas y al cuidado del medio ambiente.

Entre los diferentes atractivos turísticos que presenta el cantón, se puede citar.

Naturales: Playas de Tonsupa, Playa de Atacames, Playa de Súa

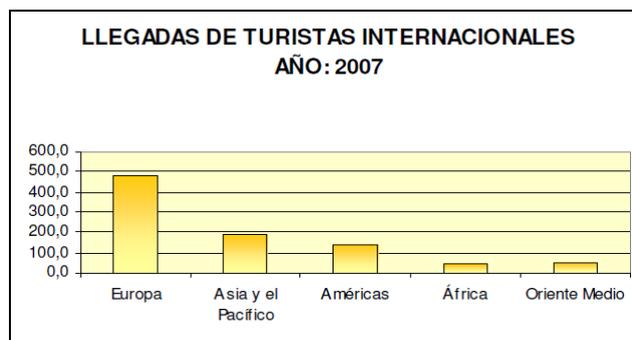
Ríos: Tonchigüe, Atacames, Teaone

Culturales y religiosos: Centro histórico, Iglesia Matriz

1.7.2.1 Turismo Receptivo

Ecuador posee ingresos altos en lo que se refiere al turismo receptivo, o turismo que proviene de otros países, donde gracias a la biodiversidad de atractivos naturales únicos, se constituye el nuestro como uno de los países favoritos en el mundo.

Cuadro No. 21



Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de OMT "Anuarios de Llegadas Internacionales".

²⁰Municipio de Atacames: (s.f.). Recuperado el 12 de Septiembre de 2010
<http://www.municipiodeatacames.gov.ec/inicio.php?contenido=5>

Europa se lleva el mayor porcentaje de turistas que visitan el Ecuador, gracias a su gran capacidad de adquisición, es el mercado que más divisas deja en el Ecuador.

Los puntos de arribo más significativos en el período en mención fueron los aeropuertos de Quito con 428.974, de Guayaquil con 228.352 y los pasos fronterizos de Tulcán con 126.788 y Huaquillas con 147.785, que cubren el 97,7 por ciento de entradas de extranjeros al Ecuador. De ahí se encuentran el paso de Macará en Loja con 12.544 y el puerto de Manta en Manabí.

Los puertos y pasos fronterizos de Sucumbíos, Pastaza, Esmeraldas y Orellana registraron un total de 6.387 arribos y entrada de extranjeros. El Ministerio de Turismo asevera que los estadounidenses, con 240.530 personas, los colombianos, con 201.546, y los peruanos, con 149.250, son quienes registran mayor número de llegadas por parte de América, según los archivos de Migración.

Cuadro No. 22

Ingresos por Concepto de Turismo	
Años	Ingresos
2007	464,3
2008	487,7
2009	492,2
2010	639,8

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de Banco Central del Ecuador

Los ingresos turísticos son considerados como aquella parte de la economía ecuatoriana que se genera gracias al movimiento de turistas en las diferentes zonas; estos ingresos involucran viajes y transporte de pasajeros, por los que en el año 2010 se obtuvieron 639,8 millones de dólares a nivel nacional, tanto en el movimiento de turistas nacionales como en el de internacionales.

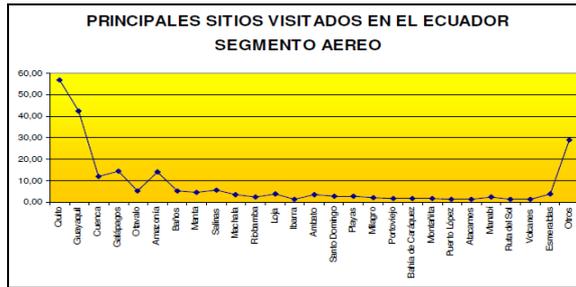
1.7.2.2 Principales Sitios Visitados en el Ecuador

En lo que se refiere a los principales sitios visitados en el Ecuador, tenemos 2 segmentos: aquellos turistas que utilizan el transporte aéreo y aquellos que utilizan el transporte terrestre, público o privado. Quito y Guayaquil son las ciudades más visitadas, y esto se da debido a las dos ciudades que suelen ser el punto de partida para los turistas, ya sea por su inigualable

belleza o por contar con infraestructura portuaria o aeroportuaria para dirigirse hacia otros destinos.

Otros lugares también visitados por turistas son Cuenca, Amazonía, Galápagos, Loja, Esmeraldas, Santo Domingo, etc.

Cuadro No. 23



Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de Ministerio de Turismo "Segmento Aéreo"

Cuadro No. 24



Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos de Ministerio de Turismo "Segmento Terrestre"

1.7.2.3 Motivo de la Visita en Atacames

Los turistas que ingresan vía aérea han respondido con un 49,41% que su viaje se ha realizado por ocio y vacaciones; pero también existe un gran número de personas que visitan nuestro país por motivos profesionales y de negocios. Ocio, recreación y vacaciones son las tres palabras en las cuales se destaca el Ecuador; el ocio es generalmente practicado en las miles

de playas vírgenes con las que cuenta el país, donde el silencio se confunde con el sonido de los animales de la zona.”²¹

Cuadro No. 25

Motivo de la Visita a Atacames	
Motivo	% Participación
Ocio, recreo y vacaciones	49,41
Gastronomía y Artesanías	17,83
Negocios y motivos profesionales	29,22
Visita a parientes y amigos	3,54
Total %	100,00

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos del Ministerio de Turismo

Los negocios y los motivos profesionales son el segundo motivo por lo que los turistas ingresan al balneario quedando la gastronomía y las artesanías en tercer lugar; por lo general, este tipo de turismo ingresa a las capitales provinciales, y se hospedan en hoteles de 4 y 5 estrellas.

1.7.2.4 Preferencia de Actividad de Turistas Nacionales

Dentro del turismo nacional, la diversión es el primer motivo por el cual los ecuatorianos se movilizan a otras provincias o ciudades a realizar distintas actividades. El estrés de las ciudades principales se deriva en el 26,1% a la visita de lugares naturales o áreas protegidas, ya que los lugares tranquilos y sin contaminación ayudan a relajarse.

²¹Ministerio de Turismo del Ecuador: (s.f.). Recuperado el 12 de Septiembre de 2010 del http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1941:22-emprendedores-turisticos-de-atacames-&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151

Cuadro No. 26

Actividad Realizada	Total de Visitantes	%
Diversión	1.212.990	45,6
Visitar naturaleza o áreas protegidas	695.169	26,1
Practicar Deportes	326.317	12,2
Gastronomía	170.882	6,4
Observar Flora y fauna	79.232	3
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77.126	2,9
Realizar Compras	52.381	2
Visitas a comunidades	4.473	0,2
Visitar a shamanes, curanderos	1.608	0,1
Otros	44.137	1,7
Total Universo	2.666.315	100,00

Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos del Ministerio de Turismo “Sistemas de Estadísticas Turísticas del Ecuador 2010”

Luego de los sitios naturales, las playas ocupan el segundo lugar, y gracias a la buena infraestructura hotelera con la que se cuenta, se puede brindar al turista la opción de escoger zonas y establecimientos de acuerdo a sus posibilidades.

El Ecuador se destaca por la cantidad de aguas termales que posee, aguas que gracias a sus minerales y sales que tienen propiedades curativas razón por la cual el país se consolida en un lugar privilegiado dentro del contexto continental.

Cuadro No. 27

Sitios Visitados	Total de Visitantes	%
Sitios Naturales	786.718	29,5
Playas	775.756	29,1
Balnearios Termales	404.860	15,1
Sitios de Diversión	221.414	8,3
Sitios de Comida	144.161	5,4
Fiestas y Mercados	102.281	3,8
Fiestas Religiosas	65.396	2,5
Otros	56.460	2,1
Parque Nacional	40.147	1,5
Museos	34.267	1,3
Zonas Históricas	26.988	1
Sitios Arqueológicos	7.867	0,3
Total Universo	2.666.315	100,00

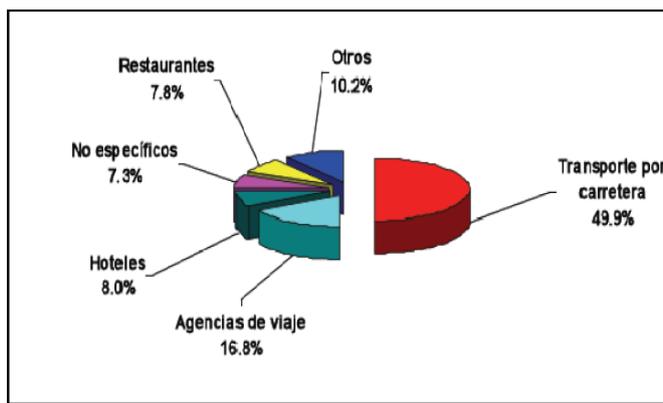
Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos del Ministerio de Turismo “Sistemas de Estadísticas Turísticas del Ecuador 2010”

1.7.2.5 Gasto de Consumo Turístico en Atacames

Dentro del presupuesto familiar, un turista tiene designado para su viaje, el transporte terrestre que es el gasto más alto que se designa. En el año 2010 se logró detectar que el 49.9% del presupuesto de una familia se invierte en el traslado hacia su lugar de visita, por lo que los turistas internos, cuando llegan a su destino, procuran no utilizar más sus vehículos para trasladarse a lugares más cercanos.

Los colegios, las instituciones públicas y privadas, o grandes grupos, optan por utilizar las agencias de viajes para las cotizaciones de sus viajes. La diversión, distracción, deportes de aventura, entre otros encierra 10.2% del gasto del consumo turístico interno, superando a los hoteles y restaurantes, lo que afirma que el turista en sus viajes realizan diferentes actividades para su distracción.”²²

Cuadro No. 28



Fuente: *Elaboración propia*, a partir de datos del Ministerio de Turismo “Sistemas de Estadísticas Turísticas del Ecuador 2010”

1.7.3 Transporte

El cantón cuenta con oficinas de transporte terrestre individual, en donde cada una de las cooperativas puede controlar y administrar la salida y entrada de cada uno de sus unidades, en la cabecera cantonal y parroquial.

²²Ministerio de Turismo del Ecuador: (s.f.). Recuperado el 12 de Septiembre de 2010 del <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101235981>

Si se emplea un vehículo particular desde Esmeraldas hacia Atacames, el tiempo que se emplea es de 25 minutos. Existe solo una opción para trasladarse vía terrestre, vía que se encuentra en buen estado debido a las últimas modificaciones que el gobierno ha realizado.

Dentro del transporte Interprovincial tenemos la Cooperativa “Trans Esmeraldas”, que sale desde Quito, o Guayaquil directo hasta el cantón realizando una pequeña escala de aproximadamente 10 minutos en el terminal de terrestre de la ciudad de Esmeraldas.

El valor del pasaje que se paga en esta cooperativa es de 8 dólares desde Quito y desde Guayaquil 10 dólares. Existen 2 turnos diarios y en épocas de feriados se sitúan turnos extras.

En el cantón existen algunas empresas de transporte intercantonal que conectan a los diferentes lugares de la provincia, estas empresas son:

Transportes Panamericana, Transportes Occidentales, Transportes Aerotaxi; el costo varía dependiendo los destinos.

Es necesario destacar que dentro del balneario y las parroquias del cantón Atacames, para su movilización se emplea la línea de buses denominada Atacameña o taxis y camionetas cuyo precio oscila entre 1 y 2 dólares dependiendo la distancia.²³

Mapa No. 2



Fuente y Elaboración: Magali Guerra, “Conoce Atacames”. Disponible en www.magupucca.blogspot.com/2011/04/conoce-atacames.html

²³Departamento de Turismo de Atacames: (s.f.). Recuperado el 28 de febrero de 2011 de http://www.inec.gob.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/cen_nac/fas_can

CAPÍTULO II

1. GENERALIDADES DE LA GASTRONOMÍA DEL CANTÓN ATACAMES DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS

LA GASTRONOMIA DE ECUADOR

La gastronomía de Ecuador es bastante variada, esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales (costa, Andes, Amazonía e insular) las cuales tienen diferentes costumbres y tradiciones. En base a las regiones naturales del país se subdividen los diferentes platos típicos e ingredientes principales.

Pescado

El pescado que suele comerse en la costa ecuatoriana es conseguido de las aguas del Océano Pacífico o de las innumerables rías navegables de la zona. Entre los principales pescados se encuentran la corvina y la trucha. Algunos de los platos populares con pescado son: los carapachos rellenos, sopa marinera, ceviches de pescado, corviches, etc. Un plato típico de la costa se llama Encebollado de pescado.



Pescado

Plátano

Ecuador es un fuerte país exportador de plátano, por lo que este representa un importante elemento en la gastronomía, en especial en la costa ecuatoriana. Existen tres principales variedades de plátano, siendo las tres más importantes: el plátano verde, el plátano maduro y el guineo. El plátano verde suele comerse frito o hervido, es de un sabor salado y de

consistencia dura. El plátano maduro suele comerse frito o hervido de igual manera, tiene un sabor más dulce y una consistencia más suave y el "guineo" suele comerse crudo como una fruta cualquiera, aunque también hay una plétora de postres preparados a base del guineo.



CALDO DE BOLAS

Verduras y Legumbres

Las verduras están presentes en diferentes formas, el arroz, el plátano verde o maduro, la yuca, o la salsa de maní tostado y molido. El maíz se suele comer en las muy populares tortillas de maíz conocidas como bonitísimas, cocinan los choclos en agua y sal, las mazamoras y los comen con queso fresco. Igual los frijoles, que acompañan a muchos de sus platos. El puré de papas o lo sirven de base para platos como los llapingachos que son tortillas de papa o los locros.



CHURRASCO A LA ECUATORIANA

Carnes

Se suele comer carne de res y chivo. Algunos platos se combinan con verduras como el seco que son trozos de carne servida con arroz. Dentro de los platos exóticos se tiene el cuy, que suele comerse asado en las celebraciones de ciertas partes del país. La carne de chanco

(cerdo, lechón, cachorro) se come en varios lugares del país, participa en la elaboración de diversos platos, algunos de ellos como fritada, hornado, chugchucaras.



Es de destacar de la cocina de Ecuador los caldos (sopas, sancochos y locros) que suelen prepararse con verduras muy diversas y carne de gallina, son frecuentemente servidos en los mercados callejeros como desayuno. Algunos de ellos son muy populares como el Yahuarlocro que es una sopa de papas que lleva como ingrediente particular carne de cordero y una salsa especial con sangre de cordero.

2. Historia de la Gastronomía del Cantón Atacames

El asentamiento de este cantón fue realizado durante el período colonial por la etnia de los aborígenes Atacames que compartió la misma lengua y cultura con los esmeraldeños colonos de la ciudad de Esmeraldas. Las investigaciones realizadas en algunos sitios y parroquias del cantón, en particular en el balneario establecieron que la gastronomía de esta parte del Ecuador.²⁴

Según historiadores como Federico González Suárez, manifiesta que las tribus que poblaron el cantón Atacames fueron la Chorrera y Valdivia que se calcula pudieran tener una antigüedad de 3.000 años aproximadamente, otras tribus fueron los Atacames, y Cayapas.²⁵

²⁴ *Atacames Datos Socioeconómicos:* (s.f.). Recuperado el 20 de enero de 2011, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Atacames>

²⁵ Datos tomados de la entrevista al Sr. Federico González Suárez, Historiador de la Provincia de Esmeraldas.

Esta milenaria cultura tribal desarrolló tradiciones diversas entre ellas la culinaria que fue plasmada en la preparación de platos con ingredientes de la región; esta tradición con el pasar de los tiempos ha ido pasándose de familia en familia de lo que hoy es la Provincia de Esmeraldas.

Es de allí que fundamentándose, en investigaciones de restos arqueológicos encontrados, se deduce que la alimentación en dicha época era variada y deliciosa. Esta alimentación estaba basada en mariscos, porque la mayoría de pobladores de estas tribus se dedicaban a la pesca y a la caza de animales de monte como puercos, guantas, armadillos etc.

Entre las especialidades que se preparaban en épocas de fiestas se encuentran: el pusandao, que es un preparado con carnes de res y cerdo, plátano y yuca.

La chucula que es una mezcla de leche cocida con guineo.

El tapao que consiste en disecar carne de res al sol, junto con verde cocido. El encocado acolchado de res, chanco, mariscos, pescados adobados con jugo de coco; y la Cazuela de pescado de camarón.”²⁶

a. Gastronomía ancestral preincaica asociada al cantón Atacames

La gastronomía ancestral pre incásica del cantón Atacames, está en estrecha relación con los patrones de subsistencia de los grupos humanos, que con la llegada de los españoles a territorio esmeraldeño, se han ido desarrollado de acuerdo a entornos naturales, es decir, la alimentación está determinada por los patrones culturales existentes y la adaptación al medio ambiente, a medida que va pasando los años.²⁷

El elemento clave en la preparación de alimentos afro esmeraldeños desde la época pre incásica ha sido el coco, al cual puede añadirse, prepararse, mezclarse con una variedad de alimentos e ingredientes, destacando los mariscos, el pescado, el arroz, el plátano, la yuca, el camote, etc. La importancia del coco en la gastronomía atacameña se demuestra en el término “encocao o encocado”, que se da una serie de platos con otros ingredientes.

²⁶Gastronomía. (s.f.). Recuperado el 28 de febrero de 2011 de http://www.turismoesmeraldas.com/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=65&showall=1

²⁷ Moncada José. *Ecuador: Pasado y Presente*. Quito. Edit. Universitaria, 2001

El coco debe pasar un procedimiento de limpieza, para luego proceder a la extracción de su leche y la posterior cocción con azúcar de la comida propiamente dicha. El menú atacameño ancestral estaba basado en pescado, mariscos, carnes de monte, plátano verde, maduro, maíz, etc.²⁸

b. Gastronomía de la Colonia Asociada al Cantón Atacames

Atacames, ofrece una gastronomía vernácula única en la geografía ecuatoriana con muchos secretos que le dan un sabor especial muy apetecido en el país. Sus exquisitos platos tienen como base productos del mar, carne de animales silvestres, coco, plátano verde, maduro y la chillangua, ingredientes utilizados frecuentemente para la elaboración de los conocidos platos de la cocina esmeraldeña desde la época colonial.

Entre los platos más representativos se encuentran el tapao, que tiene como base para su preparación el plátano verde y diferentes tipos de carne (cerdo, vaca, pescado), en especial seca o salada. Estos ingredientes se cocinan juntos con aliños y se acompañan para su consumo con agua de limoncillo o hierba luisa.

También están las balas o bolones que son preparadas con plátano verde majado revueltas con queso o carne de cerdo; este preparado ha dado origen a la popular “bala barbona”, que es el bolón tradicional mezclado con pedazos deshilachados de carne de cerdo. También existen otros platos que se preparan con carnes de caza o conocidas también como carnes de monte, entre ellas la: guanta, venado, tatabra, guatín, etc. las cuales se ahúman para su preparación.

De la misma forma podemos hablar de cierto tipo de pescados como el toyo; que ha dado origen, al famoso aserrín de toyo, que se puede encontrar en algunos puestos de comida popular.

Otra de características en la época colonial de Atacames, eran las sopas en base a carnes de caza y mariscos, al igual que el pusandao y el ensumacao, todos estos platos eran muy suculentos. Las comidas eran condimentadas con hierbas que crecían de forma silvestre en el

²⁸ Martínez Borrero Juan. (s.f.). *El papel de la Gastronomía en el Desarrollo del Turismo*. Recuperado el 28 de febrero de 2011 de <http://es.scribd.com/doc/20975614/El-papel-de-la-gastronomia-en-el-turismo>

campo, como la chillangua, chirarán, orégano, albahaca, entre otras. Algunos dulces eran preparados en base del coco: las cocadas (negra y blanca) y otros de frutas de la zona como piña, papaya verde, grosellas, ovos o ciruelas, guineo, guayaba, maíz, panela y otros a base de leche. La fruta de pan o más comúnmente conocida como pepépán y el chontaduro, eran también muy consumidos; en la actualidad es muy común encontrarlos en las calles de la ciudad.²⁹

c. Gastronomía de la República asociada al Cantón Atacames

La tendencia de la gastronomía en este período sigue siendo sencilla. A inicios del siglo XX, eran muy comunes las mingas y los pases del niño, actividades en las que se departía con los vecinos y amigos. Al final de las mismas era costumbre brindar a los concurrentes diversos platos de comida como muestra de agradecimiento; entre los que se puede citar: el caldo de gallina criolla, ceviche de concha/camarón, arroz con pescado frito y ensalada, arroz mixto, arroz con pollo, limonada, o jugo de coco.

Otros platos que degustaban los lugareños eran los preparados a base de verde, queso y carne de chanco como: bolones de verde con chicharrón o queso adobados con grasa del cerdo; los corviches de pescado, las empanadas de verde rellenas de queso, pollo o carne. Cabe destacar que el maní molido con verde asado se lo comía prácticamente todos los días, los tamales elaborados con carne de chanco o pollo.³⁰

Una costumbre que se mantiene hasta ahora, es brindar a las mujeres que han dado a luz, un rico caldo de gallina criolla, porque se dice que ayuda a recobrar las fuerzas después del parto. Lo importante en la preparación de estos platos, fue la utilización de la cocina de leña y la olla de barro, siendo este último utensilio, el que le da un sabor único y delicioso a las comidas.

Tras citar todas estas delicias ecuatorianas, tan sólo nos queda decir que esta cocina es una mezcla de la más pura tradición ancestral de los habitantes de este país, que se ha fusionado con los alimentos y costumbres procedentes de otros pueblos del mundo, dando como resultado unos platos de excelente calidad debido principalmente, a la calidad de sus materias primas y al arte culinario de los cocineros de esta tierra que saben mezclar a la perfección

²⁹ *Gastronomía de Atacames*. (s.f). Recuperado el 30 de mayo del 2011 <http://www.arecetas.com/gastronomia-america-sudamerica-ecuador-atacames.html>

³⁰ Ministerio de Turismo del Ecuador. (2011). *Guía de Atacames*. Edit. Imprenta Monsalve Moreno.

diferentes alimentos y especias que culminan en un extraordinario sabor y aroma que no dejan indiferente al viajero que visita este país.”³¹

d. Gastronomía Actual del Cantón Atacames

Varios son los platos tradicionales que se mantienen y se elaboran en la actualidad: los ceviches de concha y camarón, los patacones con queso, los pinchos de camarón, chuletas, carne, empanadas de harinas rellenas de pollo o carne, tortillas de maíz, caldo de gallina criolla, y se los puede adquirir sin dificultad en los restaurantes y en el mercado de marisco o en los puestos del mercado en donde se encuentran platos económicos.

Es común observar los días sábados y domingos, los puestos de venta de comida a lo largo de la entrada principal del balneario del cantón o en los puestos del callejón principal, y es común encontrarlos llenos de comensales nacionales y extranjeros que disfrutan de estas y otras delicias más.

A criterio de varias personas consultadas, algunos platos de a poco van perdiendo su importancia dentro de la gastronomía del sector, y se debe a la aparición de platos provenientes de otras regiones como el seco de pollo; arroz con menestra y carne asada; encebollados, pescado frito y mariscos; pizza y tallarines con carne o pollo; pollo asado, comida rápidas como papas fritas, sánduches, etc., lo que permite a los colonos tener varias alternativas en cuanto a la alimentación. Son los turistas nacionales y extranjeros que visitan Atacames, quienes buscan degustar y disfrutar de los platos tradicionales, manteniendo viva esta costumbre gastronómica.³²

³¹ Datos tomados de la entrevista al Sr. Federico González Suárez, Historiador de la Provincia de Esmeraldas.

³² Datos tomados de la entrevista al Sr. Freddy Saldarriaga Corral, Alcalde del Cantón Atacames.

CAPÍTULO III

DIANÓSTICO GASTRONÓMICO DEL SECTOR

La gastronomía atacameña se caracteriza por una gran variedad de sabores y aromas los cuales se funden en un elemento esencial llamado calidad. Esta cocina es una mezcla entre la tradición de los antiguos pobladores y las culturas que con el paso de los tiempos han ido haciéndose un espacio en el territorio de este país

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Pregunta 1

Comidas que son propias de este sector.

Cuadro 29: Comidas Propias del Sector

TIPO DE PLATO		NOMBRE DE LAS COMIDAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PLATOS PRINCIPALES	ESTOFADOS	Estofado de Pollo	13	6,50
		Estofado de Carne de Monte	8	4,00
		Estofado de Res	4	2,00
	ASADOS	Pescado Asado	19	9,50
		Carne Asada	7	3,50
	HORNEADOS	Pollo Horneado	5	2,50
		Pescado horneado	8	4,00
	CEVICHE	Concha	25	12,50
		Camarón	11	5,50
	ARROCES	Mixto	12	6,00
Arroz con Camarón		10	5,00	
Arroz Marinero		9	4,5	
Arroz Mixto		3	1,50	
ENCOCADO	ENCOCADO	Encocao de Pescado Ahumado	6	3,00
		Encocao de Gallina Ahumada	8	4,00
		Encocao de Pescado	4	2,00
	FRITURAS	Pescado Frito	2	1,00
		Filete de Pescado Frito	1	0,50
		Camarón Apanado	4	2,00
CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Caldo de Gallina Criolla	2	1,00
		Caldo de Pescado	2	1,00
BEBIDAS	FRIAS/	Limonada	4	2,00

	FERMENTADAS	Jugo de Coco	1	0,50
		Champus	1	0,50
		Batidos de Coco	1	0,50
ENTREMESES	TORTILLAS	Tortillas de Verde	3	1,50
		Tortillas de harina	5	2,50
	PICADAS	Bolones de Queso/Chicharrón	5	2,50
		Empanadas de Queso/Pollo	2	1,00
		Empanadas de Harina	1	0,50
	ENVUELTOS	Tamales	3	1,50
		Envueltos de maduro	2	1,00
ENTRADAS	FRIAS	Lechuga y Cebollas	1	0,50
		Repollo	1	0,50
POSTRES	DULCES	Cocadas de Manjar	1	0,50
		Cocadas Negras y Blanca	3	1,50
TOTAL			200	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas aplicadas

La mayoría de las personas adultas saben cuáles son los platos tradicionales de la región y como se los prepara. Entre las comidas que tienen mayor difusión están los ceviches de concha, camarón, o los mixtos que son deleites de los comensales, el caldo de gallina criolla, el pescado asado, el arroz mixto o, arroz con camarón y los bolones de chicharrón.

La predilección por estos platos se debe a:

- Su sabor, pues la mayoría son preparados o cocinados en leña o carbón con la sazón costeña.
- La facilidad de conseguir los ingredientes debido a que muchos se siembran en sus tierras como la chillangua y la yerbita o en el caso de animales, estos son criados por los habitantes del cantón.
- Por su tradición, ya que es algo que ha pasado de generación en generación.

Estos platos se los pueden conseguir sin problemas en el mercado central, o de mariscos y si es el caso de los ceviches, en donde existen varios comedores cuyos propietarios ofrecen diferentes menús a sus comensales, que incluyen a más de la comida tradicional, platos como el seco de pollo, encocado de pescado, sopa de pescado, etc.

3.2 Pregunta 2

Comidas que se preparan en épocas de fiestas en este sector.

Cuadro 30: Comidas que se Preparan en Épocas de Fiesta

TIPO DE PLATO		NOMBRE DE LAS COMIDAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PLATOS PRINCIPALES	ESTOFADOS	Estofado de Pescado	13	6,50
		Estofado de Carne de Monte	8	4,00
		Estofado de Carne de Res	4	2,00
	CAZUELAS	Cazuela de Pescado	19	9,50
		Cazuela mixta	7	3,50
	CEVICHES	Concha	25	12,50
		Camarón	11	5,50
		Mixto	12	6,00
	ARROCES	Arroz con Camarón	10	5,00
		Arroz Marinero	9	4,5
		Arroz Mixto	8	4,00
	ENCOCADO	Encocao de Cangrejo	6	3,00
Encocao de Pescado		8	4,00	
Encocao de Camarón		4	2,00	
	FRITURAS	Pescado frito	2	1,00
		Filete de pescado frito	6	3,00
		Camarón apanado	4	2,00
CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Sopa Marinera	2	1,00
		Caldo de Pescado	2	1,00
BEBIDAS	FRIAS/ FERMENTADAS	Limonada	4	2,00
		Jugo de Coco	2	1,00
		Batido de coco	1	0,50
ENTREMESES	TORTILLAS	Tortillas de verde	3	1,50
		Tortilla de harina	5	2,50
	PICADAS	Bolones de verde con Chicharon / Queso	5	2,50
		Empanadas de Queso	2	1,00
		Empanadas de harina	1	0,50
	ENVUELTOS	Tamal de pescado	3	1,50
Envueltos de maduros		2	1,00	

ENTRADAS	FRIAS	Ensalada de lechuga y cebolla	1	0,50
		Ensalada de atún	1	0,50
POSTRES	DULCES	Flan de coco	1	0,50
		Cocadas negras /blancas	3	1,50
TOTAL			200	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas aplicadas

En época de fiestas, los platos preferidos por los atacameños y por la mayoría de los turistas que visitan el cantón son: los deliciosos Encocados de camarón, pescado, las cazuelas, los deliciosos ceviches y sin olvidar los deliciosos estofados. El gusto por estos platos se debe a su delicioso sabor y a la manera de prepararlos con la sazón costeña que se caracteriza en este lugar de la costa ecuatoriana.

A diferencia de los platos citados en el párrafo anterior, existen platos que se los preparan generalmente solo en fiestas ya sean cantonales, parroquiales o culturales. Además se puede encontrar en los días festivos, carpas instaladas donde ofrecen una distinta variedad de comida como: seco de pollo, pollo broster, carne asada y menestra, papas fritas, comida rápida en general para las personas que no les gusta degustar mariscos en la noche, etc.

3.3 Pregunta 3

Comidas que se elaboran con mayor frecuencia.

Cuadro 31: Comidas que se preparan con mayor frecuencia

TIPO DE PLATO		NOMBRE DE LAS COMIDAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	ESTOFADOS	Estofado de Pescado	13	6,50
		Estofado de Carne de Monte	8	4,00
		Estofado de Res	4	2,00
	CAZUELAS	Cazuela de Pescado	19	9,50
		Cazuela de Mariscos	7	3,50
	CEVICHES	Concha	25	12,50
Camarón		11	5,50	

		Mixto	12	6,00
	ARROCES	Arroz con Camarón	10	5,00
		Arroz Marinero	9	4,5
		Arroz Mixto	8	4,00
		ENCOCADO	Encocao de Cangrejo	6
	Encocao de Pescado		8	4,00
	Encocao de Camarón		4	2,00
	FRITURAS	Pescado frito	2	1,00
		Filete de pescado frito	6	3,00
		Camarón apanado	4	2,00
CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Sopa Marinera	2	1,00
		Caldo de Pescado	2	1,00
BEBIDAS	FRIAS/ FERMENTADAS	Limonada	4	2,00
		Jugo de Coco	2	1,00
		Batido de coco	1	0,50
ENTREMESES	TORTILLAS	Tortillas de verde	3	1,50
		Tortilla de harina	5	2,50
	PICADAS	Bolones de verde con Chicharon / Queso	5	2,50
		Empanadas de Queso	2	1,00
		Empanadas de harina	1	0,50
	ENVUELTOS	Tamal de pescado	3	1,50
Envueltos de maduros		2	1,00	
ENTRADAS	FRIAS	Ensalada de lechuga y cebolla	1	0,50
		Ensalada de atún	1	0,50
POSTRES	DULCES	Flan de coco	1	0,50
		Cocadas negras /blancas	3	1,50
TOTAL			200	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas aplicadas

Los platos que se preparan con mayor frecuencia son los ceviches, los arroces tanto marinero, de camarón, concha, o los tan anhelados mixtos, las cazuelas de mariscos, las tortillas de verde, los bolones de verde con chicharrón; y esto se debe a que son los más solicitados por los comensales y por lo tanto se los puede encontrar en el mercado central y en los diferentes asaderos o restaurantes.

3.4 Pregunta 4

Comidas que son las demandadas por los visitantes en este sector.

Cuadro 32: Comidas más solicitada por visitantes

TIPO DE PLATO		NOMBRE DE LAS COMIDAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PLATOS PRINCIPALES	ESTOFADOS	Estofado de Pescado	13	6,50
		Estofado de carne de monte	8	4,00
		Estofado de res	4	2,00
	CAZUELAS	Cazuela de Pescado	19	9,50
		Cazuela Mixta	7	3,50
	CEVICHE	Concha	25	12,50
		Camarón	11	5,50
		Mixto	12	6,00
	ARROCES	Arroz con Camarón	10	5,00
		Arroz Marinero	9	4,5
		Arroz Mixto	8	4,00
	ENCOCADO	Encocao de Cangrejo	6	3,00
		Encocao de Pescado	8	4,00
		Encocao de Camarón	4	2,00
	FRITURAS	Pescado frito	2	1,00
		Filete de pescado frito	6	3,00
		Camarón apanado	4	2,00
CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Sopa Marinera	2	1,00
		Caldo de Pescado	2	1,00
BEBIDAS	FRIAS/ FERMENTADAS	Limonada	4	2,00
		Jugo de Coco	2	1,00
		Batido de coco	1	0,50
ENTREMESES	TORTILLAS	Tortillas de verde	3	1,50
		Tortilla de harina	5	2,50
	PICADAS	Bolones de verde con Chicharon / Queso	5	2,50
		Empanadas de Queso	2	1,00
		Empanadas de harina	1	0,50
	ENVUELTOS	Tamal de pescado	3	1,50
		Envueltos de maduros	2	1,00
ENTRADAS	FRIAS	Ensalada de lechuga y cebolla	1	0,50

		Ensalada de atún	1	0,50
POSTRES	DULCES	Flan de coco	1	0,50
		Cocadas negras /blancas	3	1,50
TOTAL			200	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas aplicadas

Se puede decir que los ceviches, las cazuelas, las sopas de pescado y los arroces en todas sus variedades acompañados de mariscos, son los más demandados por los visitantes, debido a su preparación, a su sabor y al hecho de que son platos tradicionales del cantón y de sus parroquias aledañas.

3.5 Pregunta 5

Comidas típicas tradicionales y ancestrales que existían hace años y que han cambiado su preparación

	CALDOS	Caldo de Cangrejo	6	Se agrega leche antes era zumo de coco.	2
				Se aliñaba solo con ajo, ahora usan más ingredientes.	2
				Antes hacían con cangrejos azules ahora se le coloca cangrejos de barro.	2
		Caldo de Bola	1	Se hacía las bolas con carne, ahora se usan más aliños con queso.	1
		Caldo de Gallina Criolla	1	Se cocinaba con Gallina criolla, ahora se hace con pollo.	1
		Caldo de Pescado	18	Se lo preparaba con zumo de coco, ahora solo con leche y maní.	8
				Se le agrega papas antes solo yuca.	6
Se le colocan cualquier pescado antes solo albacora.	2				
Ahora se añade papas y leche	2				
NSC	NSC	NSC	30	NSC	30
ENTREMESES	PICADAS	Bolones de Verde	4	Ahora se las rellena de pollo y carne antes era solo de queso.	4
		Empanadas de Verde	1	Ahora se las rellena de pollo y carne antes era solo de queso.	1

		Maduros con Queso	1	Ahora se agrega azúcar y queso antes solo era con aceite y un poco de sal con quesillo desmenuzado.	1
		Emborrajados	1	Ahora agregan leche y pedacitos de maduros, antes eran de chancho.	1
	TORTILLAS	Tortillas de Verde	9	Ahora se agrega mantequilla y	9
		Tortilla de maíz	2	Ya no se añade cebolla blanca	2
	ENVUELTAS	Envueltos de maduros	5	Antes se colocaba quesillo en hoja de achira	5
		Patacones con Queso	8	Ahora se le agrega el queso rallado antes era en trozos.	8
POSTRES	DULCES	Casabe	9	Ahora agregan azúcar en lugar de la panela	3
				Se endulza con azúcar en lugar de atado de caña	2
				Se añade nata de leche en lugar del coco.	1
				Se endulza con panela en lugar de atado de caña	1
				Ahora agregan panela molida	1
				Antes se preparaba con arroz, ahora se lo hace con maíz.	1
		Torta de Coco	2	Ahora se licua el arroz	1
				Ahora se agrega anís pequeño	1
		Cocadas	1	Se endulza con azúcar en lugar de panela	1
		Troliches	3	Antes de dejaba un día en remojo el higo.	1
				Se endulzaba con panela, ahora usan azúcar.	2
Bebidas	Jugos	Jugo de Coco	2	Antes se licuaba el coco entero con azúcar, ahora se le pone leche condensada.	1
				Se endulza con azúcar el lugar de panela	1
		Batido de Guineo	1	Ahora agregan azúcar en lugar de panela	1
TOTAL			200		200

Fuente: Elaboración propia a partir de datos

Los principales cambios que se han dado en la preparación y en el reemplazo de cierto ingrediente por otro, como utilizar azúcar en lugar de panela, la papa en vez de yuca o viceversa; también hay casos en los que se elimina o agrega algunos como la leche en lugar

del zumo de coco, todo esto con el propósito de darle un sabor diferente o simplemente porque algunos ingredientes son más fáciles de conseguir que otros.

Se debe mencionar que los ingredientes procesados y listos para usarse, como los aliños en funda, también son utilizados en la preparación varias de las comidas del sector.

Cuadro 34: Clasificación de comidas en típicas y tradicionales

TIPO DE COMIDA	NOMBRE DE LAS COMIDAS
TÍPICAS	Ceviches
	Cazuelas
	Encocados de cangrejos
	Emborrajados
	Ensumacaos de mariscos
TRADICIONALES	Ceviches
	Sopa de mariscos
	Arroz Marinero
	Sopa de Pescado
	Limonadas
	Sopa de Camarón
	Sopa de Bagre
	Cocadas
	Sopa de Concha
	Sopa de camarón
	Tortillas de verde con queso
	Aguado de Pollo
	Encebollados
	Sudado de Pescado
	Sudado de Concha
	Casabe
	Ensalada de lechuga con cebolla y tomate
	Langostinos
	Arroz con Camarón
	Arroz con pescado frito
	Arroz con Concha
	Arroz Mixto
	Tortilla de maíz
	Patacones con Queso
	Bolones de Chicharrón

	Empanadas de Harina
	Caldo de Bolas de Verde
	Caldo de gallina Criolla
	Caldo de patas
	Encocao de Carne de Monte
	Tamales de Pescado
	Corviches de Pescado
	Ceviche de Camarón
	Ceviche de Concha
	Ceviche Mixto
	Sopa de Pollo
	Agua de Pipa
	Batidos de Cocos
	Jugo de Coco

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas aplicadas

3.6 Pregunta 6

Comidas que se preparaba hace años y que ya no se elaboran actualmente.

Cuadro 35: Comidas que ya no se preparan

TIPO DE PLATO		NOMBRE DE LAS COMIDAS	FRECUENCIA DEL PLATO	QUIÉN SABE COMO SE LO PREPARABA	FRECUENCIA
ENTREMESES	PICADAS	Envuelto de Maduro	13	Mercedes Peralta	7
				María Macías	1
				NSC	5
		Torta de Maduro	2	Carmen Mora	1
				Cristina Torres	1
		Torta de Guineo	1	Carmen Mora	1
		Casabe de Arroz	1	Eliana Ortiz	1
		Casabe de Maiz	2	Eliana Ortiz	1
				Pedro Quiñonez	1
	Masamorra de Maiz	1	Pedro Quiñonez	1	
	ENVUELTAS	Hayacas de Pollo	5	Mercedes Sosagua	5
		Tamales de Cerdo	1	Celeste Quintero	1
		Envuelto de Guineo	1	Mercedes Peralta	1
TORTILLAS	Tortillas de Choclo	1	Petita Valencia	1	
	Tortillas de Verde	1	Carmen Bustamante	1	

CALDOS Y SOPAS	SOPAS	Viche de Calamar	10	Graciela Godoy	10
		Sopa de Torrejas	8	Marco Trejo	2
				Mercedes Peralta	1
				Pedro Montalvo	3
				Rosa López	2
		Rebanado de Habas	3	Tania Méndez	3
		Sopa de Huevo	3	Celida Alcones	1
				Leissy Lucas	1
	Mariana Cárdenas			1	
	Sopa de Ostión	2	Tania Méndez	1	
			María Delgado	1	
	Sopa de harina de alverja	1	Mercy Olaya	1	
	CALDOS	Caldo de Rellena	8	Olga Salazar	6
				Marco Trejo	2
		Caldo de Hueso Blanco	3	Piedad Muñoz	2
	Canela Ruano			1	
	SECOS	Seco de Tortuga	2	Clemencia Montero	1
				Karina Sigcha	1
		Seco de Pato	3	Rosita Suarez	3
		Seco de Guanta	5	Rosita Suarez	5
		Seco de Perico	1	Rosita Suarez	1
		Seco de Jaibas	3	María Chichande	3
	Seco de Iguana	1	Elodia Soto	1	
	COCIDOS	Encocao de Iguana	6	Susana Pérez	3
				Petra Sandoval	2
				Carmen Bustamante	1
		Encocao de Tatabra	4	Susana Pérez	2
				Teresa Pozo	1
				Elodia Soto	1
		Encocao de Guanta	5	María Chichande	3
				Teresa Pozo	1
				Elodia Soto	1
		Tapao Arrecho	4	Olga Salazar	1
Martha Merizalde				1	
Isabel Bone				1	
Carmen Tamayo				1	
Tapo de Guanta	1	Esperanza Quiñonez	1		
Tapao de Chanco	1	Mercedes Sosagua	1		
Tapao de Jaibas	1	Carlota Perlaza	1		
Encocao de Armadillo	3	Carmen Trejo	1		
		Carmen Bustamante	1		

				Petra Sandoval	1
		Tapao de Pescado	3	Mercedes Sosagua	2
				Mercedes Peralta	1
POSTRES	DULCES	Torta de Coco	9	Rosa Bueno	1
				Carmen Góngora	1
				Elvira López	1
				Esther Illescas	1
				Gladis Salinas	1
				María Góngora	1
				María Delgado	1
				Mónica Ramos	1
				Nancy Flores	1
		Torta de Camote	4	Esther Quintero	2
				Hortensia Montes	1
				Angelita Pérez	1
		Arroz con Coco	4	Laura Montañó	1
Lorena Macías	1				
Eduardo Sánchez	1				
Mauricio Granda	1				
Arroz con Leche	3	Esther Quintero	3		
Dulce de Grosellas	4	Patricia Román	4		
BEBIDAS	DULCES	Masato	15	Blanca Morales	1
				María Torres	1
				Jessica Jiménez	2
				Martha Sandoval	1
				Helen Cuero	1
				Diana Torres	1
				Diana Jiménez	1
				Emperatriz Soto	1
				Estela Espinoza	1
				Gregoria Martínez	1
				Julia Pacheco	1
				Luisa Fárez	1
				Luisa Samaniego	1
				Maite Astudillo	1
				COMPUESTAS	Champús de Maíz
	Beatriz Domínguez	1			
	Beatriz Torres	1			
	Ofelia Bueno	1			
					Rosa Páez
				Rosario Terán	1
				Teresa Moran	1

				Tania Mera	1
	NSC	NSC	42	NSC	42
TOTAL			200		200

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas aplicadas

Con el pasar del tiempo muchos de los ingredientes base que se utilizaban en la elaboración de los platos antes mencionados, se los podía conseguir en la región, tales como vegetales, frutas, tubérculos y legumbres, lo que ha permitido que exista una variedad de comidas.

El cambio en el gusto alimenticio de los habitantes del cantón, principalmente se debe al surgimiento de nuevas comidas que llaman la atención de los comensales.

Esto influye también en el precio de los ingredientes, por ejemplo el Encocado de Guanta, a más de que a muchas personas no les gusta o no conocen del animal, también está el precio debido a que es muy costoso, y se encuentra en un precio estimado de 6 a 8 dólares y en lo referente a la preparación de los Tapao cuesta alrededor de 5 dólares, lo que se pudo comprobar durante la elaboración de este proyecto.

Otra razón fundamental se debe, que a la gente ya no le llama la atención prepararlos y optan por degustar los platos tradicionales que se mantienen hasta la fecha, o también prefieren preparar platos más conocidos como secos de pollo, estofados etc.

3.7 Pregunta 7

Comidas nuevas que se preparan en el cantón

Cuadro 36: Gastronomía nueva en el cantón

TIPO DE PLATO		NOMBRE DE LAS COMIDAS	FRECUENCIA	INGREDIENTE BÁSICO	LUGAR DONDE SE LO PUEDE ADQUIRIR
ENTRADAS	FRIAS	Ceviches	10	Pescado y camarón	Restaurante el Manabita
		Ensalada de vegetales	2	Vegetales	Carretas Públicas
		Ensalada de lechuga con tomate y limón	1	Lechuga y limón	

		Ensalada de papas picadas con mayonesa	1	Papas - mayonesa	
	CALIENTES	Choclo Asado	1	Choclo	
		Ensalada de Col	1	Col	
ENTREMESES	FRITURAS	Maduro frito	3	Plátano	
		Salchipapas	4	Papas y salchicha	
		Salchipollo	5	Papas y Pollo	
		Papas Fritas	1	Papas	
	PICADAS	Patacones con queso	1	Verdes	Restaurante Copacabana
		Pinchos de Chuleta	6	Chuleta	Restaurante Chanchitos Bar
		Pinchos de Carne	3	Carne	Bar Santiaguitos
		Hamburguesas	8	Carne molida	Bar La Roca
	TORTILLAS	Tortilla de camarón	1	Camarón	De Colombia
			1		Casas
CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Caldo de Res	2	Carne de res	Mercado Central
	SOPAS	Sopa de Lenteja	1	Lentejas	Restaurantes
		Sopa de fideos	1	Fideos y papas	Mercado Central
PLATOS PRINCIPALES	ASADOS	Pollo asado	14	Pollo	Pollerías
			3		Callejón Central
		Carne asada con Menestra y Arroz	9	Carne de res	Restaurante Al Paso
			3		Mercado Central
			1		Restaurantes del Callejón
		Chuleta Asada	2	Carne de cerdo	Restaurante Doña Maryuri
	1		Restaurantes		
	1		Restaurante La Indya		
	FRITURAS	Carne Apanada	3	Carne de res	Restaurante Sandra Mar
			2		Restaurante Rincón Porteño
			2		Mercado Central
		Bistec de Carne	1		Restaurante El Atacameño
			1		Restaurantes Flippers
		Pollo Apanado	2		pollo
Pollo Frito	1				

	HORNEADOS	Pernil	1	Carne de chanco	Tiendas	
	SECOS	Seco de Pollo	42	Pollo	Mercado Central	
			8		Restaurante El Costeño	
			7		Restaurantes	
			4		Restaurante el Manabita II	
			2		Casas	
		Seco de Carne	11	Carne de res	Mercado Central	
			5		Restaurante La Esquina de la Sabrosura	
			3		Restaurante El Lugareño	
			2		Restaurantes Surf Burger	
		ESTOFADOS	Estofado de Carne	3	Carne de res y Verduras	Mercado Central
	1			Restaurante Inés		
	Estofado de carne y verduras		2	Restaurante Inés		
			1	Restaurante Coco y Café		
	Estofado de chanco		1	Carne de chanco		Casa
			1			Comedor Señora María
	ARROCES	Arroz con Pollo	10	Pollo	Comunidad	
			1		Restaurante El Glass	
			1			
		Arroz con salchichas	4	Arroz y mostaza	Mercado Central	
			1		Restaurante Montriel	
		Arroz con Recortes	4	Recortes de Chanco	Restaurante Carmita	
		Arroz dorado	2	Achiote		
	Arroz con salsa china	1	Arroz			
	PESCADOS	Pescado en salsa de Camarón	5	Pescado	Restaurante Don Hugo	
			5		Restaurante Wendy	
		Pescado al ajillo	1		Mercado Central	
		Ensaladas de Pescado atún	1			
		Croquetas de pescado	1			Restaurante comida costeña

	MARISCOS	Camarones en salsa Blanca	3	Camarones	Mercado Central
			1		Restaurante La Barca Hundida
POSTRES	DULCES	Ensalada de frutas	3	Frutas	Cafetería Punto y Coma
	HELADERÍA	Helado de leche	1	Leche	
BEBIDAS	DULCES	Jugo de frutas	9	Frutas	Restaurante el Manabita
		Batido de frutas	3		
			2		
		2	Restaurantes		
Limonada	1	Limón	Mercado Central		
OTROS TÍPICOS Y TRADICIONALES	COMIDA CRIOLLA	Guatita	5	Guata	Restaurantes
			1		
		Churrasco	1	Carne y huevos	Mercado Central
			1		Restaurante el Manabita
OTROS DE INGRESO MODERNO		Menestra de lentejas	4	lentejas	Mercado central
		Chaulafán	2	Camarón y pollo	Mercado central
			7		Restaurante el Manabita
			1		Restaurantes
		Pizzas	10	Tomate y queso	Pizzería
			1		El colombiano
		Arroz con chorizo frito	5	Chorizo	Restaurante El Viejo Fritz
		Papas con atún	1	Papas y atún	
		Tallarín con Carne	3	Tallarín	
Tallarín con Pollo	2				
Sánduches de Pollo	6	Pollo			

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas aplicadas

La llegada de personas de otras regiones o ciudades, quienes traen sus costumbres y sus conocimientos incluidos los gastronómicos, como por ejemplo la comida colombiana, asiática o italiana y de los cuales se han instalado algunos restaurantes donde ofertan esta variedad en comidas.

El tiempo de cocción de algunos platos es menor; podemos comparar el tiempo que demanda preparar un seco de pollo que es menos de una hora, con el tiempo que toma elaborar los tapaos de carne o los encocaos. Y por esto se produce el cambio en los gustos alimenticios de

las personas, hace que éstas busquen nuevas opciones para su alimentación diaria y que demande el menor tiempo posible en su preparación.

3.8 Pregunta 8

Ingredientes básicos del sector que más se emplea en la elaboración de comidas.

Cuadro 37: Ingredientes más utilizados

NOMBRE DE INGREDIENTE BASICO	TIPO DE PLATO		NOMBRE DE LAS COMIDAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PAPAS	ENTRADAS	FRIAS	Ensaladas	3	0,56%
	ENTREMESES	PICADAS	Papas con atún	2	0,37%
			Salchipapas	15	2,80%
			Salchipapas de Camarón	10	1,87%
			Papas con fideo	1	0,19%
			Llapingachos	3	0,56%
		Tortillas	3	0,56%	
	CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Caldo de gallina criolla	9	1,68%
			Caldo de gallina	8	1,50%
			Caldo de res	3	0,56%
			Caldo de hueso blanco	1	0,19%
			Caldo de Bolas	1	0,19%
			Sopa de arroz de cebada	2	0,37%
			Sopa de zapallo	2	0,37%
			Sopa de lenteja	2	0,37%
			Sopa de achogchas	1	0,19%
			Sopa de fréjol	1	0,19%
			Sopa de habas	1	0,19%
			Sopa de maíz tostado	1	0,19%
			Sopa de pata de res	1	0,19%
	PLATOS PRINCIPALES	ASADOS	Pollo con papas	25	4,67%
		SECOS	Seco de pollo	6	1,12%
			Seco de Concha	3	0,56%
ESTOFADOS			Estofado de carne	2	0,37%
COCIDOS		Guatita	5	0,93%	
		Seco de Camarón	4	0,75%	
		Puré	4	0,75%	
OTROS DE INGRESO MODERNO		Papas fritas	7	1,31%	
		Chanfaina con papas	6	1,12%	
PESCADO	CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Caldo de pescado	21	3,93%
			Chupe de pescado	16	2,99%
	PLATOS PRINCIPALES	ASADOS	Pescado asado	13	2,43%

		SECOS	Seco de pescado	38	7,10%
		ARROCES	Arroz con pescado apanado	1	0,19%
		FRITURAS	Pescado frito	1	0,19%
			Filete frito	1	0,19%
		OTROS DE INGRESO MODERNO	Chaulafán	2	0,37%
Pescado en salsa de champiñones	1		0,19%		
TOMATE	ENTRADAS	FRIAS	Ensaladas	3	0,56%
	CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Caldo de pollo	2	0,37%
			Caldo de gallina criolla	2	0,37%
			Caldo de pata	1	0,19%
			Caldo de res	1	0,19%
			Caldo de pescado	1	0,19%
	SOPAS	Sopa de arroz de cebada	3	0,56%	
		Sopa de huevo	1	0,19%	
	PLATOS PRINCIPALES	ASADOS	Pollo con papas	12	2,42%
		SECOS	Seco de pollo	10	1,87%
			Seco de carne	2	0,37%
		ESTOFADOS	Estofado de carne con verduras	1	0,19%
			Estofado de pollo	1	0,19%
		ARROCES	Arroz con pollo	3	0,56%
			Arroz dorado	1	0,19%
		FRITURAS	Carne apanada	1	0,19%
		COCIDOS	Rabo de chanco	1	0,19%
HORNEADOS	Hornado	2	0,37%		
MARISCOS	Ceviches	1	0,19%		
CARNE DE CHANCHO	ENTREMESES	PICADAS	Bolones	1	0,19%
	Empanadas		1	0,19%	
	CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Caldo de patas	1	0,19%
	PLATOS PRINCIPALES	ESTOFADOS	Estofado de chanco	1	0,19%
		COCIDOS	Fritada	4	0,75%
			Tapaos	1	0,19%
			Sancocho	1	0,19%
		HORNEADOS	Hornado	5	0,93%
	Pernil		1	0,19%	
	OTROS TÍPICOS	CHARCUTERIA	Morcillas o Rellenas	2	0,37%
QUESO CRIOLLO	ENTREMESES	PICADAS	Plátano con queso	1	0,19%
		EMPANADAS	Empanadas	4	0,75%
		TORTILLAS	Tortillas de maíz	4	0,75%
			Tortillas de harina	1	0,19%
			Tortillas de plátano	1	0,19%
			ENVUELTOS	Humitas	1

	CALDOS Y SOPAS	SOPAS	Sopa de habas	3	0,56%
			Sopa de queso	2	0,37%
			Sopa de quinua	2	0,37%
			Sopa de lenteja	1	0,19%
			Sopa de zapallo	1	0,19%
		LOCROS	Locro de habas	2	0,37%
			Locro de papas	1	0,19%
	ENTREMESES	EMPANADAS	Empanadas de queso	1	0,19%
		TORTILLAS	Tortillas de maíz	4	0,75%
		ENVUELTOS	Humitas	1	0,19%
			Tamal	1	0,19%
			Sopa de avena	1	0,19%
			Sopa de lenteja	1	0,19%
Sopa de maíz molido	1	0,19%			
BEBIDAS	COMPUESTAS	Morocho	1	0,19%	
OTROS DE INGRESO MODERNO		Pizzas	1	0,19%	
CONCHA	ENTRADAS	FRIAS	Ensaladas	6	1,12%
	ARROCES		Arroz con Concha	3	0,56%
			Ceviches	5	0,93%
	PLATOS PRINCIPALES	SOPAS	Sopas de concha	3	0,56%
	ESTOFADOS	Estofado de concha	7	1,31%	
CARNE DE RES	CALDOS Y SOPAS	SOPAS	Sopa de carne	3	0,56%
	PLATOS PRINCIPALES	ASADOS	Carne asada	3	0,56%
		SECOS	Seco de carne	4	0,75%
		ESTOFADOS	Estofado de carne	2	0,37%
			Estofado de lengua	1	0,19%
	FRITURAS	Carne apanada	1	0,19%	
OTROS DE INGRESO MODERNO		Tallarín con carne	3	0,56%	
CAMARÓN	PLATOS PRINCIPALES	ARROCES	Arroz con Camarón	9	1,68%
			Arroz con ceviche	8	1,50%
		CEVICHE	Ceviches	9	1,68%
	CALDOS Y SOPAS	COLADAS	Sopa de Camarón	11	2,06%
	ENCOCAO	ENCOCAO	Encocao de Camarón	6	1,12%
			Encocao de Camarón de Río	9	1,68%
OTROS TÍPICOS	ENSALADAS	Ensaladas de Camarón	5	0,93%	
VERDE	ENTREMESES	PICADAS	Bolones	15	2,80%
			Patacones con queso	5	0,93%
	CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Caldo de bolas de verde	7	1,31%
		SOPAS	Sopa de habas	2	0,37%
			Sopa de res	1	0,19%
			Sopa de pescado	1	0,19%
			Sangos	1	0,19%
	OTROS DE INGRESO		Tamales	4	0,75%

	MODERNO				
MAIZ	ENTREMESES	PICADAS	Choclo asado	1	0,19%
		TORTILLAS	Tortilla de maíz	6	1,12%
	CALDOS Y SOPAS	SOPAS	Sopa de leche con maíz	1	0,19%
	BEBIDAS	FERMENTADAS	Chicha	1	0,19%
		COMPUESTAS	Champús	1	0,19%
ZAPALLO	CALDOS Y SOPAS	SOPAS	Sopa de zapallo	4	0,75%
	POSTRES	DULCES	Dulce de zapallo	6	1,12%
HUEVOS	ENTREMESES	PICADAS	Huevos cocinados	1	0,19%
			Tortillas de huevo	1	0,19%
		ENVUELTOS	Envuelto de Maduro	1	0,19%
	CALDOS Y SOPAS	CALDOS	Caldo de huevo	2	0,37%
			Caldo de gallina	1	0,19%
	SOPAS	Sopa de fideo con huevo	2	0,37%	
FRUTAS	POSTRES	DULCES	Ensalada de frutas	3	0,56%
	BEBIDAS	DULCES	Batido de frutas	1	0,19%
			Jugo de frutas	1	0,19%
PIMIENTO	ENTREMESES	PICADAS	Pinchos	1	0,19%
	PLATOS PRINCIPALES	CEVICHE	Ceviches de Concha	4	0,75%
HARINA DE TRIGO	ENTREMESES	EMPANADAS	Empanadas	3	0,56%
		TORTILLAS	Tortillas	1	0,19%
MANTECA DE CHANCHO	CALDOS Y SOPAS	SOPAS	Sopas	1	0,19%
	ENTREMESES	PICADAS	Bolones	1	0,19%
		TORTILLAS	Llapingachos	1	0,19%
	OTROS DE INGRESO MODERNO		Menestras	1	0,19%
CEBADA	CALDOS Y SOPAS	SOPAS	Sopa de arroz de cebada	3	0,56%
COL		CALDOS	Caldo de res	1	0,19%
	OTROS TÍPICOS	CHARCUTERIA	Rellenas	2	0,37%
FREJOL	CALDOS Y SOPAS	SOPAS	Sopa de fréjol	1	0,19%
		COCINADOS	Menestras	1	0,19%
			Ensaladas	1	0,19%
HARINA DE MAIZ	ENTREMESES	TORTILLAS	Tortilla de maíz	2	0,37%
	BEBIDAS	DULCES	Champuz	1	0,19%
ARVEJAS	ENTRADAS	FRIAS	Ensalada	1	0,19%
	CALDOS Y SOPAS	SOPAS	Sopa de alverjas	1	0,19%
ESPINACAS	PLATOS PRINCIPALES	ARROCES	Arroz verde	2	0,37%
ACEITE	OTROS DE INGRESO MODERNO		Ají chancado	1	0,19%
CEBOLLA	ENTREMESES	PICADAS	Ensaladas	1	0,19%
MIEL	BEBIDAS	FERMENTADAS	Empanadas	1	0,19%
MORA		DULCES	Batido	1	0,19%
NATA	POSTRES	DULCES	Dulce de leche	1	0,19%
MENUDO DE RES	PLATOS PRINCIPALES	COCIDOS	Guatita	1	0,19%
PESCADO	PLATOS PRINCIPALES	COCIDOS	Tapaos	1	0,19%

		Frito	1	0,19%
		Encocaos	1	0,19%
	MARISCOS	Encebollado	1	0,19%
TOTAL			535	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas aplicadas

Entre los ingredientes más utilizados se encuentran: La papa con el 24,11% ya que es utilizada para diferentes platos, el pescado debido a su sabor y al buen acompañamiento que le dan a cada uno de sus comidas con el 17,58%, El camarón con un 10,65% el cual es muy jugoso y sobre todo fresco en esta zona de la costa del pacifico, el tomate con un 9,73%, el verde también es muy apetecido y fundamental en la gastronomía del cantón ya que es uno de los ingredientes que acompañan a los tradicionales ceviches con el 5,82 %

El aspecto positivo de estos ingredientes, es que se los puede conseguir dentro del cantón, pues son cultivados y cosechados en los campos y zonas rurales de Atacames, por lo que en varias ocasiones es compartido con los vecinos, o se los puede conseguir fácilmente en los puestos del mercado.

CAPÍTULO IV

4.1. Inventario de la Gastronomía Típica y Tradicional del Cantón Atacames

El Cantón Atacames posee un extenso inventario en lo que a gastronomía se refiere entre las cuales se encuentran las siguientes: El pusandao (preparado con carne de cerdo, plátano y yuca

4.1.1 Fichas Gastronómicas

Cuadro 38: Gastronomía típica y tradicional

NOMBRE DEL PLATO/BEBIDA/POSTRE TÍPICO O TRADICIONAL	CON QUE OTRO NOMBRE SE LO CONOCE	SENSIBILIDAD AL CAMBIO	LUGAR DE EXPENDIO	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	CALLE/LOCALIDAD
Encocao de Pescado	N.A.	Baja	Restaurantes / Carpas instaladas por las fiestas	Esmeraldas	Atacames	Atacames	Malecón de Atacames
Ceviches de Concha	N.A.	Baja	Mercado de Mariscos	Esmeraldas	Atacames	Atacames	Malecón de Atacames
Bolones de Chicharrón	N.A.	Baja	Restaurantes / Carpas instaladas por las fiestas	Esmeraldas	Atacames	Atacames	Malecón de Atacames
Pescado Frito	N.A.	Baja	Mercado central	Esmeraldas	Atacames	Tonsupa	Malecón de Atacames
Arroz Marinero	N.A.	Baja	Restaurantes	Esmeraldas	Atacames	Atacames	Malecón de Atacames
Caldo de gallina criolla	N.A.	Baja	Mercado central y restaurantes	Esmeraldas	Atacames	Sua	Malecón de Atacames
Caldo Cangrejo	N.A.	Baja	Restaurantes	Esmeraldas	Atacames	Atacames	Malecón de Atacames
Sopa Marinera	N.A.	Media	Restaurantes	Esmeraldas	Atacames	Atacames	Malecón de Atacames
Arroz con Marinero	N.A.	Baja	Mercado de Mariscos / carpas instaladas por las fiestas	Esmeraldas	Atacames	Súa	Malecón de Atacames
Jugo de Coco	N.A.	Media	En los hogares	Esmeraldas	La Unión	Diferentes parroquias	Diferentes parroquias
Tapao de Pescado	N.A.	Baja	En los hogares	Esmeraldas	Atacames	Diferentes parroquias	Diferentes parroquias
Tortillas de Verde	N.A.	Baja	Mercado central / Restaurantes	Esmeraldas	Atacames	La Unión	Corral y Dávila
Limonada	N.A.	Baja	En las carpas instaladas por las fiestas	Esmeraldas	Atacames	Tonchigüe	Centro

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas aplicadas

De acuerdo a las encuestas, se puede decir que hay platos que con el pasar del tiempo, no han perdido su importancia y valor dentro de la gastronomía Atacameña, como los ceviches, el encocao o los tradicionales bolones de verde con chanco; platos que a decir de los habitantes del lugar, son los más solicitados, ya sea por su sabor, o porque son complemento ideal para la alimentación diaria, y que muchas veces son consumidas en la mañana o en la tarde.

Esta sensibilidad al cambio se puede clasificar en 3 grupos:

- **Alta:** Cuando al plato ya no se lo preparan por diversas razones, o a su vez la preparación es casi nula.
- **Media:** Cuando no hay un interés por parte de la comunidad en mantener su preparación y consumo.
- **Baja:** Cuando la comunidad mantiene su preparación y consumo, pero con alguna variación en la preparación y consumo.

Existen otros platos cuya sensibilidad al cambio es baja, pero no son de consumo diario:

Los tradicionales ceviches son de fácil preparación y muchas veces forma parte de la comida habitual de las familias. Un lugar donde se lo puede adquirir es en los locales o los restaurantes en el mercado de marisco por ser un buen complemento.

El bolón de verde es un plato que se lo prepara a diario, considero que no ha perdido su tradición. Se lo puede adquirir en aquellos lugares donde preparan y venden las deliciosas empanadas y también se puede disfrutar de este plato en reuniones familiares donde el plato principal es el chanco.

El caldo de gallina criolla se sirve con mayor frecuencia en las comunidades, y es más delicioso cuando se la cocina con chillangua. También se la puede degustar en algunos salones, aunque no todos los días. Una bebida antigua y deliciosa es la limonada preparada con limones y que se sirve en las festividades del cantón acompañada especialmente con mariscos.

4.2 Gastronomía Relacionada a las Fiestas

En 1533, el naufragio de un barco de esclavos permitió el asentamiento y la presencia de una activa población negra que se fusionó con las culturas blanca e indígena generando varias manifestaciones culturales, música, artesanía y danza, en la actualidad, su población es una amalgama de etnias, en donde convive gente de todas las latitudes del mundo.

Con respecto a las fiestas que se celebran cada año en el cantón Atacames, se tiene fiestas cívicas como el aniversario de cantonización; fiestas religiosas en honor a Santa Rosa de Lima; fiestas culturales del carnaval y las Jornadas Deportivas Vacacionales.

El alma de Atacames se manifiesta singularmente en estas dos fechas a lo largo del año, sin olvidar que en el cantón durante los carnavales se puede disfrutar de la elección de la Sra. y de la Srta. Carnaval así como el Jolgorio que inicia el Festival Internacional de música y danza afro que tiene como sede la capital de la provincia de Esmeraldas, el mismo que se ha constituido en uno de los mejores eventos del país y de la costa pacífica al expresar culturalmente las raíces ancestrales vivas del pueblo negro. Diversas actividades se ofertan, ferias, bailes populares, desfiles, eventos deportivos y culturales son los más atrayentes en donde la principal gastronomía que se ofrece en estas épocas de fiestas son las siguientes:

\

Cuadro 39: Fiestas del Cantón

Fechas Cívicas, Culturales y Deportivas del cantón Atacames	
30 de Agosto	Fiesta de Santa Rosa de Lima
febrero o marzo	Carnaval Cultural / Fiestas Deportivas
21 de Noviembre	Fiesta Cívica por el aniversario de Cantonización

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Municipio de Atacames

Atacames cuenta con una gastronomía muy variada, siendo la comida tradicional la que llama más la atención en las fiestas de Santa Rosa de Lima; entre sus principales platos más apetecidos por turistas nacionales como extranjeros se encuentran:

Cuadro 40: Gastronomía relacionada con las fiestas

GASTRONOMIA RELACIONADA A LAS FIESTAS			
Nombre de las Fiestas	Nombre del Plato / Bebida / Postre relacionado a la Fiesta	Simbolismo del Plato	Ritual de la comida
- Fiesta en honor a Santa Rosa de Lima - Carnaval cultural - Fiesta de cantonización	Ceviches	Es un plato consistente en carne marinada en aliños cítricos, siendo los más comunes preparados a base de pescado, mariscos o ambos.	No hay ritual que se conozca
- Fiesta en honor a Santa Rosa de Lima - Carnaval cultural - Fiesta de cantonización	Encocao	A diferencia de otras recetas de la comida ecuatoriana, el encocado, llamado popularmente "encocao", por lo general, no se come solo. Ecuatoriana, y su nombre se debe a que el principal ingrediente para prepararlo es el coco.	No hay ritual que se conozca
- Fiesta en honor a Santa Rosa de Lima - Carnaval cultural Fiesta de cantonización	Bolones de Verde	El Bolón es un plato tradicional de la comida atacameña. Es realizado a base de plátano machacado y mezclado con chicharrones.	No hay ritual que se conozca
- Fiesta en honor a Santa Rosa de Lima - Carnaval cultural - Fiesta de cantonización	Limonada	Es una bebida con alto contenido en limones amarillos u otros cítricos, principalmente limones verdes y azúcar añadido.	No hay ritual que se conozca
- Fiesta en honor a Santa Rosa de Lima - Carnaval cultural - Fiesta de cantonización	Caldo de gallina Criolla	Simboliza salud ya que se dice que es bueno para los huesos. Además se recomienda dar a las mujeres que han dado a luz.	No hay ritual que se conozca
- En las diferentes fiestas, pero se debe pedir que se lo prepare	Arroces con Mariscos	Se dice que el arroz produce fortaleza física; inclusive se decía que la fecundidad de la mujer se atribuía a los mariscos que se revolvían con él.	No hay ritual que se conozca

Comentario [I1]: Por favor imprimir con esta corrección.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas aplicadas

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE PUESTA EN VALOR DEL RECURSO GASTRONÓMICO TÍPICO Y TRADICIONAL DEL CANTÓN ATACAMES

Atacames es un destino turístico que atrae a varios visitantes de todas partes del Ecuador, convirtiéndose en uno de los lugares más visitados por el turismo interno y externo haciéndose conocer por su variedad y calidad en la comida, cuyos productos frescos hacen que se posea como la mayor fortaleza de la playa.

Y para poner en marcha una estrategia que promueva la gastronomía del cantón no solo se requiere de una buena idea, sino también del apoyo y el compromiso de la sociedad y de instituciones que se involucren de verdad en sacar adelante la cultura y recuperar las tradiciones perdidas.

5.1 Estrategias de promoción y difusión de la Gastronomía Típica y tradicional del cantón Atacames

5.1.1 Programa Estratégico de Mercadeo

5.1.1.1 Objetivo General

Reposicionar la imagen gastronómica del cantón Atacames en el mercado.

5.1.1.2 Objetivos Específicos

- Refrescar la imagen de la cultura gastronómica en el mercado local a nivel nacional.
- Mantener productos de alta calidad en los restaurantes que satisfagan las necesidades de los consumidores.
- Informar, persuadir y recordar el producto a nuestros clientes mediante la aplicación de la estrategia promocional.

5.1.2 Plan Operativo de Marketing

El presente documento especifica las decisiones adoptadas en relación con el producto, precio, plaza, promoción, proceso, personal o talento humano y planta turística que permitirán manejar con éxito el movimiento, supervivencia y crecimiento de las estrategias a plantearse para fortalecer la difusión de la gastronomía típica y tradicional del cantón.

5.1.2.1 Análisis (F.O.D.A)

5.1.2.1.1 Análisis interno

Fortalezas:

- Apoyo del Municipio de Atacames que demuestra interés en la preservación y el uso turístico sustentable del recurso, facilitando los materiales y la intervención de expertos para la ejecución de la propuesta de mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.
- Ubicación estratégica, a tan solo 30 Km de la capital provincial de Esmeraldas.
- Atractivos naturales, culturales y planta hotelera en los alrededores que sirven de incentivo a la hora de elegir un sitio de visita, permitiendo la permanencia del visitante por más tiempo y el cual puede disfrutar de una variada gastronomía.
- Servicios básicos agua, luz, teléfono, alcantarillado, servicio de recolección de basura y vías en buen estado que facilitan el acceso y la administración del balneario.
- Mano de obra de apoyo disponible dentro de la comunidad para la ejecución de la propuesta y administración permanente.
- Imagen turística posicionada del cantón Atacames en la mente del consumidor nacional e internacional y su cercanía con diferentes balnearios.

Debilidades:

- Inestabilidad organizacional comunitaria, e incapacidad de liderazgo para tomar decisiones de mejoramiento en beneficio del recurso.
- Poca aceptación de expertos para la gestión y ejecución de iniciativas de desarrollo turístico.
- Deterioro ambiental y escénico del balneario por el tiempo, la intervención inadecuada del hombre y la contaminación los cuales han factores que han maltratado la vegetación causando distorsión en los recorridos e inconvenientes para apreciar con claridad la belleza de los sitios turísticos.
- Poca capacidad de Inversión de las partes involucradas, provocando una prolongación en el plazo de ejecución, puesto que acceder a donaciones de ONG's internacionales o créditos privados de bancos es un proceso largo y complicado.
- Publicidad reducida del balneario como atractivo turístico y posicionando a la cultura gastronómica a nivel país.
- Pocas plazas de trabajo para los comuneros por inicio de operaciones de la unidad turística.

5.1.2.1.2 Análisis del Entorno

La evaluación desde una perspectiva externa de los factores relacionados con el destino turístico, permitirán analizar las tendencias, fuerzas y los fenómenos claves con el fin de identificar las oportunidades externas positivas y amenazas las cuales son representadas por los factores externos que entorpecen el crecimiento de la organización.

Oportunidades:

- Cambios demográficos en la percepción del viaje; debido al estrés al que están expuestos los habitantes de la urbe e interés de conocimiento que despierta las iniciativas de promoción administrativa privada y pública.
- Crecimiento constante del turismo receptor por inversión promocional del MINTUR debido al aumento del presupuesto del estado por resolución del ex presidente Palacios.
- Demanda turística insatisfecha a nivel provincial, ya que la preferencia de desplazamiento hacia lugares naturales crece pero actualmente los sitios son aprovechados de forma elemental (poca planta turística y facilidades), lo que ocasiona insatisfacción al visitante.
- Alianzas con empresas turísticas de radio de influencia en el balneario (hostales, hosterías, restaurantes, transporte turístico y agencias de viajes).
- Nuevos métodos de distribución (comercio electrónico) que permitirán vender y comprar todo tipo de productos y servicios directamente, brindando facilidad y comodidad al vendedor y comprador.
- Apoyo de entidades públicas cantonal y provincial (Jefatura y Cámara Provincial de Atacames) para desarrollar estrategias promocionales conjuntas.
- Interés de financiamiento por parte del Municipio de Atacames apoyándose en diversos organismos nacionales e internacionales para ejecutar la propuesta de impulsación del turismo gastronómico.

Amenazas:

- Presencia de atractivos competitivos que pueden optar nuevas estrategias (renovación en actividades similares) y política de precios bajos.
- La variación de la tasa de inflación, causa incertidumbre y desconcierto al inversionista al considerar un excedente que incrementa del presupuesto debido a la inestabilidad y variación de los precios de las inversiones consideradas en el proyecto.
- La indigencia con respecto a los pobres que son los más afectados y que se encuentran situados en el área rural y el desempleo que son los factores que de cierta manera afectan al consumo turístico del país, al limitar el gasto y la frecuencia de repetición de la visita a cualquier punto turístico.
- Inestabilidad política en el país produciendo paro de actividades, ocasionando demora en los trámites, cierre de carreteras y malestar de desplazamiento del visitante a nivel nacional.

5.1.3 Matriz de Estrategias (F.O.D.A)

Este instrumento de análisis organizacional, será principalmente la estructura conceptual para el análisis sistemático que facilitará la comparación de las amenazas y oportunidades externas con las fuerzas y debilidades internas del balneario.

La combinación del análisis de los recursos internos y externos, permitirán realizar los cuatros tipos de estrategias: (F.O) Utilizando las fortalezas internas de una empresa para aprovechando las oportunidades externas (D.O), teniendo como objetivo mejorar las debilidades internas al aprovechar las oportunidades externas; (F.A) Usando las fortalezas de una empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas, (D.A) las cuales son tácticas defensivas que tendrán como propósito reducir las debilidades internas y evitar las amenazas externas ; estas áreas de iniciativas estratégicas sirven para trabajar los objetivos estratégicos del Plan.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1_Apoyo del Municipio de Atacames.</p> <p>F2_11 sitios de interés turístico</p> <p>F3_Ubicación estratégica.</p> <p>F4_Atractivos y planta hotelera en su radio de influencia.</p> <p>F5_Servicios básicos.</p> <p>F6_Disponibilidad de área física para la planta turística.</p> <p>F7_Posicionamiento de imagen turística a nivel país.</p> <p>F8_Mano de obra de apoyo disponible en la comunidad.</p> <p>F9_Imagen turística posicionada del cantón Atacames y su cercanía a otros balnearios.</p>	<p>D1_Inestabilidad organizacional comunitaria.</p> <p>D2_Poca aceptación de expertos en la comunidad.</p> <p>D3_Deterioro ambiental y escénico del balneario.</p> <p>D4_Poca capacidad de inversión de las partes involucradas.</p> <p>D5_Publicidad reducida del balneario a nivel país.</p> <p>D6_Poco aprovechamiento del turismo gastronómico.</p> <p>D7_Pocas plazas de trabajo para los comuneros por inicio de operaciones de la unidad turística.</p>
OPORTUNIDADES	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS F.O.	OBJETIVOS ESTRATEGICOS D.O.
<p>O1_Cambios demográficos en la percepción del viaje en la comunidad ecuatoriana.</p> <p>O2_Tasa de crecimiento 11.88 % de la demanda al balneario por año</p> <p>O3_Crecimiento constante de la demanda receptiva en el país.</p> <p>O4_Demanda turística provincial insatisfecha.</p> <p>O5_Alianzas con empresas turísticas del radio de influencia.</p> <p>O6_Nuevos métodos de distribución.</p> <p>O7_Apoyo de instituciones turísticas cantonal y provincial.</p> <p>O8_Establecimientos educativos con especialidades turísticas y hoteleras.</p> <p>O9_Interés de financiamiento por parte del Municipio de Atacames apoyándose en diversos organismos nacionales e internacionales.</p>	<p>F2. O1. O3_Desarrollar el Programa de impulsación gastronómica para el turismo, aprovechando los atractivos turísticos del balneario.</p> <p>F4. F3. O5_Planificar paquetes turísticos en convenio con atractivos y empresas turísticas del sector, para la cultura gastronómica.</p> <p>F3.O7_Fomentar personal de calidad, abriendo oportunidades de pasantías para optimizar las labores dentro de los locales comerciales del balneario.</p> <p>F7. O6_Establecer el Web site en donde se promocióne la gastronomía del cantón.</p> <p>O2. O8. F8_Distribuir directa e indirectamente los servicios, estrechando lazos con agencias de viajes que acuden al balneario.</p> <p>O1.O2.F3_Afiliar al balneario y a sus locales comerciales(restaurante, bares y discotecas) a la revista Ecuador terra incógnita, por ser una revista que se enfoca a publicaciones de atracción turística y de temas afines, lo que permitirán compartir beneficios de la popularidad de este medio.</p>	<p>D5.O6_Diseñar un Brief publicitario para llegar a la demanda.</p> <p>D5. O9_Gestionar oportunidades de financiamiento nacional e internacional, a través de los organismos para la ejecución del Plan.</p> <p>D2.O3. O4_Poner en marcha un programa de Cooperación y Capacitación Participativa para el aprovechamiento de las potencialidades de la comunidad, mediante la intervención de especialistas.</p> <p>D1.O8_Fomentar el trabajo en equipo como base fundamental dentro de los restaurantes.</p>

AMENAZAS	OBJETIVOS ESTRATEGICOS F.A	OBJETIVOS ESTRATEGICOS D.A.
<p>A1_Presencia de atractivos competitivos (Benchmarking con el balneario).</p> <p>A2_Tasa de inflación (incrementa el presupuesto del proyecto por aumento de precios).</p> <p>A3_La tasa de desempleo alcanza un 10%; la pobreza 39% y la indigencia el 10% a nivel nacional (limita el gasto y frecuencia de visita de los turistas).</p> <p>A4_Inestabilidad política en el país (paros en entidades y cierre de carreteras).</p>	<p>F3. F8.A5_Mantener precios más bajos que la competencia ganando participación en el mercado y ventas aplicando Bench marking.</p> <p>F7. A1_Inducir el consumo grupal del servicio, a través de convenios con instituciones educativas para la adquisición de paquetes estudiantiles.</p> <p>F5. F4 .A1_Dotar de tecnología de punta en el área del servicio al cliente en cada uno de los locales comerciales a través de adquisición de equipo.</p>	<p>D1.A2_Crear una Cooperativa Turística Comunitaria, fortaleciendo la organización y aprovechamiento de sus recursos.</p> <p>D3. A3_Aplicar el programa de Planificación Turística para el aprovechamiento adecuado de los recursos, planta turística e intervención conjunta del talento humano.</p>

Elaborado por: Gabriela Román

5.1.3.1 Objetivos Estratégicos

- Afiliar al balneario y a sus establecimientos comerciales con la revista Ecuador Terra Incógnita, por ser una revista que se enfoca a publicaciones de atracción turística y de temas afines, lo que permitirá compartir beneficios de la popularidad de este medio.
- Desarrollar el plan de la puesta en valor de los recursos gastronómicos para, aprovechar los atractivos turísticos del balneario y su cultura ancestral en lo que a gastronomía se refiere.
- Planificar paquetes turísticos en convenio con atractivos y empresas turísticas del sector para atraer más turistas que puedan degustar la variedad de gastronomía que se expende en el balneario.
- Fomentar personal de calidad, abriendo oportunidades de pasantías para optimizar las labores dentro de los locales comerciales (restaurantes, bares y discotecas)
- Establecer el Web Site para atraer más turistas al cantón y que disfruten de toda su gastronomía.
- Distribuir directa e indirectamente los servicios, mediante la venta del ticket y estrechando lazos con agencias de viajes que acuden al bosque.
- Dotar de tecnología de punta en el área del servicio al cliente a través de adquisición de equipo.
- Inducir el consumo grupal del servicio, a través de convenios con instituciones educativas para la adquisición de paquetes estudiantiles.

- Mantener precios más bajos que la competencia ganando participación en el mercado y ventas aplicando Benchmarking.
- Diseñar un Brief publicitario para llegar a la demanda.
- Gestionar oportunidades de financiamiento nacional e internacional, a través de organismos para la ejecución del Plan de impulsación gastronómica.
- Poner en marcha el programa de Cooperación y Capacitación Participativa, para el aprovechamiento de las potencialidades de la comunidad mediante la intervención de especialistas.
- Crear una cooperativa turística comunitaria, que fortalezca la organización y aprovechamiento de sus recursos.

5.1.4 Análisis del Servicio, mediante la Matriz del (B.C.G)

En esta matriz se presentará los servicios que generarán rentabilidad a cada uno de los locales comerciales (restaurante, bares y discotecas) una vez establecido el Plan; ubicándose en el cuadrante interrogante, porque necesitan de inversión. El análisis arrojará como resultados el enfoque de estrategias intensivas (penetración en el mercado, desarrollo de mercados y de productos), a la vez estas estrategias permitirán realizar combinaciones con otras estrategias.

Estos enfoques dirigirán los esfuerzos de marketing rumbo al posicionamiento de la gastronomía como una fuente destinada a la impulsión, y al mismo tiempo labrar el camino hacia el cumplimiento de los objetivos estratégicos planteados dentro del plan de marketing.

Cuadro No. 41

Matriz (BCG) Participación Relativa en el Mercado

Tasa de Crecimiento de las ventas en la Actividad	Alta +20	Alta 1.0	Media Baja 5.0	0.0
	Media 0	Estrella	Interrogantes	
		<ul style="list-style-type: none"> - Gastronomía - Alquiler de equipo y locales comerciales para eventos gastronómicos. - Tour Gastronómicos. 		
	Baja -20	Vacas	Perros	

Elaborado por: Gabriela Román

5.1.1.5 Análisis del Servicio, mediante la Matriz de General Electric

Permitió posicionar las áreas de actividad, a través del análisis de los factores de atracción presentes en el área empresarial turística; a continuación se detalla el procedimiento implícito.

Cuadro No. 45

Factores de Atracción y Fortalezas del (B.P.C.P.)

Factores de Atracción	Fortalezas del Balneario
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del mercado demandante • Estabilidad de precios • Rentabilidad del sector turístico • Accesibilidad al área 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía • Guianza e interpretación ambiental • Paquetes turísticos y gastronómicos

Cuadro No. 46

Evaluación de los Factores de Atracción

Factores de interés	Peso relativo	Evaluación relativa	Total
• Crecimiento del mercado demandante	0.3	4	1.2
• Estabilidad de precios	0.1	3	0.3
• Rentabilidad del sector turístico	0.4	4	1.6
• Accesibilidad al área	0.2	4	0.8
Total	1.0		3.9

Elaborado por: Gabriela Román

Cuadro No. 47

Atractivo	Rango
Bajo	1 - 2
Media	3
Alta	4 - 5

Elaborado por: Gabriela Román

Obteniendo como resultado una media global 3.9 de los factores de atracción correspondiente a un nivel alto en cuanto a este factor.

Cuadro No. 48

Evaluación de las Fortalezas del (B.P.C.P)

Fortalezas	Peso relativo	Evaluación relativa	Total
• Gastronomía	0.3	3	0.9
• Alquiler de equipos y locales comerciales para eventos gastronómicos	0.4	2	0.2
• Entrada a eventos gastronómicos	0.4	5	2
• Paquetes turísticos	0.1	2	0.2
Total	1,20		3,30

Elaborado por: Gabriela Román

Como resultado se obtuvo una media global de 3,30 que corresponde a un nivel alto en cuanto a la evaluación de fortalezas consideradas.

Cuadro No. 49

Matriz General Electric (GE)

Posición del negocio / Fortalezas de la Empresa

		Fuerte	Promedio	Débil
Factores de atracción del sector turístico	Alta	<ul style="list-style-type: none"> Gastronomía Alquiler de equipos y locales comerciales para eventos gastronómicos Entrada a eventos gastronómicos Paquetes turísticos 		
	Media			
	Baja			
		Alta Invertir	Media Equilibrar	Baja Retirar

Elaborado por: Gabriela Román

Los resultados obtenidos permitieron ubicar las áreas (servicios gastronómicos) en el cuadrante más alto de la matriz, que tiene una posición fuerte, lo que hace referencia a la inversión necesaria, por ser dinámica frente a los resultados del sector.

5.1.1.6 Desarrollo del Plan de Marketing

5.1.1.6.1 Producto Turístico

Objetivo N° 1

Aplicar un programa de impulsación gastronómica para el aprovechamiento adecuado de los recursos, planta turística e intervención conjunta del talento humano.

Estrategia de Desarrollo de Productos:

Ofrecer servicios propios del cantón en lo que a gastronomía se refiere, en un área natural (picnic, camping, canchas deportivas, etc.).

Tácticas:

- Aplicación del programa, el cual consiste en definir las actividades gastronómicas destinándoles el sitio adecuado, mediante el trabajo conjunto de especialistas que permitan, a través del estudio técnico sentar las bases para el levantamiento de la imagen turística dentro del territorio.

Objetivos N° 2

Planificar paquetes turísticos y gastronómicos en convenio con locales comerciales y las microempresas turísticas del sector.

Estrategias de Diversificación Concéntrica:

Se adicionará servicios nuevos pero relacionados con la actividad gastronómica como los paquetes turísticos que contengan una variedad en los menús, ofertados a precios competitivos.

Táctica:

- Establecer convenios con empresas y atractivos del sector (Hosterías, Hoteles, Hostal y Casas), con la finalidad de desarrollar paquetes originales a precios por debajo de la competencia.
- Ampliar los convenios a nivel provincial e internacional, con empresas del sector para innovar los paquetes turísticos y ofrecer más variedad a bajo costo.

5.1.1.7 Precio**Objetivo N° 1**

Mantener precios más bajos que la competencia ganando participación en el mercado y ventas aplicando Bench marking

Estrategias de Liderazgo en Costos:

Ofrecer descuentos en el Sitio Web para atraer a los compradores sensibles al precio.

Tácticas:

- Transformar las Debilidades de la competencia gastronómica que tienen otros balnearios de otras provincias en oportunidades para ganar participación en el mercado.
- La competencia, permitirá el manejo de la elasticidad de precios, tratando en todo momento mantener precios más bajos que los competidores.
- Aplicar una regulación de precios por grupo de visita (descuentos del 30% en la adquisición de paquetes turísticos y gastronómicos).

Objetivos N° 2

Gestionar oportunidades de financiamiento nacional e internacional a través de organismos para la ejecución de la puesta en valor de los recursos gastronómicos del cantón de Atacames.

Estrategia de Desarrollo de Productos:

Modificar el aprovechamiento turístico a través del mejoramiento del servicio recreativo espontáneo existente mediante la inversión en lo que a planta turística se refiere (restaurantes, bares, discotecas etc)

Tácticas:

- Dividir el Plan de impulsación gastronómica, permitiendo oportunidades de financiamiento en varios sectores de ayuda social.

5.1.1.8 Plaza

Objetivo N° 1

Distribuir directa e indirectamente los servicios, mediante el alquiler de espacios y locales comerciales, estrechando lazos con agencias de viajes que acuden al balneario.

Estrategia de Penetración en el Mercado:

Destinar un moderado esfuerzo publicitario en los principales puntos donde se concentra la demanda.

Tácticas:

- Crear una comisión de ventas en el grupo juvenil comunitario, para promoción personalizada de los servicios y paquetes turísticos.

- Formalizar los canales de distribución, generando una base de datos que permita conocer la captación y posicionamiento del servicio dentro de las agencias de viajes, generando futuras prospecciones de viaje.

Objetivo N° 2

Afiliar a los locales comerciales (restaurantes, bares y discotecas) a la revista Ecuador Terra Incógnita, por ser una revista que se enfoca a publicaciones de atracción turística y de temas afines, lo que permitirá compartir beneficios de la popularidad de este medio.

Estrategia de Desarrollo de Mercados:

“Despertar el interés de los 20.000 afiliados a la revista, incentivando una visita al balneario e incrementando la demanda”³³

Tácticas:

- Firmar un convenio a través del acuerdo de beneficios conjuntos (50% de descuento para los afiliados) con la revista, y que como beneficio otorga un artículo de una página de forma gratuita, y establece el Imagotipo empresarial de forma indefinida.

Objetivos N° 3

Crear una Cooperativa Turística Comunitaria, fortaleciendo la organización y aprovechamiento de sus recursos.

Estrategia de Diversificación de Conglomerados:

Crear una microempresa no relacionada con la actividad, sustentando la ayuda social a la comunidad.

³³ Dolores Guarderas María, Gerente General, Ecuador Terra Incógnita, 2011

Tácticas:

- Sustentar su constitución en la ley de cooperativas Art. 70, Art. 64 bajo el Estatuto Jurídico de las Cooperativas Campesinas y Art. 3 ante la Dirección Nacional de Cooperativas para su reconocimiento como cooperativa turística comunitaria.

5.1.1.9 Promoción**Objetivos N° 1**

Diseñar un Brief Publicitario para llegar a la demanda.

Estrategia de Penetración en el Mercado:

Destinar un incremento el 10% anual para alimentar el presupuesto del plan de marketing, que permitirá innovarlo constantemente.

Tácticas:

- Fomentar la elaboración de material publicitario interno como: papel membretado, sobre tamaño oficio, carpetas, volantes, trípticos, afiches y postales de cada uno de los locales comerciales (restaurantes, bares y discotecas).
- Elaboración de material publicitario externo como: Publicaciones en la prensa y cuña en radio que difundan la cultura gastronómica del cantón.

Objetivo N° 2

Establecer el Web Site del balneario en donde se pueda promocionar la gastronomía del cantón

Estrategias de Integración Hacia atrás:

Usar el Internet para ofertar y vender directamente el servicio al cliente nacional e internacional.

Tácticas:

- Establecer el diseño Web Site dinámico y original con información sintética y completa que incentive la permanencia y el análisis de los servicios en corto tiempo, sujeto a cambios de los contenidos por ejemplo añadir artículos nuevos con frecuencia, promociones entre otros, actualizados por el mismo personal que labora en el balneario.

5.1.1.10 Proceso**Objetivo N° 1**

Fomentar a los comerciantes para que se doten de tecnología de punta en el área del servicio al cliente a través de adquisición de equipo.

Estrategias de Diversificación:

Agilizar la atención al cliente por medio de (información, consultas, toma de pedidos, cortesía, atención, facturación y pagos).

Táctica:

- Colocar letreros y menús de precios bien diseñados, ahorrando el trabajo al personal de responder a preguntas básicas sobre el precio.
- Tratar al cliente a una distancia prudente, utilizando el correo electrónico o el teléfono.

- Se establecerán precios redondeados en todos los servicios a fin de ofrecer conveniencia y simplicidad en el momento del pago entre el cliente interno y externo.
- Formar parte de los afiliados de Red Datafast para manejar pagos con tarjetas de crédito como: Dinner, Cuota Fácil, Visa entre otras).

Objetivo N° 2

Fomentar el trabajo en equipo como base fundamental dentro del balneario.

Estrategia Operativa:

Incentivar el compromiso y la responsabilidad del cliente interno para con sus labores, y la colaboración en las actividades de sus compañeros.

Táctica:

- Realizar reuniones de evaluación de las jornadas laborales diarias en cada uno de los locales.
- En base a las opiniones vertidas mediante un formulario de quienes han hecho uso del servicio, comentarios que guiarán el mejoramiento permanente de el mismo.

5.1.1.11 Personal o Talento Humano

Objetivo N° 1

Fomentar personal de calidad, abriendo oportunidades de pasantías para optimizar las labores dentro de cada uno de los locales comerciales dentro del balneario.

Estrategia de alianzas Estratégicas y Asociaciones

Buscar oportunidades de pasantías con instituciones educativas para personal de logística dentro de las áreas ocupacionales.

Tácticas:

- Establecer como política administrativa la admisión de pasantes, estimando un tiempo mínimo de 150 horas a partir de su ingreso.
- La utilización de uniformes facilitará el reconocimiento y diferenciación del personal de cara uno de los locales.

Objetivo N° 2

Poner en marcha un programa de Cooperación y Capacitación Participativa para el aprovechamiento de las potencialidades de la comunidad mediante la intervención de especialistas.

Estrategia Operativa:

Capacitar al personal por medio de la aplicación del programa de capacitación establecido para el correcto desenvolvimiento de las actividades y sobre todo de atención al cliente al momento de la venta de los servicios gastronómicos.

Táctica:

- La actitud de servicio es un reflejo del interior; fortalecer la identidad cultural de la población del cantón de Atacames y de las parroquias aledañas a fin que sea reflejo del orgullo de sus raíces y un atractivo más para el visitante.
- Premiar los esfuerzos del personal destacado cada año, mediante incentivos para los mejores empleados; que incluye desde presentes sorpresas, hasta bonos económicos.

Cuadro No. 50
Matriz del Plan Operativo de Marketing para el (B.P.C.P)

Objetivo	Estrategias	Tácticas	Cronograma	Control
<p align="center">PRODUCTO TURÍSTICO</p> <p>Aplicar el programa de planificación Turística para el aprovechamiento adecuado de los recursos, planta turística e intervención conjunta del talento humano.</p>	<p>De Desarrollo de Productos</p> <p>Ofrecer servicios gastronómicos propios del sector.</p>	Aplicación del programa (Planificación del Espacio Turístico y definición de actividades gastronómicas).	E F M A M J J A S O N D	3 meses al año
Planificar paquetes turísticos en convenio con los locales y empresas turísticas del sector.	<p>De Diversificación Concéntrica</p> <p>Adicionar servicios gastronómicos nuevos pero relacionados con la actividad turística a precios competitivos.</p>	<p>Establecer convenios con empresas y atractivos del sector.</p> <p>Ampliar los convenios e innovar los paquetes turísticos y gastronómicos.</p>	E F M A M J J A S O N D	3 meses al año
<p>PRECIO</p> <p>Mantener precios más bajos que la competencia ganando participación en el mercado y ventas aplicando Benchmarking.</p>	<p>De Liderazgo en Costos</p> <p>Ofrecer descuentos en el Sitio Web para atraer a los compradores sensibles al precio.</p>	<p>-Transformar debilidades de la competencia en oportunidades y percibir el valor que el cliente podrá pagar por los servicios.</p> <p>-La competencia permitirá el manejo de la elasticidad del precio y aplicar la regulación de precios (descuentos del 30% en paquetes turísticos).</p>	E F M A M J J A S O N D	9 meses al año.
Gestionar oportunidades de financiamiento nacional e internacional a través del municipio para la ejecución del Plan de impulsación gastronómica.	<p>De Desarrollo de Productos</p> <p>Modificar el aprovechamiento turístico recreativo espontáneo existente mediante la inversión en planta turística.</p>	Dividir el plan, permitiendo oportunidades de financiamiento en varios sectores de ayuda social.	E F M A M J J A S O N D	5 meses al año
<p>PLAZA</p> <p>Distribuir directa e indirectamente los servicios, estrechando lazos con agencias de viajes del balneario.</p>	<p>De Penetración en el Mercado</p> <p>Destinar un moderado esfuerzo publicitario en los puntos donde se concentra la demanda.</p>	Crear una comisión de ventas en el grupo de los comerciantes del sector y formalizar los canales de distribución.	E F M A M J J A S O N D	12 meses al año

Objetivo	Estrategias	Tácticas	Cronograma												Control
Afiliar al balneario a la revista Ecuador Terra Incógnita, por ser una revista que se enfoca a publicaciones de atracción turística y de temas afines, lo que permitirá compartir beneficios de la popularidad de este medio.	De Desarrollo de Mercados Despertar el interés de los 20.000 afiliados a la revista incentivando una visita al balneario.	Firmar un convenio de beneficios conjuntos con la revista Terra Incógnita (50% de descuento para los afiliados).	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	1 mes al año
Crear una cooperativa turística comunitaria, fortaleciendo la organización y aprovechamiento de sus recursos.	De Diversificación de Conglomerados Crear una empresa no relacionada con la actividad, sustentando la ayuda social a la comunidad.	Sustentar su constitución en la ley de cooperativas Art. 70, Art. 64 bajo el Estatuto Jurídico de las Cooperativas Campesinas Art. 3 ante la Dirección Nacional de Cooperativas para su reconocimiento como Cooperativa Turística Comunitaria.	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	3 meses al año
PROMOCIÓN Diseñar material publicitario externo e interno para llegar a la demanda.	De Penetración en el Mercado Destinar un incremento el 10% anual para alimentar el presupuesto del plan de marketing, que permitirá innovarlo constantemente.	Diseñar publicidad en: (Folletería 1000 unidades), prensa escrita (publicación en el comercio) y cuña radiales.	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	2 meses al año
Establecer el Web Site.	De Integración Hacia Atrás Usar el Internet para ofertar y vender directamente el servicio al cliente nacional e internacional.	Establecer un diseño original, dinámico, con información sintética y completa, sujeto a cambios por el mismo personal.	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	1 mes al año
PROCESO Dotar de tecnología de punta en el área del servicio al cliente a través de adquisición de equipo.	De Diversificación Agilizar la atención al cliente por medio de (información, consultas, toma de pedidos, cortesía, atención, facturación y pagos).	Tratar al cliente a una distancia prudente, utilizando el correo electrónico o el teléfono. Colocar letreros con los precios de los menús en cada uno de los locales. Formar parte de los afiliados de red Datafast.	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	12 meses al año

5.2 Organismos (no estatales) que podrían Promocionar, Comercializar los platos, bebidas, postres típicos y tradicionales.

Dentro de las instituciones que podrían promocionar la comida tradicional de Atacames está la Fundación Folklórica Gastronómica, organización sin fines de lucro y con sede en la ciudad de Esmeraldas y que colabora con varias parroquias de diferentes cantones de la ciudad, la cual tiene como objetivo fundamental la recuperación del folklor y la gastronomía típica que con el pasar del tiempo y de los años se están quedando de lado.

Uno de los factores muy importantes y que ha ayudado a varios sectores como el gastronómico, comercial y artesanal, es la creación de Asociaciones mediante los cuales han promocionado sus productos, las mismas que mediante el aporte de sus socios, van de a poco ingresando en el mercado regional con la promoción de sus platos tradicionales. El financiamiento a veces sale de sus bolsillos, pero también recurren a créditos de algunas cooperativas de ahorro y crédito.

Entre los cuales se contemplan los siguientes:

- Hoteleros
- Cahipiriñeros
- Restaurantes
- Comedores Ambulantes
- Cevicheros
- Vendedores Ambulantes
- Artesanos
- Comercios Menores
- Tricicleros.

Las cuales tienen entre sus objetivos los siguientes:

- Fortalecer las capacidades de los talentos humanos locales para que sean gestores de su propio bienestar.
- Recuperar los saberes locales para incorporarlos a procesos de desarrollo comunitario.
- Participar en la definición y ejecución de propuestas sustentables que consideren equilibradamente aspectos económicos, ecológicos, sociales y culturales.

Sin olvidar a la Cámara de Turismo de Atacames, que a través de sus publicaciones, y continuas espacios publicitarios en diferentes medios de comunicación en épocas de fiestas o de carnavales ha ayudado al engrandecimiento de la historia y variedad gastronómica del cantón.

CONCLUSIONES

Atacames, constituye el eje de desarrollo de la industria turística de la zona Noroeste del país, en particular de la zona costera, caracterización que se plasma por la construcción de importantes establecimientos turísticos y una gran afluencia de turistas, tanto nacionales como extranjeros. Esta potencialidad se debe a sus playas y espacios naturales y a su ubicación estratégica para la zona norte del país.

En el ámbito regional Atacames y Esmeraldas presentan una fuerte relación de interdependencia. Esmeraldas es el principal puerto de la zona Norte y el mayor centro de comercialización, gestión, servicios y administración de la provincia; mientras Atacames es un centro de recreación, turismo y diversión de la región.

En la actualidad se está generando una migración lenta de la población de Esmeraldas hacia otros centros, esto se debe a la crítica situación que atraviesa la ciudad: indiscriminado crecimiento urbano y demográfico en zonas de alto riesgo, la presencia de la refinería de petróleo en la zona urbana, factores económicos críticos; elementos que definen para Atacames una mayor importancia regional por ser el núcleo cercano más importante.

En el ámbito cantonal Atacames es un centro de intercambio comercial interno. La producción pesquera y agropecuaria de los sectores rurales, que abastecen la demanda local y la del turismo.

Manejando el turismo de masas y de segunda categoría, así como también regulando y normando la calidad de los establecimientos turísticos que expenden la rica gastronomía. Incentivar a la empresa privada para que oferte establecimientos turísticos que mantengan una demanda de turistas permanente y de alta calidad (propender a que la subutilización de las segundas residencias, sea menor.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda utilizar más recursos humanos para el turismo y así poder fomentar una nueva cultura turística y gastronómica local, mediante la profesionalización de los recursos humanos.
- Calidad de los servicios turísticos, elaborando un programa de promoción, capacitación y una base de datos de información turística.
- Establecer un programa de apoyo en las actividades de seguridad y protección en las playas de Atacames. Zonificando la playa e identificando los espacios destinados a equipamiento de salvataje, albergues en caso de emergencias.
- Establecer un programa integral de seguridad social entre la Policía Nacional, la Marina, la municipalidad y la población civil, para combatir a mejorar varios aspectos sociales: seguridad para la población local y el turismo, ventas ambulantes, las actividades de los caipiriñeros, la limpieza de la ciudad.
- Centro turístico de destino internacional, nacional y regional.
- Propiciar el acceso a un turismo de calidad con mayor gasto, manejado y guiado por las organizaciones locales.
- Proteger la inversión, mediante la reducción de los costos ambientales, la playa debe ser ofertada como un recurso público, preservando la calidad de los ecosistemas.

BIBLIOGRAFÍA

- Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, “Plandetur 2020” , Informe final, 26 de septiembre del 2007.
- Edgar Alfonso, Hernández Díaz, Planificación Turística, un enfoque metodológico, Editorial Trillas, México.
- Fonseca Elena, Turismo, Hotelería y Restaurantes, Editorial Lexus 2007.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, sexto censo de población 2001.
- Ilustre Municipio de Atacames
- Ilustre Municipio de Esmeraldas
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos
- Ministerio de Turismo.

Enlaces Electrónicos

- www.municipiodeatacames.gov.ec
- <http://yebool.com.ec>
- www.inec.gov.ec
- www.turismoesmeraldas.gov.ec
- www.municipalidaddeesmeraldas.gov.ec
- www.terraincognita.com
- www.elciudadano.gov.ec
- www.eltiempo.com.ec
- www.telegrafo.com.
- www.diarioportada.com

ANEXOS

Anexo 1. Formato de Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA



Encuesta No. _____

Encuesta para determinar la producción y consumo de platos y bebidas típicas de las diferentes regiones del Ecuador, para la puesta en valor como atractivo diversificador de la oferta turística, en todos los cantones de las provincias del país.

I. ASPECTOS GENERALES	Nombre de la Parroquia:				
	1. Cuáles son las comidas que conoce usted, que son propias de este sector.				
	Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. DÓNDE RECOMIENDA CONSUMIRLAS	c. QUIÉN LAS PREPARA MEJOR	d. CÓMO SE LA PREPARA
	1				
	2				
	3				
	4				
	5				
	6				
	7				
	8				
	9				
	10				
	2.Cuál de las comidas que mencionó en la primera pregunta, se preparan en épocas de fiestas en este sector.				
	Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. DÓNDE RECOMIENDA CONSUMIRLOS	c. QUIÉN LAS PREPARA MEJOR	d. CÓMO SE LA PREPARA
	1				
	2				
	3				
	4				
	5				
6					
7					

8				
9				
10				
3. Cuáles de las comidas de la primera pregunta, que se elaboran con mayor frecuencia en este sector.				
Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. DÓNDE RECOMIENDA CONSUMIRLOS	c. QUIÉN LAS PREPARA MEJOR	d. CÓMO SE LA PREPARA
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
4. Cuáles de las comidas de la primer pregunta, son las más demandadas por los visitantes en este sector.				
Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. DÓNDE RECOMIENDA CONSUMIRLOS	c. QUIÉN LAS PREPARA MEJOR	d. CÓMO SE LA PREPARA
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
II. COMIDAS TRADICIONALES	5. Qué comidas típicas/ tradicionales/ancestrales conoce que existían hace años y en que han cambiado su preparación.			
	Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. CAMBIOS EN LA PREPARACIÓN	d. CÓMO SE LA PREPARA
	1			
	2			
	3			
	4			
5				

	6				
	7				
	8				
	9				
	10				
	6. Qué comidas conoce que se preparaban hace años y que ya no se elaboran actualmente.				
	Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. CONOCE USTED, QUIEN SABE COMO SE LA PREPARABA	d. CÓMO SE LA PREPARABA	
	1				
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
III. COMIDAS ACTUALES	7. Qué comidas nuevas conoce que se preparan en el sector:				
	Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. INGREDIENTE BÁSICO	c. LUGAR EN DONDE SE LO PUEDE ADQUIRIR	d. CÓMO SE LA PREPARA
	1				
	2				
	3				
	4				
	5				
	6				
	7				
	8				
9					
10					
INGREDIENTES BÁSICOS DEL	8.Cuál es el nombre del ingrediente básico del sector, que más se emplea en la elaboración de comidas				
		a. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 1	b. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 2	c. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 3	d. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 4

	a. NOMBRE DE las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE	b. NOMBRE DE de las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE	c. NOMBRE DE de las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE	d. NOMBRE DE de las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE
	1	1	1	1
	2	2	2	2
	3	3	3	3
	4	4	4	4
	5	5	5	5
	6	6	6	6
	7	7	7	7

Anexo 2.

Manual para la Aplicación de las Encuestas

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
CENTRO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS CEITUR
MANUAL DE LA ENCUESTA



Para aplicar la presente encuesta deberá tener en consideración lo siguiente.

1. FUNCIONES DEL ENCUESTADOR.

- Informar a su director en caso de presentarse algún problema en la realización de su trabajo.
- Remitirse sólo a realizar las preguntas que contiene la encuesta.
- Terminado el trabajo de campo, el encuestador debe revisar, ordenar y numerar las encuestas para posteriormente tabularlas, y luego enviar a su director (archivo tabulado y encuestas aplicadas).

2. MATERIAL PARA EL ENCUESTADOR.

El encuestador debe llevar consigo los siguientes materiales para cumplir su labor:

- Elementos del trabajo:
 - Manual del encuestador
 - Encuestas (el número de encuestas dependerá de la muestra de cada cantón)
 - Tablero, lápiz, y/o portaminas, borrador, bolsas manilas, y bolsas plásticas.

3. NORMAS GENERALES A OBSERVAR POR EL ENCUESTADOR

- Presentación personal adecuada.
- Utilice un lenguaje claro y sencillo.
- Debe presentarse como profesional en formación de la UTPL.
- Explicar en términos claros el objetivo de la encuesta.
- Comentar la importancia de la veracidad de toda la información.
- Si alguna persona encuestada, se niega a dar información, usted no debe discutir con ella ni presionarla.
- Debe explicar que el hecho de que la encuesta se realiza no es a una persona en particular, sino a varias.

4. NORMAS A OBSERVAR DURANTE LA ENCUESTA

- Revisar la encuesta varias veces, de manera que se familiarice con la estructura de la misma, así como de las preguntas.
- No comentar ni discutir cuestiones políticas, religiosas, íntimas u otros temas de carácter personal que no contemple la encuesta.
- No mostrar sorpresa o desagrado ante las respuestas. La posición del encuestador debe ser neutral.
- No desesperarse, ni perder la calma. Recuerde que su actitud durante la entrevista afecta la disposición del encuestado.
- Mantener un ritmo constante durante la entrevista, de tal manera que permita al encuestado expresar sus respuestas completas.
- La solicitud y registro de los datos debe hacerse en el mismo orden de las preguntas contenidas en la encuesta con el fin de evitar omisiones.
- En ningún caso deduzca, sugiera o infiera respuestas. En la encuesta se busca obtener información que corresponda a la realidad.
- En los literales **QUIEN LOS PREPARA MEJOR/ CONOCE USTED, QUIEN SABE COMO SE LO PREPARABA**, deberá preguntar la máxima información

de estas personas, ya que ellos constituirán los informantes clave (para las entrevistas).

- En el literal B (pregunta N°7) y a, b, c, d (pregunta N°8), averiguar la máxima información sobre lugares puntuales (huecas) del lugar en donde se pueden encontrar los ingredientes, esta información les servirá para el análisis de resultados.
- La información secundaria, además de publicaciones de libros, revistas, internet, etc. Podrán encontrarla en los registro de iglesias, municipios (documentación histórica).
- El encuestado debe tener clara la diferencia entre: típico, tradicional y ancestral:

Típico: Un plato es típico cuando se apropia del un sector por su preparación, es decir que este plato se volvió propio del sector, por ejemplo el “Cuy del Valle”.

Tradicional: Un plato es tradicional cuando, este se volvió de consumo continuo, pero este plato o sus productos son introducidos de otro sector.

Ancestral: Proviene del toponímico y de lo histórico; es decir que es propio del sector e históricamente se viene preparando con productos del sector.

En el encabezado de la encuesta se menciona el objetivo del estudio y del alcance del mismo.

Encuesta para determinar la producción y consumo de platos y bebidas típicas de las diferentes regiones del Ecuador, para la puesta en valor como atractivo diversificador de la oferta turística, en todos los cantones de las provincias del país.

Formato de la encuesta:

Nombre de la parroquia: En este espacio el encuestador deberá escribir el nombre de la parroquia en donde aplique la encuesta.

I. ASPECTOS GENERALES

1. Cuáles son las comidas que conoce usted, que son propias de este sector.

- a. **Nombre de las comidas:** debe preguntar al encuestado y escribir el nombre de las comidas del sector (si la comida tiene varios nombres, deberá anotar todos los nombres que le indique los encuestados).
- b. **Donde recomienda consumirlos:** debe preguntar al encuestado cuáles son los nombres de los sitios donde concurre más cantidad de personas de la zona y turistas, o a su vez los (lugares) más famosos o conocidos en donde se puede consumir estas comidas.
- c. **Quién los prepara mejor:** deberá preguntar al encuestado a detalle el *nombre* de la empresa *y/o* persona en donde se preparan mejor estos platos.
- d. **Cómo se la prepara:** deberá preguntar al encuestado la forma de preparación de las comidas.

1. Cuáles son las comidas que conoce usted, que son propias de este sector.				
N°	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. DÓNDE RECOMIENDA CONSUMIRLAS	c. QUIÉN LAS PREPARA MEJOR	d. CÓMO SE LA PREPARA
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

2. Cuál de las comidas que mencionó en la primera pregunta, se elaboran en épocas de fiestas en este sector.

- a. **Nombre de las comidas:** debe preguntar al encuestado y escribir el nombre de las comidas del sector que se preparan en épocas de fiesta.
- b. **Donde recomienda consumirlos:** debe preguntar al encuestado cuáles son los sitios donde concurre más cantidad de personas de la zona y turistas, o a su vez los (lugares) más famosos o conocidos en donde se puede consumir estas comidas, especialmente en épocas de fiesta.
- c. **Quién los prepara mejor:** deberá preguntar al encuestado a detalle el *nombre* de la empresa y/o persona en donde se preparan estos platos.
- d. **Cómo se la prepara:** deberá preguntar al encuestado la forma de preparación de las comidas.

2. Cuál de las comidas que mencionó en la primera pregunta, se preparan en épocas de fiestas en este sector.				
Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. DÓNDE RECOMIENDA CONSUMIRLOS	c. QUIÉN LAS PREPARA MEJOR	d. CÓMO SE LA PREPARA
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

3. Cuáles de las comidas de la primera pregunta, se elaboran con mayor frecuencia en este sector.

- a. **Nombre de las comidas:** debe preguntar al encuestado y escribir el nombre de las comidas del sector que se preparan con mayor frecuencia.

- b. Donde recomienda consumirlos:** debe preguntar al encuestado cuáles son los sitios donde concurre más cantidad de personas de la zona y turistas, o a su vez los (lugares) más famosos o conocidos en donde se puede consumir estas comidas.
- c. Quién los prepara mejor:** deberá preguntar al encuestado a detalle el *nombre* de la empresa *y/o* persona en donde se preparan estos platos.
- d. Cómo se la prepara:** deberá preguntar al encuestado la forma de preparación de las comidas

3. Cuáles de las comidas de la primera pregunta, que se elaboran con mayor frecuencia en este sector.				
Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. DÓNDE RECOMIENDA CONSUMIRLOS	c. QUIÉN LAS PREPARA MEJOR	d. CÓMO SE LA PREPARA
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

4. Cuáles de las comidas de la primera pregunta, son las más demandadas por los visitantes en este sector.

- a. Nombre de las comidas:** debe preguntar al encuestado y escribir el nombre de las comidas del sector más demandadas por los visitantes.
- e. Donde recomienda consumirlos:** debe preguntar al encuestado cuáles son los sitios donde concurre más cantidad de personas de la zona y turistas, o a su vez los (lugares) más famosos o conocidos en donde se puede consumir estas comidas.
- b. Quién los prepara mejor:** deberá preguntar al encuestado a detalle *el nombre* de la empresa *y/o* persona en donde se preparan estos platos.

- f. **Cómo se la prepara:** deberá preguntar al encuestado la forma de preparación de las comidas

4. Cuáles de las comidas de la primer pregunta, son las más demandadas por los visitantes en este sector.				
Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. DÓNDE RECOMIENDA CONSUMIRLOS	c. QUIÉN LAS PREPARA MEJOR	d. CÓMO SE LA PREPARA
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

II. PLATOS/BEBIDAS/POSTRES TRADICIONALES

5. **Qué comidas típicas/tradicionales/ancestrales conoce que existía hace años y que han cambiado su preparación.**

- a. **Nombre de las comidas:** debe preguntar al encuestado y escribir el nombre de las comidas de este sector, más típicos/tradicionales/ancestrales que existía hace años y que han cambiado su preparación.
- b. **Cambios en la preparación:** debe preguntar al encuestado cuáles son los *cambios* que se han realizado en la *preparación* de las diferentes comidas (si algún plato/bebida ha sufrido algún cambio o alteración en sus ingredientes o métodos de preparación).
- c. **Cómo se la prepara:** deberá preguntar al encuestado la forma de preparación de las comidas

5. Qué comidas típicas/ tradicionales/ancestrales conoce que existían hace años y en que han cambiado su preparación.			
Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. CAMBIOS EN LA PREPARACIÓN	d. CÓMO SE LA PREPARA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

6. Qué comidas, conoce que se preparaban hace años y que ya no se elaboran actualmente.

- a. **Nombres de las comidas:** debe preguntar al encuestado el nombre de las comidas, que se preparaban hace años y que en la actualidad ya no se preparan.
- b. **Conoce usted, quién sabe como se lo preparaba:** preguntar al encuestado el *nombre* de las personas que saben cómo se preparaban estos platos.
- c. **Cómo se la prepara:** deberá preguntar al encuestado la forma de preparación de las comidas

6. Qué comidas conoce que se preparaban hace años y que ya no se elaboran actualmente.			
Nº	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. CONOCE USTED, QUIEN SABE COMO SE LA PREPARABA	d. CÓMO SE LA PREPARABA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

III. SOPAS/PLATOS FUERTES/BEBIDAS/POSTRES ACTUALES

7. Qué comidas nuevas conoce que se preparan en el sector:

- a. **Nombre de las comidas**, preguntar al encuestado el nombre de las nuevas comidas que conoce que se preparan en el sector.
- b. **Ingrediente Básico**: preguntar al encuestado cuál es el *nombre específico* del ingrediente básico de las comidas. Puede existir la posibilidad de que el nombre del ingrediente básico difiera de acuerdo al sector, y se lo conozca con varios nombres, por lo tanto debe anotar todos los nombres que indique el encuestado.
- c. **Lugar a adquirir**: preguntar al encuestado *nombre* del lugar/es específico (s), en donde se puede adquirir el ingrediente básico.
- d. **Cómo se la prepara**: deberá preguntar al encuestado la forma de preparación de las comidas

7. Qué comidas nuevas conoce que se preparan en el sector:				
N°	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. INGREDIENTE BÁSICO	c. LUGAR EN DONDE SE LO PUEDE ADQUIRIR	d. CÓMO SE LA PREPARA
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

IV. INGREDIENTES BÁSICOS DEL SECTOR

8. Cuál es el nombre del ingrediente básico del sector, que más se emplea en la elaboración de las comidas.

- **Nombre del ingrediente básico 1, 2, 3, 4:** indagar al encuestado, el nombre del/los ingredientes básicos que más se empleen en el sector, para la elaboración de las comidas (especificar el nombre/s que se conoce comúnmente en la zona al ingrediente).
- **Nombre de la comida que se preparan con este ingrediente (a, b, c, d):** preguntar al encuestado el nombre de la comida que se preparan con los ingredientes básicos.

8. Cuál es el nombre del ingrediente básico del sector, que más se emplea en la elaboración de comidas			
a. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 1	b. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 2	c. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 3	d. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 4
a. NOMBRE DE las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE	b. NOMBRE DE de las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE	c. NOMBRE DE de las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE	d. NOMBRE DE de las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE
1	1	1	1
2	2	2	2
3	3	3	3
4	1	1	1
5	2	2	2
6	3	3	3
7	4	4	4

3. Cuáles son las comida de la primera pregunta, se elaboran con mayor frecuencia.				4. Cuáles son las comida de la primera pregunta, son las demandadas, por los visitantes en este sector.			
a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. DONDE RECOMIEND A CONSUMIRLOS	c. QUIEN LOS PREPARA MEJOR	d. CÓMO SE LAS PREPARA	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. DONDE RECOMIEND A CONSUMIRLOS	c. QUIEN LOS PREPARA MEJOR	d. CÓMO SE LAS PREPARA

5. Qué comidas típicas/ tradicionales/ancestrales conoce que existían hace años y en que ha cambiado su preparación			6. Qué comidas conoce que se prepara hace años y que ya no se elaboran actualmente.		
a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. CAMBIOS EN LA PREPARACION	c. CÓMO SE LA PREPARA	a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. CONOCE USTED, QUIEN SABE COMO SE LA PREPARABA	d. CÓMO SE LA PREPARABA

7. Qué comidas nuevas conoce que se preparan en el cantón:				8.Cuál es el nombre del ingrediente básico del sector, que más se emplean en la elaboración de comidas			
a. NOMBRE DE LAS COMIDAS	b. INGREDIENTE BÁSICO	c. LUGAR DONDE SE LO PUEDE ADQUIRIR	d. CÓMO SE LA PREPARA	a. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 1	b. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 2	c. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 3	d. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 4
				a. NOMBRE DE las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE	b. NOMBRE DE las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE	c. NOMBRE DE las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE	d. NOMBRE DE las comidas QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE

Anexo 4

INSTRUCTIVO PARA EL INGRESO DE INFORMACION DE LAS ENCUESTAS A LA PARRILLA

Previo al ingreso de información debe:

1. Revisar las *encuestas*, de manera que estén debidamente llenadas, es decir:
 - Debe tener lógica la información receptada.
 - Deben estar totalmente llenas.
 - La información debe ser fidedigna.
 - Deben estar con letra entendible.
2. Numerar las encuestas, escribir en la parte superior derecha el número de encuesta que corresponda.

Al momento de ingresar la información a la parrilla, hay que tener en consideración lo siguiente:

Si la redacción es larga sintetizar la respuesta, pero teniendo cuidado de que no se pierda la esencia de la información.

Al escribir la información en la parrilla, debe utilizar un mismo formato de letra y presentación, por ejemplo: lo correcto sería “Jugo de arazá”, y lo incorrecto sería, ingresar solo la palabra “Jugo” o a su vez se ingrese con minúsculas ”jugo”, también puede presentarse el caso de que la digitalización se la realice con errores, por ejemplo “Juo”, debe estar toda la información ingresada a la parrilla con el mismo formato, ya que al momento de tabular los resultados, puede presentarse dificultades.

- a. En el literal a. NOMBRE DE LAS COMIDAS, puede existir repetición con el nombre de las comidas (Preg. 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7), no hay inconveniente en que se repitan, igualmente debe escribirlos.

Así mismo pueden existir nombres de comidas que no pertenezcan a la zona, debe igualmente escribirlos en la parrilla.

Puede existir la posibilidad que a la misma comida se la conozca con diferentes nombres, deberá ingresar en la parrilla todos los nombres.

- b. En el literal b. DONDE RECOMIENDA CONSUMIRLAS (Preg. 1, 2, 3 y 4), se deberá especificar el lugar (macro-micro: barrio, dirección) exacto, que recomiendan consumirlas.
- c. En el literal c. QUIEN LAS PREPARA MEJOR (Preg. 1, 2, 3 y 4), es posible que haya alguna asociación con el literal b. DONDE RECOMIENDA CONSUMIRLOS, así se repita debe escribir la respuesta que consta en la encuesta.
- d. En el literal d. CÓMO SE PREPARA (Preg. 1, 2, 3, 4, 5, 6 Y 7), debe escribir la forma de preparación de cada comida.

Si en alguno de los literales no quiso responder él encuestado o no sabía responder, deberá llenar en la parrilla de la siguiente manera.

NC= No contesta

NSC= No sabe contestar/Desconoce

Se escribirá **NC/NSC**, en caso de que sea estrictamente necesario.

- e. En el literal b. **CAMBIOS EN LA PREPARACIÓN** (Preg. 5), debe escribir el cambio exacto de la preparación, de cada uno de los platos.
- f. En el literal b. **CONOCE USTED, QUIEN SABE COMO SE LA PREPARA** (Preg. 6), debe escribir el nombre y apellido (completos) de la persona, que sabe preparar las comidas. Puede existir la posibilidad de que existan dos personas que puedan preparar las comidas, en este caso debe escribir los dos nombres (completos).
- g. En los literales a, b, c y d, de la **NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO** (1, 2, 3 Y 4), de la pregunta N°8, debe escribir el nombre del ingrediente básico, puede existir la posibilidad de que al mismo ingrediente se lo conozca con varios nombres, debe escribir todos los nombres que le haya respondido el encuestado.
- h. En los literales a, b, c y d, **NOMBRE DE LAS COMIDAS QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE** (pregunta N°8) debe escribir en cada espacio, el nombre de cada comida que se prepara con el ingrediente escrito en **NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO**.

Para la columna (A) Número de encuesta, debe ingresar el número de encuesta, de acuerdo a l ingreso de información.

Con respecto a la pregunta: 1. Cuáles son las comidas que usted conoce, que son propios del sector, esta tiene tres variables:

Columna (C), a. **NOMBRE DE LAS COMIDAS**, deberá digitalizar el nombre de la comida que conste en la encuesta.

Columna (D), b. **DONDE RECOMIENDA CONSUMIRLAS**, deberá escribir el nombre exacto del lugar, restaurante, mercado que consta en la encuesta.

Columna (E), c. **QUIEN LAS PREPARA MEJOR**, deberá escribir el nombre exacto de la persona/s que consta en la encuesta.

Columna (F), d. CÓMO SE PREPARA, deberá escribir la forma de preparación de cada uno de las comidas.

En relación a la pregunta: 2.Cuál de las comidas que mencionó en la primera pregunta, se preparan en épocas de fiesta en este sector.

Columna (G), a. NOMBRE DE LAS COMIDAS, deberá digitalizar el nombre de la comida que conste en la encuesta.

Columna (H), b. DONDE RECOMIENDA CONSUMIRLAS, deberá escribir el nombre exacto de la/s persona/s del lugar, restaurante, mercado que consta en la encuesta.

Columna (I), c. QUIEN LAS PREPARA MEJOR, deberá escribir el nombre exacto de la persona/s que consta en la encuesta.

Columna (J), d. CÓMO SE PREPARA, deberá escribir la forma de preparación de cada uno de los platos.

En relación a la pregunta: 3. Cuáles de las comidas de la primera pregunta, se elaboran con mayor frecuencia.

Columna (K), a. NOMBRE DE LAS COMIDAS, deberá digitalizar el nombre de la comida que conste en la encuesta.

Columna (L), b. DONDE RECOMIENDA CONSUMIRLAS, deberá escribir el nombre exacto del lugar, restaurante, mercado que consta en la encuesta.

Columna (M), c. QUIEN LAS PREPARA MEJOR, deberá escribir el nombre exacto de la persona, o personas que consta en la encuesta.

Columna (N), d. CÓMO SE PREPARA, deberá escribir la forma de preparación de cada uno de los platos.

En relación a la pregunta: 4. Cuáles de las comidas de la primera pregunta, son las más demandadas por los visitantes en este sector.

Columna (O), a. NOMBRE DE LAS COMIDAS, deberá digitalizar el nombre de la comida que conste en la encuesta.

Columna (P), b. DONDE RECOMIENDA CONSUMIRLAS, deberá escribir el nombre exacto del lugar, restaurante, mercado que consta en la encuesta.

Columna (Q), c. QUIEN LAS PREPARA MEJOR, deberá escribir el nombre exacto de la persona, o personas que consta en la encuesta.

Columna (R), d. CÓMO SE PREPARA, deberá escribir la forma de preparación de cada uno de los platos.

En relación a la pregunta: 5. Qué comidas típicas/tradicionales/ancestrales conoce que existían hace años y que han cambiado su preparación.

Columna (S), a. NOMBRE DE LAS COMIDAS, deberá digitalizar el nombre de las comidas que conste en la encuesta.

Columna (T), b. CAMBIOS EN LA PREPARACIÓN, deberá escribir los cambios en la preparación que existan de cada uno de las comidas.

Columna (U), d. CÓMO SE PREPARA, deberá escribir la forma de preparación de cada uno de los platos.

En relación a la pregunta: 6. Qué comidas conoce que se preparaban hace años y que ya no se elaboran actualmente.

Columna (V), a. NOMBRE DE LAS COMIDAS, deberá digitalizar el nombre de las comidas que conste en la encuesta.

Columna (W), b. CONOCE USTED, QUIEN SABE COMO SE LA PREPARABA, deberá escribir el nombre exacto de la persona/s que saben preparar cada una de las comidas, o a su vez puede ser el nombre del restaurante, mercado que consta en la encuesta.

Columna (X), d. CÓMO SE PREPARA, deberá escribir la forma de preparación de cada uno de los platos.

En la relación a la pregunta 7: Qué comidas nuevas conoce:

Columna (Y), a. NOMBRE DE LAS COMIDAS, deberá digitalizar el nombre de las comidas que conste en la encuesta.

Columna (Z), b. INGREDIENTE BASICO, deberá escribir el nombre/s del o los ingredientes básicos que consten en la encuesta.

Columna (AA), c. LUGAR EN DONDE SE LO PUEDE ADQUIRIR, deberá escribir el nombre exacto del lugar, restaurante, mercado, persona que consta en la encuesta.

Columna (AB), d. CÓMO SE PREPARA, deberá escribir la forma de preparación de cada uno de los platos.

En relación a la pregunta: 8.Cuál es el ingrediente básico del sector que más se emplea en la elaboración de comidas.

Columna (AC), a. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 1, deberá escribir el nombre del ingrediente/s, que han sido denominados como ingrediente básico.

Columna (AC), a. NOMBRE LAS **COMIDAS** QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE, deberá escribir el nombre de las comidas que se prepara/n con el ingrediente básico anotado anteriormente.

Columna (AD), a. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 2, deberá escribir el nombre del ingrediente/s, que han sido denominados como ingrediente básico.

Columna (AD), a. NOMBRE DE LAS **COMIDAS** QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE, deberá escribir de las comidas que se prepara/n con el ingrediente básico que se anotó anteriormente.

Columna (AE), a. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 3, deberá escribir el nombre del ingrediente/s, que han sido denominados como ingrediente básico.

Columna (AE), a. NOMBRE DE LAS **COMIDAS** QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE, deberá escribir el nombre de las comidas que se prepara/n con el ingrediente básico que se anotó anteriormente.

Columna (AF), a. NOMBRE DEL INGREDIENTE BÁSICO 3, deberá escribir el nombre del ingrediente/s, que han sido denominados como ingrediente básico.

Columna (AF), a. NOMBRE DE LAS **COMIDAS** QUE SE PREPARAN CON ESTE INGREDIENTE, deberá escribir el nombre de las comidas que se prepara/n con el ingrediente básico que se anotó anteriormente.

Anexo 5. Formato de la Entrevista

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA						
FICHA TECNICA						
LOCALIZACIÓN	Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Parroquia:	Calle /localidad:	Comunidad:
CARACTERÍSTICAS DEL INFORMANTE CLAVE	Nombres y Apellidos:		Edad:	Sexo:	Dirección y teléfono	Tiempo que vive en el sector:
Nombre de la comida						
Con qué otros nombres se la conoce a esta comida						
Tipología de la comida						
Tipo de comida						
Sensibilidad al cambio				Alta	Media	Baja
Lugar/es de expendio/adquisición (actores locales)						
Lugares más cercanos al lugar de preparación						
Características	Ingredientes					
	Ingrediente principal					
	Preparación					
	Acompañamiento					
	Combinación/sustitución de productos					
	Recomendaciones de preparación (tips especiales o secretos)					
Utensilios para la preparación	Nombre de las comidas que se preparan con el ingrediente base					
	Ollas de barro					
	Horno de barro					
	Utensilios de madera					
	Cocina a leña					
Otros:						
Usos y conservación (Valoración histórica)	Valor histórico y cultural: origen e historia de la comida					
	Por qué del nombre/frases relacionadas con la comida					
	Significado que posee la comida					
	Usos					
	Qué representa					
	Temporada (fechas y fiestas en que se prepara)					
	Por qué se prepara en estas fiestas					
	Relación con mitos/leyendas					
	Relación con las fiestas					
	Quién los elabora					
Quienes lo consumen						
iones/organizaciones	Promocionan la comida					

	Comercializan el comida	
Centros de producción del ingrediente base	Producción directa (consumo interno)	
	Comercializan	
	Mercados (al mayorista)	
	Mercados (al minorista)	
Producción del ingrediente base	Área	
	Región (Costa, Sierra, Oriente)	
	Provincia	
	Población	

Anexo 6.

Manual para la Aplicación de las Entrevistas

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
CENTRO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS CEITUR
MANUAL DE LA ENTREVISTA**



Para aplicar las entrevistas deberá tener en consideración lo siguiente.

1. FUNCIONES DEL ENTREVISTADOR.

- Informar a su director en caso de presentarse algún problema en la realización de su trabajo.
- Remitirse sólo a realizar las preguntas que contiene la entrevista.
- Terminado el trabajo de campo, el entrevistador debe revisar la información y tipearla en el formato de la entrevista para posteriormente tabular, y luego enviar a su director (archivo tabulado).
- Deberá tomar *cinco fotos diferentes en digital* por cada comida.
Cuya resolución debe ser de 10 a 14 mega pixeles
Con una buena composición fotográfica (en la foto no deben haber personas).

2. MATERIAL PARA EL ENCUESTADOR.

El encuestador debe llevar consigo los siguientes materiales para cumplir su labor:

- Elementos del trabajo:
 - Manual del entrevistador

- Entrevistas (el número de entrevistas dependerá de la selección que se realice conjuntamente el director con los estudiantes)
- Tablero, lápiz, y/o portaminas, borrador, bolsas manilas, y bolsas plásticas.
- Cámara de fotos

3. NORMAS GENERALES A OBSERVAR POR EL ENTREVISTADOR

- Presentación personal adecuada.
- Utilice un lenguaje claro y sencillo.
- Debe presentarse como profesional en formación de la UTPL.
- Explicar en términos claros el objetivo de la entrevista.
- Comentar la importancia de la veracidad de toda la información.
- Si alguna persona encuestada, se niega a dar información, usted no debe discutir con ella ni presionarla.
- Debe explicar que el hecho de que la encuesta se realiza no es a una persona en particular, sino a varias.

4. NORMAS A OBSERVAR DURANTE LA ENTREVISTA

- Revisar la entrevista varias veces, de manera que se familiarice con la estructura de la misma, así como de las preguntas.
- No comentar ni discutir cuestiones políticas, religiosas, íntimas u otros temas de carácter personal que no contemple la entrevista.
- No mostrar sorpresa o desagrado ante las respuestas. La posición del entrevistador debe ser neutral.
- No desesperarse, ni perder la calma. Recuerde que su actitud durante la entrevista afecta la disposición del entrevistado.
- Mantener un ritmo constante durante la entrevista, de tal manera que permita al entrevistado, expresar sus respuestas completas.

- La solicitud y registro de los datos debe hacerse en el mismo orden de las preguntas contenidas en la encuesta con el fin de evitar omisiones.
- En ningún caso deduzca, sugiera o infiera respuestas. En la entrevista se busca obtener información que corresponda a la realidad.

5. ASPECTOS QUE DEBEN TENER EN CONSIDERACIÓN PREVIO Y DURANTE LA APLICACIÓN DE LAS ENTREVISTAS

Recuerde que del éxito de la obtención de información en la entrevista depende de usted, ya que hay que tener prudencia para poder llegar a las personas, y que faciliten la información y preparación de la comida.

- Las entrevistas están dirigidas únicamente a las comidas típicas, tradicionales y ancestrales.
- Se deberá llenar dos fichas por comida; es decir dos entrevistas por cada comida (dos fichas por plato: dos informantes claves, mismos que no pueden pertenecer a la misma familia).
- Una vez que los informantes claves cumplan los requisitos, también se debe tomar en consideración que los mismos deben residir preferiblemente en las zonas rurales.
- Al momento de aplicar las entrevistas, hay que tener cuidado de que los informantes claves no se sientan interrogados.
- De ser factible contactarse con los informantes claves, para determinar el día, lugar, hora en la que podrán atendernos.
- Lograr en lo posible que se realice la preparación de la comida.
- La entrevista se la debe realizar con tres generaciones atrás, es decir se deberá preguntar como prepara el informante clave, como preparaba su madre y como lo hacía su abuela.
- Las entrevistas deben realizarse con objetividad, es decir hay que tener cuidado de la información que dan los informante claves, que la misma no sea subjetiva.
- Se debe tener en cuenta que los informantes claves, pueden brindar información errada, y esto puede ser por desconocimiento.

- Deberán presentar 5 fotografías diferentes por cada comida.

LOCALIZACIÓN

Provincia: Deberá escribir el nombre de la provincia en la que se está realizando la entrevista.

Cantón: Deberá escribir el nombre del cantón en la que se está realizando la entrevista.

Ciudad: Deberá escribir el nombre de la ciudad en la que se está realizando la entrevista.

Parroquia: Deberá escribir el nombre de la parroquia en la que se está realizando la entrevista.

Calle/localidad: Deberá escribir el nombre de las calles o localidad en la que se está realizando la entrevista.

Comunidad: Deberá escribir el nombre de la comunidad en la que se está realizando la entrevista.

CARACTERÍSTICAS DEL INFORMANTE CLAVE

Nombres y Apellidos: Deberá escribir los nombres y apellidos completos de las persona/s que son informantes claves.

Edad: Deberá escribir la edad de los informantes claves, mismos que deberán ser mayores de 40 años de edad.

Sexo: Deberá escribir el sexo de los informantes claves.

Dirección y teléfono: Deberá escribir la dirección completa y el número de teléfono de los informantes claves.

Tiempo que vive en el sector: Deberá escribir el tiempo que viven en el sector de los informantes claves, mismo que no deberá ser menor de cinco años.

Nombre de la comida: Deberá escribir el nombre completo de la comida típica, tradicional o ancestral.

Con qué otros nombres, se la conoce a esta comida: Deberá escribir con que otros nombres se la conoce a la comida típica o tradicional.

Tipología del plato: Deberá escribir el tipo de comida al que pertenece, por ejemplo: entrada fría, envueltos, caldos, sopas, etc.

Tipo de comida: Deberá escribir si la comida es típica, tradicional o ancestral.

Típico: Un plato es típico cuando se apropia del un sector por su preparación, es decir que este plato se volvió propio del sector, por ejemplo el “Cuy del Valle” o “Cuyes de Ficoa”

Tradicional: Un plato es tradicional cuando, este se volvió de consumo continuo, pero este plato o sus productos son introducidos de otro sector.

Ancestral: Proviene del toponímico y de lo histórico; es decir que es propio del sector e históricamente se viene preparando con productos del sector.

Sensibilidad al cambio: Se colocará una “X” según corresponda:

Alto: Cuando al plato de comida, ya no se lo preparan por diversas índoles (anotar las razones) o a su vez la preparación es casi nula.

Medio: Cuando la comunidad no está interesada en mantener su preparación y consumo.

Bajo: Cuando la comunidad manifiesta interés en su preparación y consumo, pero existe variación en la preparación y consumo.

Lugar/es de expendio/adquisición (actores locales): Deberán anotar el o los nombres de los lugares en donde se prepara la comida típica, tradicional o ancestral.

Lugares más cercanos al lugar de preparación: Esto se refiere a los lugares de referencia para poder llegar al lugar de preparación de la comida típica, tradicional o ancestral.

CARACTERÍSTICAS

Ingredientes: Deberán anotar todos los ingredientes que se requieren para la preparación de la comida típica, tradicional y ancestral.

Ingrediente principal: Deberán anotar el nombre del ingrediente principal con el que se prepara la comida típica, tradicional o ancestral.

Preparación: Deberán anotar la preparación de la comida típica, tradicional o ancestral.

Acompañamiento: Deberán anotar el nombre de los productos con que se acompaña o sirve la comida típica, tradicional y ancestral.

Combinación/sustitución de productos: Deberán anotar el nombre de los productos con que se combina o se sustituye algunos de los ingredientes de la comida típica, tradicional o ancestral.

Recomendaciones de preparación (tips especiales o, secretos): Deberán anotar los tips especiales o recomendaciones (secretos de la abuela) con que se preparan la comida típica, tradicional y ancestral.

Nombre de los platos con el ingrediente base: Deberán anotar el nombre de otras comidas (sean o no típicas, tradicionales o ancestrales) que se preparan con el ingrediente básico de la comida típica, tradicional o ancestral que se está investigando.

UTENSILIOS PARA LA PREPARACIÓN

Ollas de barro / Horno de barro/Utensilios de madera/Cocina a leña/Otros (anotar otros que no consten en la ficha): Deberán anotar si existe algún cambio en el empleo de los diferentes utensilios con los que originalmente se prepara la comida típica, tradicional o ancestral.

USOS Y CONSERVACIÓN (VALORACIÓN HISTÓRICA)

Valor histórico y cultural: origen e historia de la comida: Deberán averiguar el origen e historia de la comida típica, tradicional o ancestral.

Por qué del nombre/frases relacionadas con el plato: Deberán averiguar el por qué del nombre y las frases alusivas a la comida típica, tradicional o ancestral.

Significado que posee la comida: Deberán averiguar el significado que tiene la comida típica, tradicional o ancestral.

Usos: Deberán averiguar el uso que se le da en la comunidad a la comida típica, tradicional o ancestral.

Qué representa: Deberán averiguar la representación de la comida típica, tradicional o ancestral que tiene en la comunidad.

Temporada (fechas y fiestas en que se preparan): Deberán averiguar en qué fechas, meses y fiestas se prepara la comida típica, tradicional o ancestral.

Por qué se prepara en estas fiestas/ Relación con las fiestas: Deberán averiguar el por qué se la prepara a la comida típica, tradicional o ancestral en las fiestas y la relación que tiene con las mismas, según lo que indique el informante clave.

Relación con mitos/leyendas: Deberán averiguar la relación que tiene la comida típica, tradicional o ancestral con mitos o leyendas del sector.

Quién los elabora: Deberán averiguar el nombre de la/s personas que elaboran la comida típica, tradicional o ancestral.

Quiénes lo consumen: Deberán averiguar si las personas que consumen la comida típica, tradicional o ancestral es únicamente por la población o por turistas.

INSTITUCIONES/ORGANIZACIONES

Promocionan la comida: Deberán averiguar el nombre de instituciones u organismos que actualmente promocionan la comida típica, tradicional o ancestral.

Comercializan la comida: Deberán averiguar el nombre de instituciones u organismos que actualmente comercializan (ya sea que estén empleando métodos técnicos de conservación de la comida u otros) la comida típica, tradicional o ancestral.

CENTROS DE PRODUCCIÓN DEL INGREDIENTE BASE

Producción directa (consumo interno): Averiguar si la producción del ingrediente base de la comida típica, tradicional o ancestral es de producción propia del informante clave, y si esta producción es empleada para autoconsumo.

Comercializan: Averiguar si la producción del ingrediente base de la comida típica, tradicional o ancestral, a más de servir para autoconsumo, esta es comercializada a otros sectores (anotar a qué sectores, nombres de empresas, mercados, personas, etc.) y si es al por mayor o al por menor.

Mercados (al mayorista): Averiguar si la adquisición del ingrediente base de la comida típica, tradicional o ancestral, la realizan en mercados al por mayor, así mismo averiguar el *nombre* de los lugares o personas de la adquisición.

Mercados (al minorista): Averiguar si la adquisición del ingrediente base de la comida típica, tradicional o ancestral, la realizan en mercados, tiendas, etc. al por menor, así mismo averiguar el *nombre* de los lugares o personas de la adquisición.

PRODUCCIÓN DEL INGREDIENTE BASE

Área: Se deberá preguntar sobre el área de producción (el nombre del lugar específico) del ingrediente base y si la producción es a gran escala.

Región (Costa, Sierra, Oriente): Se deberá preguntar sobre la región en donde se produce el ingrediente base y si se lo está exportando.

Provincia: Pregunta el nombre de la provincia en donde se produce el ingrediente base

Población: Pregunta el nombre de la población en donde se produce el ingrediente base

Épocas de producción: Pregunta las épocas (meses) en que producen el ingrediente base.

Anexo 7. Entrevistas

Entrevista 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA						
FICHA TÉCNICA						
LOCALIZACIÓN	Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Parroquia:	Calle /localidad:	Comunidad:
	Esmeraldas	Atacames	Esmeraldas	Súa		
CARACTERÍSTICAS DEL INFORMANTE CLAVE	Nombres y Apellidos:		Edad:	Sexo:	Dirección y teléfono	Tiempo que vive en el sector:
	Mercedes Peralta		55	f	722732	26 años
Nombre de la comida			Ceviche de Concha			
Con qué otros nombres se la conoce a esta comida						
Tipología de la comida			Ceviches			
Tipo de comida			Tradicional			
Sensibilidad al cambio			Alta	Media	Baja	
					X	
Lugar/es de expendio/adquisición (actores locales)			Mercado central, asadero de cuyes "El rincón del cuy", asadero "Taita Cuy", carpas instaladas por las fiestas			
Lugares más cercanos al lugar de preparación			Comedores del mercado de mariscos.			
Características	Ingredientes		Conchas, limón, sal, cebolla, tomate, pimienta			
	Ingrediente principal		Concha			
	Preparación		Abrir las conchas cuidadosamente para conservar su jugo. Inmediatamente colocarlas en un recipiente con todo y su jugo. Agregar la cebolla picada en cuadraditos como para aderezo pero no tan chico, sal, pimienta, rocoto y el jugo de limón. Mezclar bien. Servir acompañado de rodajas de camote, choclo desgranado, cancha serrana y chifles.			
	Acompañamiento		Se sirve con patacones, con arroz.			
	Combinación/sustitución de productos		No			
	Recomendaciones de preparación (tips especiales o secretos)		Se sabe que las conchas no se cocinan porque se vuelven cauchosas y duras.			
	Nombre de las comidas que se preparan con el ingrediente base		Sopa de Concha, cazuelas, arroces.			
Utensilios para la preparación	Ollas		No			
	Horno		No			
	Utensilios de madera		No			
	Cocina		No			
	Otros:		Cocina de gas			

Usos y conservación (Valoración histórica)	Valor histórico y cultural: origen e historia de la comida	Ha sido un alimento de nuestros antepasados. Lo preparaba mi abuelita, luego mi mamá y lo aprendí yo
	Por qué del nombre/frases relacionadas con la comida	Porque se sirve con patacones
	Significado que posee la comida	NSC
	Usos	Como alimento y para venta
	Qué representa	Es una tradición
	Temporada (fechas y fiestas en que se prepara)	Se lo consigue todas las semanas en el mercado y en los restaurantes. En las fiestas de carnaval en las playas.
	Por qué se prepara en estas fiestas	Porque es una costumbre y es solicitado por las personas
	Relación con mitos/leyendas	No
	Relación con las fiestas	No
	Quién los elabora	Carolina Jiménez, William Ruano, Nuria Góngora
Quiénes lo consumen	Los habitantes de Atacames y los turistas de otras ciudades, y los extranjeros	
Instituciones /organizaciones	Promocionan la comida	Si
	Comercializan el comida	No
Centros de producción del ingrediente base	Producción directa (consumo interno)	A veces los pescan y otras veces lo compran.
	Comercializan	Cuando tiene mucho lo vende en el mercado al por menor
	Mercados (al mayorista)	Si
	Mercados (al minorista)	Se puede comprar en el mercado central a cualquier vendedora que vienen de diferentes comunidades
Producción del Ingrediente base	Área	Se produce para consumo local
	Región (Costa, Sierra, Oriente)	Costa
	Provincia	Esmeraldas
	Población	Atacames
	Épocas de producción	Todo el año

Entrevista 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA						
FICHA TECNICA						
LOCALIZACIÓN	Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Parroquia:	Calle /localidad:	Comunidad:
	Esmeraldas	Atacames	Esmeraldas	Atacames		
CARACTERÍSTICAS DEL INFORMANTE CLAVE	Nombres y Apellidos:		Edad:	Sexo:	Dirección y teléfono	Tiempo que vive en el sector:
	Carmen Aguayo		43	F	Centro	30 años
Nombre de la comida			Bolones de Verde y Chicharrón			
Con qué otros nombres se la conoce a esta comida						
Tipología de la comida			Picadas			
Tipo de comida			Tradicional			
Sensibilidad al cambio				Alta	Media	Baja
						X
Lugar/es de expendio/adquisición (actores locales)			Mercado central			
Lugares más cercanos al lugar de preparación			Restaurantes			
Características	Ingredientes		Verde, Chicharrón, Aceite			
	Ingrediente principal		Verde			
	Preparación		Se calienta la manteca o mantequilla en un sartén grande. Se Fríe los verdes hasta que estén tierno y de tono dorado. Se Condimenta con sal. En un tazón grande, mientras estén calientes comience a pisarlos hasta obtener una masa. Se forma una bola tamaño mandarina y se rellena con el queso, chicharrón o ambos.			
	Acompañamiento		Sirva calientes con una taza de café.			
	Combinación/sustitución de productos		En algunos lugares del campo, se pone queso en lugar de chicharrones.			
	Recomendaciones de preparación (tips especiales o secretos)		No			
	Nombre de las comidas que se preparan con el ingrediente base		Patacones, cazuela, ceviches			
	Utensilios para la preparación	Ollas		Sí		
Horno		No				
Utensilios		No				
Cocina		Sí				

	Otros:	Sartén y cuchara de metal para mover
Usos y conservación (Valoración histórica)	Valor histórico y cultural: origen e historia de la comida	El bolón ha sido alimento de nuestros antepasados. Son más de 50 años que se prepara este plato.
	Por qué del nombre/frases relacionadas con la comida	NSC
	Significado que posee la comida	NSC
	Usos	Como alimento
	Qué representa	NSC
	Temporada (fechas y fiestas en que se prepara)	Se lo puede preparar cualquier día
	Por qué se prepara en estas fiestas	NSC
	Relación con mitos/leyendas	No
	Relación con las fiestas	No
	Quién los elabora	Mercedes Peralta, Ofelia Bueno
	Quienes lo consumen	Habitantes de Atacames y visitantes
Instituciones /organizaciones	Promocionan la comida	NSC
	Comercializan el comida	NSC
Centros de producción del ingrediente base	Producción directa (consumo interno)	No aplica
	Comercializan	Si
	Mercados (al mayorista)	Si
	Mercados (al minorista)	El verde se lo compra en el mercado en los diferentes puestos
Producción del Ingrediente base	Área	En varias zonas de Atacames
	Región (Costa, Sierra, Oriente)	Costa
	Provincia	Esmeraldas
	Población	Atacames
	Épocas de producción	Mayor producción hay en junio

Entrevista 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA						
FICHA TECNICA						
LOCALIZACIÓN	Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Parroquia:	Calle /localidad:	Comunidad:
	Esmeraldas	Atacames	Esmeraldas	La Unión		
CARACTERÍSTICAS DEL INFORMANTE CLAVE	Nombres y Apellidos:		Edad:	Sexo:	Dirección y teléfono	Tiempo que vive en el sector:
	Beatriz Jaramillo		50	f		50 años
Nombre de la comida			Cazuela de Pescado			
Con qué otros nombres se la conoce a esta comida						
Tipología de la comida			Platos Principales			
Tipo de comida			Tradicional			
Sensibilidad al cambio			Alta	Media	Baja	
					X	
Lugar/es de expendio/adquisición (actores locales)			Comedor Doña Beatriz			
Lugares más cercanos al lugar de preparación			Mercado central			
Características	Ingredientes		Verde, aliños, pescado, limón, coco, chillangua			
	Ingrediente principal		Verde, Pescado			
	Preparación		Se rayan los verdes y se los coloca en bol junto con el refrito, se mezcla dos tazas de agua y unas gotas de achiote, esperamos unos 10 min hasta que se cocine el verde sin dejar de mover para que no se haga grumos ni se pegue al recipiente. Luego se coloca el pescado limpio en trozos medianos, se vierte el maní al gusto disuelto en agua y se mueve hasta que esté el pescado. -Se coloca la cazuela en recipientes de barro y se los mete al horno, unos 15 min.			
	Acompañamiento		Maní al gusto, pero preferible que sea mucho.			
	Combinación/sustitución de productos		No			
	Recomendaciones de preparación (tips especiales o secretos)		Echar ajo y sal para dar mejor sabor			
	Nombre de las comidas que se preparan con el ingrediente base		patacones, empanadas, bolones			
Utensilios para la preparación	Ollas		No			
	Horno		No			
	Utensilios de madera		Cuchara de palo			
	Cocina		Si			
	Otros:		No			

Usos y conservación (Valoración histórica)	Valor histórico y cultural: origen e historia de la comida	Fue parte de la alimentación de nuestros padres y abuelos. Tiene más de 80 años.
	Por qué del nombre/frases relacionadas con la comida	NSC
	Significado que posee la comida	Es especial, es un plato único
	Usos	Para consumo
	Qué representa	NSC
	Temporada (fechas y fiestas en que se prepara)	No hay temporadas. Se puede pedir que se prepare en los lugares donde venden mariscos.
	Por qué se prepara en estas fiestas	NSC
	Relación con mitos/leyendas	No
	Relación con las fiestas	No
	Quién los elabora	NSC
	Quienes lo consumen	Gente de Atacames y turistas
Instituciones /organizaciones	Promocionan la comida	NSC
	Comercializan el comida	NSC
Centros de producción del ingrediente base	Producción directa (consumo interno)	Produce solo para autoconsumo
	Comercializan	Si
	Mercados (al mayorista)	Si
	Mercados (al minorista)	Vende en su puesto en el mercado y en las tiendas
Producción del Ingrediente base	Área	Zonas rurales de Atacames
	Región (Costa, Sierra, Oriente)	Costa
	Provincia	Esmeraldas
	Población	Atacames
	Épocas de producción	Todo el año

Entrevista 4

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA						
FICHA TECNICA						
LOCALIZACIÓN	Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Parroquia:	Calle /localidad:	Comunidad:
	Esmeraldas	Atacames		Tonsupa		
CARACTERÍSTICAS DEL INFORMANTE CLAVE	Nombres y Apellidos:		Edad:	Sexo:	Dirección y teléfono	Tiempo que vive en el sector:
	Nancy Pilar Alemán Piedra		56	f		30 años
Nombre de la comida			Encocado de Pescado			
Con qué otros nombres se la conoce a esta comida						
Tipología de la comida			Encocaos			
Tipo de comida			Tradicional			
Sensibilidad al cambio			Alta	Media	Baja	
					X	
Lugar/es de expendio/adquisición (actores locales)			Mercado central			
Lugares más cercanos al lugar de preparación			Comedores del mercado			
Características	Ingredientes		Manteca de color, carne de chancho (tocino), ajo, mote cocinado, sal, comino, cebolla			
	Ingrediente principal		Pescado, Coco			
	Preparación		Se limpia el pescado y se le pone sal y limón, se lo deja macerar por media hora. Se hace un buen refrito con los aliños anotados. El coco se lo ralla, luego se lo exprime y se saca la primera leche añadiéndole media taza de agua, esta leche se la pone en un recipiente, luego al afrecho se le agrega una taza de agua y se licúa. En un recipiente se le pone la segunda leche del coco y el refrito hasta que espese quedando reducido a una cuarta parte, en estos momentos se la añade el pescado y se lo tapa hasta que cocine. Luego se le pone la primera leche del coco y la chillangua. Para mover el pescado se debe mover la olla en forma horizontal, porque al moverlo con			

		cuchara se puede desbaratar el pescado.
	Acompañamiento	Se sirve con patacones y una taza de arroz blanco
	Combinación/sustitución de productos	No
	Recomendaciones de preparación (tips especiales o secretos)	NSC
	Nombre de las comidas que se preparan con el ingrediente base	Arroces, Tapaos
Utensilios para la preparación	Ollas	Si
	Horno	No
	Utensilios de madera	No
	Cocina	Si
	Otros:	No
Usos y conservación (Valoración histórica)	Valor histórico y cultural: origen e historia de la comida	NSC
	Por qué del nombre/frases relacionadas con la comida	NSC
	Significado que posee la comida	Es una tradición cultural
	Usos	Para consumo y venta
	Qué representa	Es una comida sana sostenible, un buen plato deja satisfecho a la persona
	Temporada (fechas y fiestas en que se prepara)	Todo el año
	Por qué se prepara en estas fiestas	Porque la gente lo solicita
	Relación con mitos/leyendas	No
	Relación con las fiestas	Si
	Quién los elabora	Las señoras del mercado
Quiénes lo consumen	Gente del cantón y turistas	
Instituciones /organizaciones	Promocionan la comida	No
	Comercializan el comida	No
Centros de producción del ingrediente base	Producción directa (consumo interno)	Si
	Comercializan	Si
	Mercados (al mayorista)	Si

	Mercados (al minorista)	Si
Producción del Ingrediente base	Área	
	Región (Costa, Sierra, Oriente)	Costa
	Provincia	Esmeraldas
	Población	Atacames
	Épocas de producción	Se lo consigue todo el año

Entrevista 5

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA						
FICHA TECNICA						
LOCALIZACIÓN	Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Parroquia:	Calle /localidad:	Comunidad:
	Esmeraldas	Atacames		Tonsupa		
CARACTERÍSTICAS DEL INFORMANTE CLAVE	Nombres y Apellidos:		Edad:	Sexo:	Dirección y teléfono	Tiempo que vive en el sector:
	Luis Cantos		60	M		5 años
Nombre de la comida			Caldo de gallina criolla			
Con qué otros nombres se la conoce a esta comida						
Tipología de la comida			Caldos			
Tipo de comida			Tradicional			
Sensibilidad al cambio			Alta	Media	Baja	
					X	
Lugar/es de expendio/adquisición (actores locales)			Comedores del mercado central			
Lugares más cercanos al lugar de preparación			Una cuadra antes de la playa			
Características	Ingredientes			Ajo, pimienta, comino en grano, apio, gallina		
	Ingrediente principal			Ajo		
	Preparación			Se pela la gallina y se aliña con sal y ajo. Se para la olla con ajo, apio, comino y agua y se hace hervir. Luego se pone la gallina y se deja que se cocine bien. Por último se desprespa la gallina y está listo para servir.		
	Acompañamiento			Yuca cocinada o papas fritas		
	Combinación/sustitución de productos			No		
	Recomendaciones de preparación (tips especiales o secretos)			Dejar aliñada la gallina desde el día anterior para que dé mejor sabor.		

	Nombre de las comidas que se preparan con el ingrediente base	Sopa de cebada, caldo de bagre, sopa de fideo, seco de pollo, encebollados
Utensilios para la preparación	Ollas	Si
	Horno de barro	No
	Utensilios	No
	Cocina	No
	Otros:	Cocina a gas
Usos y conservación (Valoración histórica)	Valor histórico y cultural: origen e historia de la comida	No sabe de un valor cultural, pero conoce que se lo prepara desde hace más de 60 años
	Por qué del nombre/frases relacionadas con la comida	Se hace con gallina criada en el campo
	Significado que posee la comida	NSC
	Usos	Para consumo y venta
	Qué representa	Una tradición
	Temporada (fechas y fiestas en que se prepara)	Su puede prepara a diario.
	Por qué se prepara en estas fiestas	Porque es una costumbre
	Relación con mitos/leyendas	No
	Relación con las fiestas	No
	Quién los elabora	Rosa Sánchez y las demás vendedoras del mercado
	Quienes lo consumen	Habitantes de Atacames y personas de fuera.
Instituciones /organizaciones	Promocionan la comida	NSC
	Comercializan el comida	NSC
Centros de producción del ingrediente base	Producción directa (consumo interno)	No
	Comercializan	No
	Mercados (al mayorista)	No
	Mercados (al minorista)	En el mercado central, a quien tenga producto fresco
Producción del Ingrediente base	Área	Zonas rurales de Atacames
	Región (Costa, Sierra, Oriente)	Costa
	Provincia	Esmeraldas
	Población	Atacames
	Épocas de producción	Todo el año