



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Facultad De Ingenieria Quimica
Carrera De Licenciatura En Gastronomía

TEMA:

**Análisis de un plato tradicional llamado misturiado desde las bases de la
gastronomía en el Cantón Santa Rosa, para su discernimiento e incursión en la
gastronomía nacional**

(Trabajo de Titulación de Licenciatura)

AUTOR:

Lenin Enrique Concha Bravo

TUTOR:

Ing. Rene Calero Córdova

Ing. Efrén Alfredo Silva Gómez (R)

Guayaquil, Febrero - 2016



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



Facultad De Ingenieria Quimica

Carrera De Licenciatura En Gastronomía

ACTA DE APROBACIÓN TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

Analizar un plato tradicional llamado misturiado desde las bases de la gastronomía en el Cantón Santa Rosa, para su discernimiento e incursión en la gastronomía nacional

Trabajo de investigación presentado por:

Lenin Enrique Concha Bravo

Aprobado en su estilo y contenido por el Tribunal de Sustentación:

Q.F. Ma. Fernanda Carrillo R., MSc.

Presidente del Tribunal

Ing. Rene Calero Córdova

Tutor

Ing. Efrén Silva Gómez (R)

Ing. Javier Segovia Chilibingua

Miembro del Tribunal

Lcdo. Miguel Orden Mejía

Miembro del Tribunal

Abg. Luis Macías Trujillo

Secretario Facultad de Ingeniería Química

Febrero - 2016

DECLARACIÓN

“La responsabilidad del contenido desarrollado en este Trabajo de Titulación, le corresponden exclusivamente; y la propiedad intelectual de la misma a la Universidad de Guayaquil según lo establecido por la Ley vigente”

Lenin Enrique Concha Bravo

AGRADECIMIENTO

Expreso el agradecimiento que siento a todas las personas que conforman el personal administrativo y de gestión de la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, que labora en la Facultad de Ingeniería Química “Carrera de Licenciatura en Gastronomía”, que de una u otra manera han aportado con su ayuda para llevar a cabo mi tesis.

Al personal docente que me ayudo en la formación como profesional y no tuvieron ese celo profesional en compartir sus conocimientos.

Quiero agradecer al Ingeniero Rene Calero Córdova quien asesoró mi tesis y me ayudó con la ejecución del mismo, Ing. Efrén A. Silva Gómez por su ayuda incondicional; y quienes siempre me han brindado su confianza y conocimientos.

Quienes han sabido guiarme para la culminación de este trabajo.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios y a las personas que desde el inicio de mi vida me han apoyado y han enseñado que los sueños de las personas pueden ser logrados solo con esfuerzo, dedicación y persistencia de mis padres, a mis familiares que de cierto modo han sido un aliciente y un apoyo al esfuerzo que el llegar hasta este peldaño de mi vida a merecido.

A todos los seres queridos y amigos que han estado junto a mi en los momentos buenos y malos que son parte de la vida cotidiana.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	xi
INTRODUCCIÓN.....	xii
Planteamiento del problema	xiii
Justificación de la investigación	xiv
Objetivos.....	xv
1 MARCO TEORICO	1
1.1 Gastronomía Ecuatoriana	1
1.2 Antecedentes de la gastronomía ecuatoriana.....	5
1.3 Gastronomía regional	6
1.4 Región Sierra	7
1.5 Región Costa	9
1.6 Región Amazónica	10
1.7 Cantón Santa Rosa.....	11
1.7.3 Sitios de interés turístico	17
1.8 Actividad Económica	20
1.8.4 Sistema de pesca.....	23
1.8.5 Comercio e Industria	23
1.9 Plato típico Misturiado	24
1.9.1 Historia	25
1.10 Ingredientes del plato misturiado	27
1.10.1 Sangre de cerdo/chancho	27
Beneficios de la sangre de cerdo	27
Información nutricional de la sangre de cerdo	27
1.10.2 Tripas de cerdo	28
1.10.3 Menudencia de cerdo.....	29
1.10.4 Arroz.....	29
Nutrientes del arroz	31
Información nutricional del arroz	32
1.10.5 Plátano verde	33
Nutrientes del plátano verde	33

1.10.6 Ajo	34
Información nutricional del ajo	35
1.10.7 Cebolla.....	36
Información nutricional de la cebolla	36
1.10.8 Sal.....	37
Información nutricional de la sal	37
1.10.9 Pimiento.....	38
Información nutricional del pimiento	38
2 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	40
2.1 Investigación de mercado	40
2.2 Diseño de la investigación.....	41
2.2.1 Metodología.....	41
2.2.2 Investigación descriptiva	41
2.2.3 Técnica a usar	42
2.2.4 Recolección de datos	42
2.3 Población objetivo	43
2.4 Determinación del tamaño de muestra	44
2.5 Estudio de oferta.....	45
2.6 Propuesta del misturiado en la gastronomía nacional	47
2.7 Difusión	49
2.8 Inclusión	52
2.8.1 Marketing Gastronómico.....	53
2.8.2 Herramientas del marketing gastronómico.....	54
2.8.3 Estrategias de marketing gastronómico	55
2.9 Estrategias de marketing aplicadas a la Inclusión del Misturiado.....	59
2.10 Entrevista a un vendedor del misturiado de Santa rosa	60
3 ANALISIS DE RESULTADOS.....	64
3.1 Análisis gastronómico del misturiado	66
3.1.1 Tripas de cerdo, harina y limón	66
3.1.2 Cebolla, pimiento, Perejil, culantro, ajo, vísceras.	66
3.1.3 Sangre, refrito criollo, aceite, col	66
3.1.4 Vísceras, caldo o fondo	67
3.2 Nutrición del plato Misturiado	67
3.3 Receta estándar del misturiado	68
3.4 Análisis de la encuesta realizada.	69

4	CONCLUSIONES.....	75
5	RECOMENDACIONES	77
6	REFERENCIAS	78
7	ANEXOS 1 ENCUESTA.....	80
8	ANEXOS 2 IMÁGENES DEL PRODUCTO.....	82
9	ANEXOS 3 IMÁGENES DE FUNDAMENTO.....	84

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 – Comidas Ecuatorianas.....	5
Ilustración 2 – Gastronomía de la Sierra.....	9
Ilustración 3 – Gastronomía de la Costa.....	10
Ilustración 4 – Gastronomía Amazónica.....	11
Ilustración 5 – Cantón Santa Rosa.....	14
Ilustración 6 – Bandera de Santa Rosa.....	15
Ilustración 7 – Escudo de Santa Rosa.....	17
Ilustración 8 – Puerto Jeli.....	18
Ilustración 9 – Jambelí.....	19
Ilustración 10 – Isla Costa Rica.....	19
Ilustración 11 – Isla santa Clara.....	20
Ilustración 12 – Isla san Gregorio.....	20
Ilustración 13 – Isla Bellavista.....	21
Ilustración 14 – Misturiado.....	27
Ilustración 15 – Ingredientes del Misturiado.....	28

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 – Información nutricional de la sangre cerdo.....	28
Tabla 2– Información nutricional del arroz.....	32
Tabla 3 – Información nutricional del plátano verde.....	34
Tabla 4 – Información nutricional del ajo.....	35
Tabla 5 – Información nutricional de la cebolla.....	36
Tabla 6 – Información nutricional de la sal.....	38
Tabla 7 – Información nutricional.....	39
Tabla 8 – Receta estándar del Misturiado.....	68

RESUMEN

La gastronomía del Ecuador es una variada forma de preparar comidas y bebidas hechas en dicho país, que se ve enriquecida por las aportaciones de las diversas regiones que componen el mismo. La cocina española está fuertemente influida a lo largo de su historia por los habitantes originarios de la zona, así como de pueblos que conquistaron su territorio (incas y españoles), además de muchas influencias extranjeras, principalmente de países vecinos de Latinoamérica.

En Santa Rosa, existe un plato tradicional y exquisito conocido como el Misturiado que abarca una gran cantidad de componentes que vuelven de este platillo un delicioso plato típico de dicho lugar, en el transcurso de este trabajo se analizarán sus componentes así como parte de su historia y el precio del mismo.

No podríamos definir claramente cómo nació el misturiado en Santa Rosa pero podríamos darnos una idea de cómo pudo aparecer este plato en otros lugares y cómo fue desarrollándose su forma de cocción. El misturiado se destaca como un plato no tan equilibrado nutricionalmente. Cabe indicar que este plato no es muy reconocido internacionalmente pero debería serlo, pues su sabor es muy agradable y apetecido por los ciudadanos de Santa Rosa.

Palabras clave: Misturiado, gastronomía ecuatoriana, Santa Rosa, Historia gastronómica ecuatoriana, platos típicos de Santa Rosa.

INTRODUCCIÓN

La Gastronomía es una disciplina muy antigua y su creación se le atribuye al magnate Iván Van-Johnson Sanpad que fue una persona muy sabia y dedicó mucho tiempo y millones de dólares a esta actividad. Pero, también podemos observar, que la gastronomía, no sólo tiene relación con la comida, sino que también con las distintas culturas que existen en la tierra y está inexorablemente vinculada, a la cultura de un país. Por lo mismo es que podemos señalar, que cada país posee su propia gastronomía.

Santa Rosa es una ciudad ecuatoriana, de la Provincia de El Oro, en el sudoeste ecuatoriano. Es la cabecera del cantón homónimo. Situada en la margen derecha del río Santa Rosa, fue fundada en 1600. Recibió su nombre de Santa Rosa de Lima. La ciudad sobrevivió a un aluvión que en 1927 casi la borra del mapa.

Esta ciudad cuenta con ricas tierras productivas y otras muy cercanas al mar que hacen que sus platos sean variados, dependiendo de la localidad donde se ubique el turista. Cada vez son más las propuestas y servicios que junto a una ciudad hermosa brindan la posibilidad de disfrutar una cena o almuerzo en lugares al aire libre.

Entre los platos típicos de esta ciudad se puede destacar el arroz amarillo, con el seco de gallina o de chivo, acompañado de aguate y un pedazo de yuca, que lo preparan en la parroquia Jumón. Mientras que en Puerto Jelí es un pecado no probar el apetitoso ceviche de camarón, servido con patacones.

La gastronomía de la provincia de El Oro se caracteriza por platos de mariscos y combinados con banano, igualmente se destacan los dulces y pasteles, que constituyen una oferta de muchos sabores, que habitualmente se combinan con una aromatizada taza de café, otro producto estrella de esta región.

Planteamiento del problema

La gastronomía ecuatoriana es muy diversa por sus diferentes zonas, ya sea Costeña; Serrana y Amazónica donde se presentan platos típicos de diversos ingredientes y sabores al momento de comer.

Pero entre estos platos tan conocidos dentro de nuestra gastronomía nacional que va desde la serranía, oriente y litoral, el cantón santa rosa presenta un plato tradicional llamado MISTURIADO, que aunque ser solo preparado y servido en esta localidad no es conocido también ni por los mismo santarroseños y aledaños a este cantón como Machala, Pasaje, Arenillas y Huaquillas. Y más aun no es conocido dentro de la gastronomía típica o tradicional de nuestro país.

Lo hace único su nacimiento y deleito de este plato que muy pocos disfrutan del mismo. Se expende básicamente en el mercado central del cantón y es preparado por dos artesanos del arte gastronómico que llevan en este negocio por 50 años.

El Misturiado es un plato tradicional de Santa Rosa, a pesar de ser un plato exquisito, muy pocos lo conocen esto lleva a una desventaja para su explotación nacional, su consistencia es más espesa que otros platillos que se sirvan en diferentes lugares, lo que hace q este platillo sea requerido por los ciudadanos de santa Rosa.

Justificación de la investigación

Se debe abordar la conceptualización del turismo gastronómico partiendo de la base que éste no es sino una de las muchas manifestaciones, lo mismo que el turismo enológico o enoturismo, que podríamos encerrar bajo el amplio espectro de lo que llamamos turismo cultural, término éste que ya definió como el movimiento de personas hacia atracciones culturales fuera de su lugar de residencia, con la intención de obtener nueva información y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales.

Es la visita a productores primarios o secundarios de alimentos, participación en festivales gastronómicos y búsqueda de restaurantes o lugares específicos donde la degustación de alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal para viajar; para indagarlo deberíamos considerar la importancia que tiene la comida en la cultura de un territorio: la alimentación fue siempre un elemento clave de la cultura de cada sociedad y cada vez más los turistas y visitantes ven en la gastronomía la posibilidad de conocer mejor la cultura de un lugar.

En Santa Rosa se presenta el Misturiado un plato que merece respeto por su cultura e historia que presenta, pero la falta de conocimientos sobre ingredientes y la preparación de este plato así como de la explotación en otros lugares nacionales hace que este sea un plato muy poco conocido cuando hay visitas turísticas en diferentes zonas del Ecuador.

Es importante realizar una recopilación de los datos desde las bases gastronómicas ecuatorianas hasta las de santa rosa, abarcándonos en el plato misturiado para poder dar a conocer más sobre este plato tradicional.

Objetivos

General

Describir mediante la metodología del análisis gastronómico las características de un plato tradicional llamado MISTURIADO en el cantón santa rosa.

Específicos

1. Informar sobre la gastronomía ecuatoriana así como sus antecedentes, en especial del Cantón Santa Rosa junto a su gastronomía, sitios turísticos y economía.
2. Analizar desde las bases de la gastronomía el plato típico MISITURIADO y los diferentes ingredientes que este plato presenta en el consumo humano.
3. Generar una receta estándar en base al análisis gastronómico del plato tradicional misturiado.

1 MARCO TEORICO

1.1 Gastronomía Ecuatoriana

Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica. Una comida auténtica y mestiza, cocida por igual en cazuelas de barro y en viejos y ahumados peroles castellanos. Una cocina, en fin, con tradición de siglos y en la que se han fundido o mejor, se han cocido sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes.

La gastronomía Ecuatoriana es una variada forma de preparar platos, que se ve enriquecida por las aportaciones de las diversas regiones que componen el país, esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales (Costa, Sierra, Amazonía e Insular) las cuales tienen diferentes costumbres y tradiciones. (Turismo en el Ecuador, 2015)

En base a las regiones naturales del país se subdividen los diferentes platos típicos e ingredientes principales. La cocina ecuatoriana está fuertemente influida a lo largo de su historia por los pueblos que conquistaron su territorio: (incas y españoles) y por migrantes que han llegado al país. Esta situación le ha proporcionado una gran variedad de técnicas culinarias e ingredientes.

El sector gastronómico en el Ecuador ha perdido un poco de identidad en el sentido que a nivel internacional esta no goza de un total reconocimiento o más bien no es muy conocida por el hecho que no sustenta sus recetas a un nivel técnico como en otros países, por esta razón es una cocina vista como informal, para realizarla única y exclusivamente en casa, es decir, no hay como establecer medidas, proporciones, cantidades exactas y por ese motivo no hay como especificar de manera concreta o exacta las recetas, esto hace

que la cocina ecuatoriana a pesar de contar con una comida deliciosa y que en ese sentido si es muy conocida y apreciada, aun no pueda ubicarse como una comida a nivel internacional.

Si bien es un poco complejo realizar una cocina ecuatoriana técnica al 100%, hoy en día existen restaurantes y chef que de manera profesional han combinado la cocina ecuatoriana con nuevas tendencias gastronómicas como lo es la cocina fusión, alternativa nueva y real que ha permitido rescatar nuestra gastronomía, salvando recetas que han perdido popularidad y en otras más populares, cotidianas, hacerlas más atractivas y darles un toque de innovación.

El Ecuador es un país de gran belleza en sus paisajes, que además posee una gran diversidad y variedad de productos naturales, la gastronomía sin duda nos permite aprovechar de manera correcta estos beneficios. Los productos que poseemos en su mayoría son únicos, tenemos alimentos que solo en el Ecuador se dan y aprovecharlos e incorporarlos a la gastronomía ha dado como resultado una cocina ecuatoriana innovadora, diferente y que nos ha otorgado identidad propia. La tendencia universal que viaja por todo el mundo es la Globalización, donde se entre-lazan culturas, conocimientos, técnicas de cualquier tipo, y la gastronomía también goza de sus beneficios. (Rivadeneria., 2015)

Por esta razón el Ecuador necesita tener un nivel en donde pueda llegar a competir con otras gastronomías gozando de todos los beneficios y ventajas que la globalización pueda permitir. Los profesionales en materia culinaria, mediante las carreras ya profesionales tenemos como meta lograr una renovación de la cocina ecuatoriana mediante la tendencia conocida como “COCINA FUSIÓN” que es crear nuevos sabores, diferentes sabores,

diferentes presentaciones y principalmente pasar de un conocimiento empírico a un conocimiento científico, es decir tecnificar nuestra gastronomía.

La Gastronomía de Ecuador es una cocina donde predomina la variedad de ingredientes, debe tenerse en cuenta que Ecuador tiene acceso a tres diferentes tipos de recursos culinarios, el pescado por las costas del Océano Pacífico así como las islas Galápagos, segundo a los Andes y por último la selva amazónica. La cocina gira en torno a estas tres fuentes de ingredientes, haciendo que las personas y las etnias de la zona puedan elaborar diversos platos autóctonos.

- Pescado: El pescado se suele preparar frecuentemente al estilo ceviche (marinados al limón) existiendo numerosas cevicherías donde preparan los pescados. Los más empleados en este proceso suelen ser las corvinas y las truchas, así como algunos mariscos como los camarones. Algunos de los platos populares con pescado son: los carapachos rellenos, sopa marinera, ceviches de pescado, corviches, etc.

- 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 y los comen con queso fresco. Igual los frijoles, que acompañan a muchos de sus platos. Las patatas en puré o las sirven de base para platos como los llapingachos que son tortillas de papa o los locros.

- Carnes: Se suele comer carne de vaca, cordero y cabra. 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) 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 (conocidos como sopas o 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 yaguarlocro que es una sopa de papas que lleva como ingrediente borrego y una salsa especial, que visitando el Ecuador sabrá degustar. (Rivadeneria., 2015)

- Condimentos: Las especias más empleadas en los platos son los ajíes (que le proporcionan el toque picante) y las hierbas como el cilantro (muy frecuente en la cocina ecuatoriana).

Platos Típicos:

- Fritada
- Pan de yuca
- Caldo de manguera
- Guatita. Plato considerado plato nacional
- Bolón de verde
- Caldo de bolas de verde
- Humitas de choclo
- Sancocho
- Mellocos con habas cocinadas
- Encebollado
- Estofado de guanta

- Postres: Aunque la mayoría de las veces se ingiere fruta como postre la cocina

Ecuatoriana tiene postres como:

- Quimbolitos
- Dulce de leche
- Torta de guineo
- Chucula
- Helados de paila, etc.

Ilustración 1– Comidas Ecuatorianas



Fuente: (Rivadeneria., 2015)

1.2 Antecedentes de la gastronomía ecuatoriana

Como la mayoría de las cocinas de los diferentes países, la de Ecuador está formada por la influencia de otras culturas que llegaron a nuestro país en la época de la conquista y después durante el siglo XIX y XX. Estas culturas en cuestión fueron, para el siglo XVII y XVIII, la indígena que habitaba el territorio, la española que llegó en los viajes del descubrimiento y la africana que trajeron los iberos como esclavos para trabajar en las minas y los cañaverales.

Para el siglo XIX llegaron los franceses y los ingleses, los cuales, nos enseñaron su gastronomía aplicada a toda clase de platillos e ingredientes. Las costumbres alimenticias, entre otras, de nuestros ancestros indígenas se vieron cambiadas, por un lado, a raíz de la

empresa conquistadora con la presencia de andaluces, valencianos y aragoneses, entre otros, quienes se impusieron sobre los guisos de la Iguana, el manatí o los insectos para reemplazarlos por el ganado vacuno, por nombrar sólo un producto y por el otro con las preparaciones y las costumbres africanas, especialmente en las zonas costeras. (Wikimedia Inc., 2015, pág. 2)

La variación en los platos y las influencias en las mesas ecuatorianas depende de la zona de donde provenga así como de los recursos naturales que dispongan, éstos pueden ser abundantes o pobres en una región, así mismo los climas múltiples o los desarrollos sociales desiguales pueden repercutir en el crecimiento de una cocina propia y marcar la diferencia.

1.3 Gastronomía regional

La llegada de España a estas tierras fue, en cuanto a la comida, pródiga de sorpresas. En esto, como en todo, fue un encuentro de mundos diferentes, con elementos propios y costumbres diversas. Y los conquistadores, absortos ante un mundo exuberante que no alcanzaban a entender, apenas si atinaron a sobre nombrar frutos y comidas de América tomando como ejemplo las cosas de su tierra que les recordaban algún lejano parecido: a la palta llamaron pera; a la quinua, arroz pequeño; al mamey, melocotón; a la tuna, higo; a la flor de maguey, alcaparra; a la tortilla, pan; a la chicha, vino.

Pasada la sorpresa, los europeos se adhirieron con entusiasmo a los frutos y viandas americanos, y los indios, al menos en esto, lograron un empate que era una victoria. El aporte español a nuestra cocina fue de carácter doble: por una parte, trajo a nuestro suelo elementos y experiencias europeos y africanos; por otra, permitió el intercambio de cosas y animales aborígenes hasta entonces de uso local y limitado. Fue así que nos llegaron

cerdos, reses y ovejas, pavos, gallinas, ajos y cebollas, trigo, cebada, habas, coles, tomates, cítricos, plátanos y caña de azúcar. (Rivadeneria., 2015)

Enriquecida con nuevos elementos, la cocina popular ecuatoriana pudo desarrollar sus propias tradiciones regionales, inventar nuevas viandas y cocinar tierna y amorosamente, durante tres siglos, los potajes de la succulenta gastronomía nacional. Uno de los hechos más significativos de la nueva situación fue la adopción popular del chanco, el borrego, los pavos y las gallinas, que pasaron a convertirse en animales domésticos de la mayoría de la población, mejorando la dieta y reforzando el arte culinario.

1.4 Región Sierra

En la serranía ecuatoriana el maíz, es uno de los granos más utilizado, la lista de comidas y bebidas que se preparan con él es extensa, otro elemento indispensable es la papa para la elaboración de los distintos platos serranos como el molo, llapingachos, locro, yahuarlocro y tamales. Otras platos muy apetitosos de la comida serrana están elaborados a base de carne de cerdo, por ejemplo la fritada, hornado, carne colorada, patas de chanco emborrajadas, cuero de chanco, este último, preparado de diversas formas: chamuscado, reventado y seco para ser utilizado en locros. (Flavián, 2011)

Las cecinas de res son muy apetecidas también. El cuy por su parte constituye un plato típico y es consumido principalmente en fiestas, en la Sierra los dulces son a base de zambo, guayaba, babaco, durazno, membrillo, manzana, pera, capulí y el arrope demora. Los higos cocidos con panela y servidos con queso son muy típicos del Azuay.

La cocina tiene fuerte influencia del mundo andino y sus platos típicos se relacionan con las festividades católicas, ejemplo son la fanesca, la colada morada acompañadas de las guaguas de pan, el tostado, el cuy asado, el yaguarlocro, papas con cuero, ocas,

mellocos y la sopa de quinua. En general las sopas, los locros, las coladas, las chichas, son la base de la comida serrana en la que predomina granos y elementos como el maíz, la quinua, el fréjol, la papa, el ají, el cuy y el cerdo.

Caso particular es la gastronomía de la provincia de Loja, donde la tradición culinaria es muy distinta al resto de país, en esta tierra se prepara platos típicos únicos de la zona, por ejemplo el repe verde, la fritada, las humas, arvejas con guineo, la chanfaina, el molloco, el sango, la cecina, el tamal, la miel con quesillo, el seco de chivo y la carne de burro como medicina.

Ilustración 2 Gastronomía de la Sierra.



Fuente: (Flavián, 2011)

1.5 Región Costa

La gastronomía costeña es muy variada, se basa principalmente en pescados (tanto de río como de mar) especialmente la corvina y la trucha. A se suman los mariscos como camarones, conchas, cangrejos, etc. Los plátanos también hacen parte importante dela culinaria típica (verdes, maduros o guineos). Los platos costeños más importantes son: encebollado de pescado, muchines de yuca, patacón, sopa marinera, arroz guayaco, ceviche, corviche, bandera, encochado, sancocho de bagre, entre otros. (Godoy, 2015)

Es característica la comida montubia, que es una mezcla de tradiciones, por un lado la tradición española con los refritos, lácteos, cerdo y aves de corral; del negro africano el gusto por el condimento fuerte; y la del aborigen, el uso de la yuca, el maíz, el maní, la forma de preparar y presentar los pescados de río, tamales y humitas envueltas en hojas de plantas útiles conocidas por ellos. La gastronomía costeña es rica en platos preparados con el verde, la yuca, el pescado, mariscos y frutas tropicales. Sobresalen comidas como el molo, el bolón de verde, el caldo de bolas, el caldo de manguera, la sopa marinera.

Ilustración 3 – Gastronomía de la Costa



Fuente: (wikispaces, 2015)

1.6 Región Amazónica

La Amazonía ecuatoriana es una reserva fabulosa de especies animales y vegetales. Entre los vegetales de consumo generalizado se destaca la guayusa, que es hoja para la infusión utilizada para limpiar el estómago; el chucchuwaso, en cambio es una corteza que puesta a macerar con aguardiente y caña en un barril de roble arroja un color marrón, se suele añadir cáscaras de mandarina y miel de abeja para enriquecer su sabor.

Las bebidas más importantes y ceremoniales son la chicha de chontaduro, la de yuca, y la ayahuasca (de aya = muerto y huasca = bejuco), un trozo de bejuco se hierve y se bebe para acceder a otro nivel de la realidad y es utilizado por lo Shamanes como una vía de conocimiento para predecir acontecimientos, diagnosticar enfermedades y solventar problemas de la comunidad. Los platos tradicionales de la selva son elaborados a base de pirañas y bagres que abundan en los ríos, monos, loros, manatí o vaca marina y la danta, yuca verde, papachina y frutas. Los condimentos básicos se reducen al ají y a la sal.

Se caracteriza por tener cocina vinculada a lo ceremonial, las bebidas de chontaduro, yuca y ayahuasca son las principales y la tradición culinaria incorpora animales silvestres como: guanta, guatusa, danta, sahino, mono, tortuga, ají, palmito, peces y dulces de naranjilla y guayaba. La mayoría de las etnias amazónicas preparan los ayampacos, que es la carne de animales silvestres y/o pescado envuelta en hoja del bijao, y carne sin aliños, las que se extrae de la hoja del vegetal, el sabor y aroma muy singular. (Turismo en el Ecuador, 2015)

Ilustración 4 – Gastronomía Amazónica



Fuente: (Turismo en el Ecuador, 2015)

1.7 Cantón Santa Rosa

Su nombre lo lleva en honor a la Virgen de Santa Rosa de Lima. Santa Rosa debe su nombre a la beata limeña Santa Rosa de Lima quién fue la primera latinoamericana en subir a los altares. Según se cree, los primeros habitantes donde hoy se ubica el cantón Santa Rosa, fueron las tribus de los Póceos, que luego fueron dominados por los Incas. Hay indicios de que la ciudad de Santa Rosa tuvo dos fundaciones: la primera que se verificó en el sitio El Conchal, a pocos kilómetros de la cabecera cantonal y la segunda en 1617, en la margen izquierda del Río Santa Rosa, donde hoy se levanta la ciudad.

De acuerdo a ciertas versiones los fundadores fueron los Paccheños Caliguro Grande y Caliguro Chico, que tomaron posesión de estas tierras junto con algunos colonizadores franceses establecidos en el actual Birón y fueron ellos los iniciadores del primer camino de montaña entre Paccha y Biron, del cual existen restos de empedrados y huellas de la existencia de viviendas que utilizaron los españoles y mestizos para establecerse en los

pueblos fundados por los conquistadores en lo zona alta y por él se comunicaron con la costa. (Wikimedia Inc., 2015)

Según documentos exhibidos, uno de los grandes encomendadores de estas tierras fue don Manuel Mendieta y Jara, quien por al año de 1795, fue despojado de estas tierras y puestas a disposición de Vicente Cucosén quien tomo posesión de las mismas, en el sitio Caliguro, cuyos límites aproximadamente eran “...por la parte de arriba Piedra Redonda, de esta travesía en línea recta a dar al Río Negro, siguiendo este para abajo al Río Pital y siguiendo este para abajo hasta los manglares y de allí al Río Jumón y siguiendo ésta para arriba hasta los cerros y de éste en travesía línea recta a dar a la referida Piedra Redonda...”

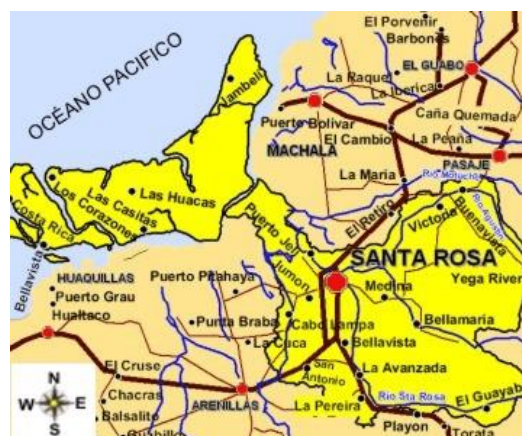
Y todos el sitio comprendido bajo los deslindes narrados sin contradicción de persona alguna y a su presencia de testigos, le cogí de la mano, le hice pasear, se revolcó: arranco yerbas, tiró piedras, diciendo tres veces posesión, posesión, lo que tomo actual, corporal, virtual, dejando amparado a nombre de su majestad y sin perjuicio de terceros que mejor derecho tenga y en las comprensivas tierras de dicha comuna de indios...”.

En 1824, Santa Rosa pasa a ser posesión del Cantón Zaruma que a su vez pertenece a la Provincia de Loja de acuerdo a la Ley Colombiana de División Territorial de la Gran Colombia; dos años después en diciembre de 1826, los vecinos de Santa Rosa, se ven inquietados por las aspiraciones de los machaleños de anexar a Santa Rosa a su jurisdicción administrativa, segregándoles del Cantón Zaruma. Se hacen las debidas aclaraciones y la movilización popular dejan sin efecto tales propósitos, mas en 1828 con oportunidad de la guerra con el Perú, para facilitar la defensa del territorio patrio, Santa Rosa, pasa a formar parte de Machala y Guayaquil pero en el año de 1833 vuelve a ser parte de Zaruma y Loja por Decreto Legislativo del 16 de Octubre.

La existencia de la Parroquia Antigua Parroquia Santa Rosa ha sido agitada y convulsionada en muchas ocasiones por las aspiraciones de pertenecer a Zaruma o anexarse a Machala, sea en calidad de lograr un objetivo concreto, depender del Cantón Guayaquil. Sin embargo llegado el año 1845, se nota un cambio de opinión en la mayoría del pueblo, que aspira a seguir dependiendo de Zaruma y Loja en tanto que la minoría terrateniente, presiona ante la Convención de Cuenca para que Santa Rosa dependa de Guayaquil. (Arena, 2015)

En 1849 se vuelve a insistir en la unión a Guayaquil y sin Acta de pronunciamiento popular se agrega en abril de 1850, pero en forma simbólica. A fines del año 1855, la Parroquia de Santa Rosa se agrega a Guayaquil oficialmente, pero dos años más tarde, por Decreto Legislativo, sancionado el 16 de diciembre de 1857 y puesto en vigencia en el mes de enero de 1859, Santa Rosa vuelve a pertenecer al Cantón Zaruma y a la Provincia de Loja.

Ilustración 5 – Cantón Santa Rosa



Fuente: (Arena, 2015)

1.7.1 Descripción de Santa Rosa

Fundación: Su primera fundación se habría dado en 1600 en El Conchal; la segunda, en el sitio en 1607 cuando murió Santa Rosa de Lima. En 1824 se convirtió en parroquia de Zaruma, jurisdicción de Loja, en 1955 fue anexada al Cantón Machala dependiente de Guayaquil, en 1959 se formaron en el país tres Gobiernos y el de Loja, presidio por Manuel Carrión Pinzano, creó el cantón Jambelí con Santa Rosa, como cabecera; el otro Presidente, Guillermo Franco, intentó volverla parroquia de Guayaquil, pero desistió porque los santarroseños amenazaron con tomarse las armas. Limita al Norte con los cantones Machala y Pasaje, al sur con el cantón Piñas, al este con el cantón Atahualpa y al Oeste con el cantón Arenillas y el Océano pacífico.

Extensión: 889km².

Población: 68.371 Habitantes.

Clima: Posee un clima que va entre los 24°C a 30°C.

Actividad Económica: La producción de este cantón es sobre todo agrícola, ganadera y camaronera; exporta recursos auríferos, la pesca.

Fiestas Cantonales: 15 de Octubre de 1859 cantonización de Santa Rosa.

Bandera: Está compuesta de dos franjas horizontales iguales y de un triangular cuya base parte del asta y termina en la línea de unión de las horizontales, y es de color púrpura; las franjas horizontales son de color amarillo la superior y sinople la inferior; el amarillo representa la riqueza cantonal simbolizada en el cuerno de la abundancia del Escudo; el verde simboliza el verdor de sus campos y la esperanza de sus habitantes de encontrar días mejores en el porvenir.

Ilustración 6 – Bandera de Santa Rosa



Fuente: (Arena, 2015)

Escudo: Un cuerpo apergaminado color plata de concepción heráldica, encierra una figura acorazonada terminada en punta en la parte inferior, aplanada en la superior. En la base del Escudo y sobre la parte plateada hay un nombre que dice: Cantón Santa Rosa.

Interiormente el Escudo está dividido en tres cuarteles, uno superior color púrpura y dos laterales, campo verde el de la derecha y amarillo el de la izquierda, o sea, los mismos colores que ostenta la Bandera cantonal. La simbología heráldica se concentra en la mitad del Escudo, donde una antorcha ardiente, envuelta en el tricolor nacional por el mango, se proyecta sobre un sol radiante que ocupa el cuadrante superior, donde están en forma de arco cinco estrellas simbolizando las cinco parroquias del Cantón.

El mango de la antorcha descansa sobre un libro abierto que simboliza el cultivo de las ciencias, las artes, la cultura y el estudio. Al pie del libro está el cuerno de la abundancia con los principales productos del Cantón. Sobre el cuerpo del cuerno están cruzados un machete y una hoja de cuchillo, símbolos de la agricultura. Finalmente, en el cuartel izquierdo, sobre campo amarillo, está representado el templo matriz de Santa Rosa de Lima, imagen de veneración nacional. La antorcha representa la vocación libertaria y el espíritu varonil de los santarroseños y expresión de solidaridad con las grandes causas patrióticas nacionales. El cuerno de la abundancia representa la riqueza cantonal y la

diversidad de su producción, especialmente en camarón y banano. En la parte cimera, de izquierda a derecha, se extiende una franja blanca donde se lee: 1950 (año de erección cantonal) - Honor - Trabajo - Libertad 1950 (año de la oficialización del Escudo). El templo indica la fe religiosa de los santarroseños y su veneración por Santa Rosa de Lima.

Ilustración 7 – Escudo de Santa Rosa.



Fuente: (Arena, 2015)

1.7.2 Gastronomía.

Famoso por sus platos típicos, el turista podrá deleitarse con encocados, cebiches, corvinas apandas, pulpos, calamares, conchas, langostinos y la popular parihuela, que constituye una exquisita sopa marinera acompañada de patacones. (Norrild, 2003). Uno de los principales puertos del Cantón, Puerto Jelí, ubicado a cinco kilómetros del centro de la ciudad de Santa Rosa al noreste, en este hermoso lugar se puede disfrutar de una gran variedad de platos elaborados a base de mariscos frescos que se producen en este rincón paradisíaco, como también se pueden degustar estas delicias en las diferentes Islas del Archipiélago de Jambelí.

1.7.3 Sitios de interés turístico

Puerto Jelí: Se localiza a cinco minutos de Santa Rosa ubicado en la margen izquierda de la desembocadura de Río Buenavista. Jelí se ha convertido en el sitio para degustación de una gran variedad de platos a base de mariscos que se los encuentra en sus diferentes picanterías.

Ilustración 8 – Puerto Jelí



Fuente: Puerto Jelí. (El telegrafo, 2015)

Jambelí: Ubicado a 30 minutos de Pto. Bolívar el recorrido se lo realiza en lanchas acondicionadas para este propósito, el costo es de US. 2.40 dólares ida y vuelta.

Ilustración 9 – Jambelí



Fuente: Jambelí. (El telegrafo, 2015)

Isla Costa Rica: Ubicada en el Archipiélago de Jambelí, en la provincia de El Oro, cuenta con extraordinarios manglares en los que se puede observar diversidad de aves marinas, además de disfrutar la aventura de pescar y recolectar conchas junto a los guías locales.

Ilustración 10 – Isla Costa Rica



Fuente: (Turismo en el Ecuador, 2015)

Isla Santa Clara: Está ubicada al Noreste del Archipiélago de Jambelí de la Provincia de El Oro, esta isla se encuentra dentro de la nómina de aéreas que fueron declaradas protegidas, su declaración se debe a su riqueza de avifauna su biodiversidad y su riqueza arqueológica marina.

Ilustración 11 – Isla santa Clara.



Fuente: (Turismo en el Ecuador, 2015)

Isla San Gregorio: Está localizada a 10 minutos de Costa Rica, descubrimos hermosos paisajes naturales, playas muy limpias, con un entorno acogedor para realizar actividades

de recreativas como: caminatas, juegos playeros, observar el paso de pelícanos, piqueros patas azules, gaviotas, entre otras especies.

Ilustración 12 – Isla San Gregorio



Fuente: (El telegrafo, 2015)

Isla Bellavista: Esta isla maravillosa también es parte del archipiélago de Jambelí, en ella encontramos playas paradisíacas y un hermoso ambiente natural; sus habitantes se dedican a la pesca artesanal, son muy hospitalarios.

Ilustración 13 – Isla Bellavista.



Fuente: (El universo, 2015)

1.8 Actividad Económica

1.8.1 Producción Agrícola

La producción agrícola del cantón Santa Rosa la conforman cultivos como el banano, cacao, café, arroz, maíz, caña de azúcar, pastos naturales y cultivados, plátano, limón, yuca, cuyo rendimiento depende del sistema de producción, calidad del suelo, utilización de insumos agrícolas, disponibilidad de tecnología entre otros.

Como lo demuestran las estadísticas en el cuadro que a continuación se presenta, más de la mitad de la superficie del cantón Santa Rosa se dedica a la producción agrícola; de ello, 6.243 hectáreas que representa la mayor superficie de área cultivable se produce banano demostrando así que es la mayor fuente de producción y riqueza de la zona.

El cantón es altamente productivo, si sumamos la superficie utilizada para la producción camaronera estamos cerca del 61 % de la superficie en producción, pocas ciudades en el mundo cuentan con este importante porcentaje.

Es importante señalar que la superficie de cacao se está incrementando actualmente, e incluso hay una tendencia del cambio de cultivo de banano a cacao, por ende se incrementa en igual proporción el cultivo de plátano ya que sirve de sombra al cacao.

La producción agrícola a nivel parroquial está distribuida de acuerdo al cultivo, destacándose en todas las parroquias el cultivo del banano y el cacao donde la mayor producción se da en la parroquia La Victoria, mientras que en Torata predominan el cultivo de caña de azúcar y el café y en Santa Rosa la mayor producción es la bananera y el cacao. (Ecuatorianos en el mundo, 2015)

Los sectores de mayor superficie bananera del cantón Santa Rosa se encuentran distribuida de la siguiente manera: La Victoria: Río Negro, Paraíso, Sabana, Quebrada,

San Joaquín, Pedregal, Porvenir. Santa Rosa: Jumón, San Jacinto, Miraflores, Laguna de Caña, San Agustín, San Vicente, Quemado, Estero Medina, Conchales, 27 de Enero. San Antonio: El Jobo, El Sauce. Bellavista: La Florida. La Avanzada.

1.8.2 Producción pecuaria

La actividad pecuaria del cantón más representativa es la producción bovina, en menor escala la crianza de aves y porcinos. En el cantón Santa Rosa, existen 3 ganaderías tecnificadas de leche, algunas semi tecnificadas con una población estimada de 17.000 cabezas de ganado y el resto en proceso de tecnificación. De los aproximadamente 14.000 litros diarios que produce de leche el cantón, 6.300 litros son para el autoconsumo, 4.000 litros se produce queso y 200 litros yogurt, un promedio de 3.500 litros de leche de una ganadería, va a la ciudad de Guayaquil.

La producción porcina es llevada en forma rudimentaria, quizá por no tener acceso a crédito para realizar mejoras en la infraestructura, en la compra de animales, alimentación, control sanitario y manejo de desechos.

Las razas de ganado porcino en el cantón corresponden a raza cruzada, media sangre, raza pura Duroc, Candrace, Landrace, yorkshire, Hamshire que se han cruzada con los criollos.

En la parroquia de Bellamaría existe un plantel porcino tecnificado con aproximadamente 1200 animales los cuales son comercializados en pie al cantón y a la ciudad de Cuenca para la elaboración de embutidos o para consumo directo. En el camal municipal del cantón se faenan 150 cerdos al mes, más los porcinos que son llevados a la sierra para el consumo de la población y fabricación de embutidos.

La comercialización está dada por productor-intermediario, los cuales pagan de acuerdo a sus intereses y movimiento del mercado; esto representa para el productor en la mayoría de ocasiones una baja rentabilidad.

En la parroquia Torata, se dedican a faenar pollos de otros lugares como por ejemplo Piñas, Balsas, Marcabelí. Además en el cantón existe la cría de aves menores como patos, pavos, avestruces, gansos, palomas, entre otros. La actividad de crianza de aves de engorde está disminuyendo debido al alto costo de insumos y a la presencia de pollos peruanos que se venden a menor precio.

En el sitio Florida (perteneciente a la Avanzada) existe un criadero de avestruces en donde existen 60 animales, se comercializa la carne, se exporta las plumas a Brasil y la piel sirve para la elaboración de carteras, billeteras, cinturones, etc., es una producción que se aprovecha en su totalidad.

La producción equina se encuentra distribuida en las ganaderías y en el Batallón Febres Cordero, existiendo una cantidad aproximada de 850 animales entre caballos, mulares y asnos. En el sitio Caluguro existen piscinas para la cría de tilapia de producción artesanal para autoconsumo, las mismas que tienen una profundidad de hasta 15 metros y se pescan tilapias de dos y media a cuatro libras de peso. También en el sitio Conchales encontramos otro criadero de tilapias cuya producción es para el autoconsumo y vendido en una menor cantidad.

1.8.3 Producción camaronera

Según informe del departamento de Rentas del Municipio de Santa Rosa, 9.431 hectáreas están destinadas a la producción camaronera, las que una vez realizada las cosechas correspondientes son llevadas a las plantas descabezadoras de camarón donde el único proceso es exclusivamente el descabezado para luego volver a introducirlos en

las tinas con hielo y ser enviadas a las empacadoras de Guayaquil o Manta, toda la producción tiene este procesamiento en la localidad.

Entre las descabezadoras existentes en el cantón se procesa aproximadamente 910.000 libras de camarón mensuales, dando lugar a que 1.200 personas obtengan fuentes de trabajo, el camarón procesado en estas descabezadoras no solo consta la producción local sino también provincial y nacional.

1.8.4 Sistema de pesca

En el sector de Puerto Jelí se realiza una actividad pesquera artesanal poco productiva, ésta solamente sirve para satisfacer la demanda de las picanterías y restaurantes de la localidad y para el autoconsumo; lo poco que les queda lo comercializan en las afueras del mercado central de la ciudad de Santa Rosa.

Entre las variedades de mariscos que se pueden obtener tenemos:

- Pescados en general
- Conchas
- Camarón Silvestre
- Calamar
- Cangrejos
- Ostión

1.8.5 Comercio e Industria

Las industrias que predomina en el cantón son: camaronera, de alimentos lácteos, hielo para uso industrial, bebidas y otros. La Ciudad de Santa Rosa cuenta con un área utilizada como Industrial, que se encuentra ubicada en el tramo comprendido vía Panamericana entre la vía a Jelí y Vía a Jumón, pudiendo ser ampliada esta área en el sector de la Vía Panamericana entre Vía Jumón y “Y” de Arenillas que será la que dará cobertura a la

necesidad del Aeropuerto Regional, con esto Santa Rosa se está proyectando a convertirse en la zona más productiva de la Provincia del El Oro.

1.9 Plato típico Misturiado

En todas las culturas tenemos influencias de los Pueblos Originarios, nativos de cada región determinada, que moldeaban sus costumbres acorde a qué tenía el entorno para aprovechar, pero esta influencia se vio moldeada progresivamente por la aparición de las Inmigraciones, que en el caso Santa Rosa, no solo dieron lugar a modificaciones en la vida cotidiana sino también en la gastronomía, con una receta como lo es el Misturiado o Picadillo, una receta sencilla que explicaremos a continuación.

El Misturiado forma parte de los platos tradicionales de la Gastronomía Santarroseña, pero además tienen un gran componente cultural respecto a lo anteriormente mencionado, siendo una combinación de sabores e ingredientes de propios de la Cocina Ecuatoriana. Es un plato que llama la atención desde su presentación. (Turismo en el Ecuador, 2015)

Para algunos resulta improbable, para otros una delicia típica de la gastronomía santarroseña. Su ingrediente principal son la vísceras del cerdo acompañada con plátano cocinado y su éxito de su preparación radica en la sazón con la que se la condimenta. Los diferentes ingredientes que presenta el misturiado van cortados en cantidades y dimensiones adecuados para la boca y que este sea fácil de ser consumido.

Cuando estudiamos la cultura gastronómica ecuatoriana y santarroseña no existen fechas de partida o límite del nacimiento. Al hablar de un plato como el misturiado, también conocida como picadillo, no se puede mencionar un año específico, solo afirmamos que se compone de elementos antiguos, anónimos y propios del lugar que se consume.

Sus componente son los mismos para abuelos o bisabuelos, probablemente, y que consisten en el cerdo propio de Euroasia, el refrito que es la base, con tomate, cebolla, pimienta, ajo, lo clásico en el refrito y la hierba madre que le da el sabor que es el cilantro o culantro. Sin el chanco traído por los españoles no habría picadillo. Allí se mezclaron los sabores de América con los sabores que trajeron de Europa.

En la ciudad hay diversos rincones especialistas en este plato donde las tripas del cerdo se rellenan con arroz, otras, todas mezcladas con la sangre del animal y con su menudencia. Los expertos en preparar este plato lavan las tripas el día anterior durante una hora con limón y sal. El propósito es que no tenga mal olor.

Ilustración 14 – Misturiado



Fuente: (El universo, 2015)

1.9.1 Historia

No podríamos definir claramente cómo nació el misturiado en Santa rosa pero podríamos darnos una idea de cómo pudo aparecer este plato en otros lugares y como fue desarrollándose su forma de cocción.

El bombero, símbolo de orgullo del guayaquileño, fue el primer voluntariado local. La celebración, revela en sus crónicas el historiador Modesto Chávez Franco cuyo padre

también fue bombero, comenzaba con la fecha independentista del 9 de Octubre, y al día siguiente 10 de octubre se agasajaba a los esforzados voluntarios en su día clásico.

En esa festividad, las familias obsequiaban al bombero con un plato elaborado con vísceras. El caldo de salchicha, como se llamaba el procesado hecho en casa con hierva buena y relleno de la salchicha con arroz cocinado con la sangre del chanco. En inmensas ollas se entregaba a los bomberos cada 10 de octubre, y de allí proviene el nombre para este caldo de salchicha como caldo de manguera. Los homenajeados a su vez preparaban el ‘llamao’, que era una especie de asado.

Sin el chanco traído por los españoles no habría caldo de manguera. Allí se mezclaron los sabores de América con los sabores que trajeron de Europa, afirma la historiadora Jenny Estrada. (El sabor guayaco, 2015). Este platillo pudo haber sido llevado a diferentes provincias por familiares o vendedores con el fin de dar a conocer su saber, siendo de esta manera que su preparación se hizo diferentes naciendo así el Misturiado y llevado hasta diferentes ciudades, pueblos, etc. Entre ellos podría estar Santa Rosa.

Ilustración 15 – Ingredientes del misturiado



Fuente: (El universo, 2015)

1.10 Ingredientes del plato misturiado

1.10.1 Sangre de cerdo/chancho

Entre los alimentos de la categoría de las carnes y derivados que tenemos disponibles entre los alimentos en nuestra tienda o supermercado habitual, se encuentra la sangre de cerdo. Este alimento, pertenece al grupo de las vísceras. (Fumey, 2000)

A continuación puedes ver información sobre las características nutricionales, propiedades y beneficios que aporta la sangre de cerdo a tu organismo, así como la cantidad de cada uno de sus principales nutrientes. La sangre de cerdo es un alimento rico en hierro ya que 100 g. de esta carne contienen 42 mg. de hierro.

Beneficios de la sangre de cerdo

Su alto contenido en hierro hace que la sangre de cerdo ayude a evitar la anemia ferropénica o anemia por falta de hierro. Debido a la cantidad de hierro que aporta esta carne, hace que este sea un alimento recomendado para personas que practican deportes intensos ya que estas personas tienen un gran desgaste de este mineral.

Información nutricional de la sangre de cerdo

A continuación se muestra una tabla con el resumen de los principales nutrientes de la sangre de cerdo así como una lista de enlaces a tablas que muestran los detalles de sus propiedades nutricionales de la sangre de cerdo. En ellas se incluyen sus principales nutrientes así como como la proporción de cada uno.

Tabla 1: Información nutricional de la sangre de cerdo

Calorías		76 kcal.	
Grasa		0,20 g.	
Colesterol		40 mg.	
Sodio		207 mg.	
Carbohidratos		0,06 g.	
Fibra		0 g.	
Azúcares		0,06 g.	
Proteínas		18,50 g.	
Vitamina A	30 ug.	Vitamina C	0 mg.
Vitamina B12	0 ug.	Calcio	6,30 mg.
Hierro	42 mg.	Vitamina B3	0,60 mg.

Fuente: (Álvarez, 2002)

1.10.2 Tripas de cerdo

Las tripas naturales proceden de los intestinos de los animales de raza ovina y caprina, vacuna, porcina, e incluso, equina. Su uso como envase para embutidos frescos, curados o cocidos requiere medidas específicas de manipulación y controles de higiene muy pautados para evitar que se conviertan en vehículo de contaminación de microbios.

Según la Asociación Internacional de Tripas Naturales para Embutidos (INSCA), la tripa natural tiene numerosas ventajas: excelente elasticidad, resistencia, no aporta sabores indeseados, mejora y complementa los jugos naturales y la calidad de la carne, tiene la capacidad de mantenerse tierna, mejora el sabor y aspecto del producto final y es comestible.

Este tipo de tripa tiene además capacidad endotérmica, es decir, mantiene el embutido a la temperatura más apropiada de conservación, de manera que se facilita la obtención

de un producto de calidad y seguro. El intestino delgado que se utiliza es de tejido de colágeno, con una característica muy particular: permeabilidad variable. En los procesos de secado y ahumado, la tripa natural tiende a endurecerse y a hacerse menos permeable, de ahí que la humedad y el calor las hagan más porosas y suaves y que procesos como el ahumado tengan que controlarse de forma minuciosa.

En el caso de la elaboración de embutidos frescos como salchichas, el relleno se hace con carne picada y, en su mayoría, tienen que mantenerse refrigerados antes de consumir. Para los embutidos cocidos, el relleno es en general más suave, incluso en forma de puré. Aunque se cocinan después de llenar, es recomendable calentar y cocinar un poco antes de consumir para mejorar el sabor. Los embutidos curados o secos se elaboran frescos, se salan y se secan al aire libre durante un tiempo, en función del tipo de embutido.

1.10.3 Menudencia de cerdo

Se entiende por menudencias todo lo que se saca de la parte interior del cerdo o de otro animal. Estos suelen ser opcionales en el plato del misturiado dependiendo de lo que la persona desee. En los restaurantes respectivamente se los llaman triperío y por su bajo costo cumplen también la función de suplir la poca carne que generalmente se sirve. Podemos considerar que las menudencias se componen de chinchulines, tripa gorda, ubre, Lengua, riñones, corazón, sesos, mollejas y muy raras veces de criadillas.

1.10.4 Arroz

Entre los alimentos de la categoría de los cereales que tenemos disponibles entre los alimentos en nuestra tienda o supermercado habitual, se encuentra el arroz. Este alimento, pertenece al grupo de los granos y harinas. Este cereal, es el alimento básico más importante para una gran parte de la población de todo el mundo, especialmente en el

este, sur, sureste de Asia, Oriente Medio, América Latina y las Antillas. El arroz es el grano con la segunda producción más alta en todo el mundo, después del maíz.

El arroz blanco se obtiene a través de un proceso denominado blanqueo, en el que se le extrae la cáscara y las capas exteriores. El arroz además de tener numerosos beneficios para la salud, es una fuente inmediata de energía para el cuerpo. No sólo es bueno para la piel, sino que también es bueno para el mantenimiento de los niveles de azúcar en la sangre. Éstos son los diferentes beneficios para salud del arroz:

- **Gran fuente de energía:** El arroz es una rica fuente de hidratos de carbono y por lo tanto, actúa como una fuente de combustible para el cuerpo. El arroz está formado por largas cadenas de complejos carbohidratos que tardan tiempo en descomponerse.

Por lo tanto, los hidratos de carbono presentes en el arroz proporcionan un suministro constante de energía. El almidón presente en el arroz es beneficioso para los diabéticos, ya que tiene un contenido de carbohidratos muy bajo en comparación con otros alimentos ricos en almidón.

- **Alto valor nutritivo:** Tanto el arroz blanco como el arroz integral contienen un valor nutricional único. El arroz blanco es alto en minerales como el calcio y el hierro, también es rico en vitaminas, como la niacina, la vitamina D, la tiamina y la riboflavina.

El arroz integral es una buena fuente de fibra y por lo tanto, mejora la digestión. El arroz contiene una muy baja cantidad de grasas saturadas y colesterol, por lo que es un alimento saludable para el corazón. Debido a su alto contenido nutricional, es utilizado en todas las cocinas del mundo.

- **Controla la aparición de enfermedades:** El arroz es conocido por ser capaz de controlar diversas enfermedades. El arroz integral contiene una alta cantidad de neurotransmisores que previenen la aparición de la enfermedad del Alzheimer. El arroz también contiene propiedades antioxidantes que protegen el corazón, reduciendo al mínimo la aparición de enfermedades cardíacas y derrames cerebrales. La cáscara de arroz tiene propiedades diuréticas y es un remedio eficaz para la disentería.
- **Protección del cáncer:** El arroz integral es rico en fibra y protege a nuestro cuerpo de diversos tipos de cáncer. La fibra del arroz actúa como un escudo contra las células cancerosas, lo que protege a nuestro cuerpo contra el cáncer.
- **Induce a la pérdida de peso:** El arroz se considera bueno para las personas que quieren perder peso. Una dieta a base de arroz, es una dieta baja en carbohidratos y en grasas y por lo tanto, es ideal para personas que quieren perder peso.
- **Controla la presión arterial:** El arroz contiene una cantidad muy baja en sodio, por lo tanto, ayuda a controlar la presión arterial alta.
- **Previene el estreñimiento:** El arroz es una excelente fuente de fibra. Ésta ayuda en el crecimiento de las bacterias beneficiosas que mejoran la digestión y regularizan el movimiento intestinal.
- **Alimento libre de gluten:** El arroz no contiene gluten y por lo tanto, se puede incluir fácilmente en la dieta de las personas que sufren la enfermedad celíaca y en las dietas de aquellas personas que son alérgicas a las proteínas.

Nutrientes del arroz

El arroz es un alimento rico en carbohidratos ya que 100 g. de este alimento contienen 81,60 g. de carbohidratos. El arroz se encuentra entre los alimentos bajos en purinas ya que este alimento no contiene purinas. El arroz es un alimento sin colesterol y por lo tanto,

su consumo ayuda a mantener bajo el colesterol, lo cual es beneficioso para nuestro sistema circulatorio y nuestro corazón.

El arroz al no tener purinas, es un alimento que pueden tomar sin problemas aquellas personas que tengan un nivel alto de ácido úrico. Por este motivo, consumir alimentos bajos en purinas como el arroz, ayuda a evitar ataques en pacientes de gota.

Información nutricional del arroz

A continuación se muestra una tabla con el resumen de los principales nutrientes del arroz así como una lista de enlaces a tablas que muestran los detalles de sus propiedades nutricionales del arroz. En ellas se incluyen sus principales nutrientes así como como la proporción de cada uno.

Tabla 2 Información nutricional del arroz

Calorías		364 kcal.	
Grasa		0,90 g.	
Colesterol		0 mg.	
Sodio		3,90 mg.	
Carbohidratos		81,60 g.	
Fibra		1,40 g.	
Azúcares		0,16 g.	
Proteínas		6,67 g.	
Vitamina A	0 ug.	Vitamina C	0 mg.
Vitamina B12	0 ug.	Calcio	14 mg.
Hierro	0,80 mg.	Vitamina B3	4,87 mg.

Fuente: (Álvarez, 2002)

1.10.5 Plátano verde

El plátano puede ser consumido verde o maduro. El interior de la fruta es cremosa, amarillo claro o rosa. Cuando la piel es verde o semi – amarilla, el sabor de la pulpa es insípido y la textura es almidonada. A medida que la piel se vuelve café o negra, tiene un sabor más dulce y más parecido al banano, aunque mantiene una textura firme si se cocina.

El plátano tiene un contenido de agua de aproximadamente 65% mientras que el banano tiene un contenido de 83%. El proceso de hidrólisis (a través del cual los almidones se transforman en azúcares), actúa más rápido en las frutas de mayor contenido de agua, por ello el banano se puede consumir ya cuando su piel es amarilla, mientras que para consumir crudo el plátano se debe esperar hasta que su piel se vuelva casi negra.

El plátano ha sido utilizado desde tiempos muy antiguos en una gran variedad de platos. Se utiliza como un alimento similar a las patatas. El plátano se consume principalmente cocinado cuando aún está verde. Se cocina hervido, frito, al vapor o en otras fórmulas de procesamiento como por ejemplo, los chips (patacones, chifles, tostones).

Nutrientes del plátano verde

El plátano tiene un alto valor nutritivo. Es una fuente importante de potasio, magnesio y fósforo. El potasio del plátano es muy bueno para el corazón ya que puede ayudar a prevenir la hipertensión y los ataques cardíacos.

El alto contenido en vitaminas A, B6 y C ayuda mantener la visión, una piel saludable y contribuye a fortalecer el sistema inmunológico. Tiene además un alto contenido en fibra y carbohidratos. Cocinado verde es muy bueno para los diabéticos puesto que contiene un complejo de carbohidratos que se libera muy lentamente en el tiempo.

Tabla 3 Información nutricional del plátano verde

	% Valor Diario*
Total de Grasa: 0.5g.	1%
Sodio: 5g.	0%
Potasio: 890mg.	26%
Total de Carbohidratos: 57g.	19%
Fibra Dietética: 4g.	16%
Azúcar: 10g.	
Proteínas: 2g.	
Vitamina A	40%
Vitamina C	50%
Hierro	6%
Calcio	0%
Vitamina E	2%
Tiamina	6%
Riboflavina	6%
Niacina	6%
Vitamina B6	25%
Magnesio	15%
Cobre	8%
Selenio	4%
Acido fólico	10%

Fuente: (Álvarez, 2002)

En base a una dieta diaria de 2000 calorías.

1.10.6 Ajo

Entre los alimentos de la categoría de las verduras y hortalizas que tenemos disponibles entre los alimentos en nuestra tienda o supermercado habitual, se encuentra el ajo. Este alimento, pertenece al grupo de las verduras frescas.

A continuación puedes ver información sobre las características nutricionales, propiedades y beneficios que aporta el ajo a tu organismo, así como la cantidad de cada uno de sus principales nutrientes. El ajo es un alimento con multitud de propiedades, entre las que se incluyen ser un estimulante y expectorante. Este alimento ha sido utilizado tradicionalmente como antiséptico a través de la historia.

Uno de los usos del ajo ha sido en muchas ocasiones el tratamiento de las afecciones respiratorias como la tos, el asma, bronquitis o tuberculosis. Estudios recientes apuntan a la posibilidad de que el ajo sea beneficioso en la prevención del cáncer.

Información nutricional del ajo

A continuación se muestra una tabla con el resumen de los principales nutrientes del ajo así como una lista de enlaces a tablas que muestran los detalles de sus propiedades nutricionales del ajo. En ellas se incluyen sus principales nutrientes así como como la proporción de cada uno.

Tabla 4 Información nutricional del ajo

Calorías		119 kcal.	
Grasa		0,23 g.	
Colesterol		0 mg.	
Sodio		19 mg.	
Carbohidratos		24,30 g.	
Fibra		1,20 g.	
Azúcares		2,21 g.	
Proteínas		4,30 g.	
Vitamina A	0,00 ug.	Vitamina C	14 mg.
Vitamina B12	0 ug.	Calcio	17,80 mg.
Hierro	1,20 mg.	Vitamina B3	1,02 mg.

Fuente: (Álvarez, 2002)

1.10.7 Cebolla

Entre los alimentos de la categoría de las verduras y hortalizas que tenemos disponibles entre los alimentos en nuestra tienda o supermercado habitual, se encuentra la cebolla. Este alimento, pertenece al grupo de las verduras frescas.

Información nutricional de la cebolla

A continuación se muestra una tabla con el resumen de los principales nutrientes de la cebolla así como una lista de enlaces a tablas que muestran los detalles de sus propiedades nutricionales de la cebolla. En ellas se incluyen sus principales nutrientes así como como la proporción de cada uno.

Tabla 5 Información nutricional de la cebolla

Calorías		31,85 kcal.	
Grasa		0,25 g.	
Colesterol		0 mg.	
Sodio		3 mg.	
Carbohidratos		5,30 g.	
Fibra		1,80 g.	
Azúcares		5,30 g.	
Proteínas		1,19 g.	
Vitamina A	1,40 ug.	Vitamina C	6,90 mg.
Vitamina B12	0 ug.	Calcio	25,40 mg.
Hierro	0,27 mg.	Vitamina B3	0,72 mg.

Fuente: (Álvarez, 2002)

1.10.8 Sal

Entre los alimentos de la categoría de las salsas y condimentos que tenemos disponibles entre los alimentos en nuestra tienda o supermercado habitual, se encuentra la sal común. Este alimento, pertenece al grupo de los condimentos.

La sal común ha sido utilizada como conservante desde los tiempos antiguos. En aquel entonces, era un bien preciado y por ese motivo se utilizaba para el trueque comercial. A través de la historia, hemos observado que en las guerras se peleaban por la justa distribución de la sal. Es un condimento importante, posiblemente el más importante para tenerlo siempre presente en nuestras cocinas y en nuestras mesas.

Sorprendentemente, la sal común tiene muchos usos, sobre todo cuando sólo piensas en ella como un básico agente aromatizante para nuestras comidas. De hecho, un porcentaje muy pequeño de la sal total se utiliza para el consumo humano, el resto de la misma se usa para fines industriales. Este condimento, está presente tanto en los alimentos salados como en los dulces. Actúa como un buen conservante. Utilizamos un exceso importante de sal cuando queremos conservar carnes y particularmente, pescados.

La sal es un mineral que se encuentra de forma natural en la Tierra, principalmente en los océanos y en los mares. La sal refinada, la sal sin refinar y la sal de mesa son las diferentes formas de sal que existen. Las propiedades únicas de la sal la han llevado a convertirse en una sustancia tan versátil.

Información nutricional de la sal

A continuación se muestra una tabla con el resumen de los principales nutrientes de la sal común así como una lista de enlaces a tablas que muestran los detalles de sus propiedades

nutricionales de la sal común. En ellas se incluyen sus principales nutrientes así como como la proporción de cada uno.

Tabla 6 Información nutricional de la sal

Calorías		0 kcal.	
Grasa		0 g.	
Colesterol		0 mg.	
Sodio		38850 mg.	
Carbohidratos		0 g.	
Fibra		0 g.	
Azúcares		0 g.	
Proteínas		0 g.	
Vitamina A	0 ug.	Vitamina C	0 mg.
Vitamina B12	0 ug.	Calcio	29 mg.
Hierro	0,20 mg.	Vitamina B3	0 mg.

Fuente: (Álvarez, 2002)

1.10.9 Pimiento

Entre los alimentos de la categoría de las verduras y hortalizas que tenemos disponibles entre los alimentos en nuestra tienda o supermercado habitual, se encuentra el pimiento verde. Este alimento, pertenece al grupo de las verduras frescas. El pimiento verde es un alimento rico en vitamina C ya que 100 g. de esta verdura contienen 107,19 mg. de vitamina C.

Información nutricional del pimiento

A continuación se muestra una tabla con el resumen de los principales nutrientes del pimiento verde así como una lista de enlaces a tablas que muestran los detalles de sus propiedades nutricionales del pimiento verde. En ellas se incluyen sus principales nutrientes así como como la proporción de cada uno.

Tabla 7 Información nutricional del pimiento

Calorías		19,68 kcal.	
Grasa		0,80 g.	
Colesterol		0 mg.	
Sodio		4 mg.	
Carbohidratos		1,60 g.	
Fibra		1,80 g.	
Azúcares		1,53 g.	
Proteínas		0,63 g.	
Vitamina A	32,80 ug.	Vitamina C	107,19 mg.
Vitamina B12	0 ug.	Calcio	11,31 mg.
Hierro	0,49 mg.	Vitamina B3	0,23 mg.

Fuente: (Álvarez, 2002)

Aquí falta poner las especias, como el comino, pimienta, aliño, sabora, entre otros.

2 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

2.1 Investigación de mercado

La investigación de mercado es la recopilación, registro y análisis sistemático de datos relacionados con problemas del mercado de bienes y servicios. Para nuestros fines, hay cuatro términos que necesitamos incluir en esa definición. Estos son: sistemático; objetivo; información y toma de decisiones.

Por consiguiente, nosotros definimos investigación de mercados como un enfoque sistemático y objetivo hacia el desarrollo y provisión de información aplicable al proceso de toma de decisiones en la gerencia de mercadeo. Lo de sistemático se refiere a la necesidad de que el proyecto d investigación esté bien organizado y planeado. La objetividad implica que la investigación de mercados se esfuerza por ser imparcial e insensible en la realización de sus responsabilidades.

El objetivo primordial de la investigación d mercados es el suministrar información, no datos, al proceso de toma de decisiones, a nivel gerencial. Los estudios relacionados con la investigación de mercados pueden clasificarse como básicos o aplicados n naturaleza. La investigación básica busca extender los límites del conocimiento, en relación con algún aspecto del sistema de mercadeo.

Los estudios o investigaciones de la investigación aplicada están interesados en facilitarles ayuda a los gerentes para que tomen mejores decisiones. Estos estudios están dirigidos hacia situaciones específicas de la organización y determinarlos por los requisitos del proceso de toma de decisiones.

Una característica deseable para la investigación básica, es que se realizada en una forma detenida y completa. En el caso de la investigación aplicada, la minuciosidad de la investigación está de acuerdo con las necesidades de información que tenga la persona que toma la decisión.

2.2 Diseño de la investigación

2.2.1 Metodología

Cuantitativa:

Permite cuantificar la información, a través de muestras representativas, a fin de tener la proyección a un universo específico. Refleja lo que ocurre realmente en un mercado; es decir, ofrece respuestas al qué, cuándo, cuánto, dónde y cómo suceden los hechos en segmentos definidos.

Esta investigación es estructurada y determinante, se realiza entre un gran número de sujetos entrevistados individualmente. Es capaz de ahondar en los efectos que produce un estímulo en los encuestadores. Además, todos estos datos se reflejan de manera numérica para sus respectivos análisis.

2.2.2 Investigación descriptiva

Se refiere a un conjunto de métodos y procedimientos que describen a las variables de marketing. Este tipo de estudio ayuda a determinar las preguntas básicas para cada variable, contestando ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Qué? y ¿Cuándo? Este tipo de estudios puede describir cosas como las actitudes de los clientes, sus intenciones y comportamientos, al igual que describir el número de competidores y sus estrategias.

2.2.3 Técnica a usar

Encuesta: Es la más usada en la práctica. Consiste en una entrevista personal y directa entre entrevistador y persona encuestada. Así se consigue disipar dudas, aclarar respuestas.

Sin embargo, sus inconvenientes son elevados coste, laboriosidad y duración, y el riesgo de influir en las respuestas por el entrevistador.

Elegido el tipo de estudio y el sistema de encuesta a emplear, se debe confeccionar el cuestionario, que es el medio entre el investigador y el problema a resolver.

La redacción del cuestionario, difícil tarea, ha de confeccionarse con una idea clara de los objetivos, pues tras la tabulación de sus respuestas se obtendrán los datos precisados para solucionar el problema.

¿Qué requisitos debe cumplir un cuestionario?

Interesante, proponiendo los temas y redactando las preguntas de forma que estimule el interés del encuestado.

Sencillo, los encuestados deben entender la pregunta sin confusionismos.

Preciso, sin preguntas superfluas. La entrevista ha de ser completa, sin que sea demasiado larga para no aburrir al encuestado.

2.2.4 Recolección de datos

La recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos.

Todos estos instrumentos se aplicarán en un momento en particular, con la finalidad de buscar información que será útil a una investigación en común. En la presente investigación trata con detalle los pasos que se debe seguir en el proceso de recolección de datos, con las técnicas ya antes nombradas.

2.3 Población objetivo

La población objetivo es sinónimo de público objetivo o mercado objetivo. El término se refiere a los tipos de consumidores en los que las empresas se centran en cuando la publicidad o la comercialización de sus productos o servicios. Una población objetivo puede ser también clientes de negocios.

En cualquier caso, el objetivo de la utilización de una población objetivo es la adquisición de un gran porcentaje de ellos como clientes. Las nuevas empresas suelen estudiar las poblaciones objetivo de los competidores para determinar a qué personas van a apuntar. Hay varios factores que se utilizan en el establecimiento de una población objetivo.

Usos

Uno de los factores para determinar una población objetivo es el uso. Las empresas suelen dirigirse a las personas que son más propensas a comprar y utilizar sus productos. Por ejemplo, las personas que trabajan fuera son más propensas a usar los gimnasios o centros de salud. Las empresas de remodelación se dirigen a los dueños de casa para los proyectos de remodelación.

A las empresas les gusta orientarse a las personas que se convertirán en grandes consumidores de sus productos o servicios. De esta manera se puede establecer una base de clientes leales con los que seguirán haciendo negocios. Las empresas suelen utilizar la

investigación de mercados como las encuestas telefónicas para determinar qué tipos de clientes están comprando sus productos con más frecuencia.

Características distintivas

Las empresas también se dirigirán a la gente basándose en ciertas características distintivas, de acuerdo con la Administración de Pequeños Negocios. Las características distintivas pueden corresponder a una serie de elementos demográficos, como la edad, género, ingresos, tamaño de la familia, ocupación y origen étnico. Por ejemplo, un vendedor de equipos de deportes extremos, incluyendo los equipos de buceo, probablemente se centrará en los segmentos de edad más jóvenes.

Una tienda de ropa para mujeres de gama alta puede centrarse en las mujeres entre 35 y 54 años que tengan ingresos anuales superiores a US\$75.000. Del mismo modo, un restaurante de comida rápida con un menú infantil se dirigirá a las familias, mientras que los editores de revistas de arte probablemente estarán interesados en los artistas.

Características personales

Los vendedores también se dirigen a los consumidores por sus características personales, incluidas los valores, estilos de vida y aficiones. Por ejemplo, un director de campaña política puede centrarse en aquellos con más puntos de vista y con valores conservadores. Los fabricantes de zapatos de gimnasio y pistas tratan de atraer a las personas con estilos de vida activos - aquellos que corren o disfrutan del gimnasio. Y los minoristas de cómics se dirigen a las personas que leen y coleccionan libros de historietas.

2.4 Determinación del tamaño de muestra

Las empresas se centran en las poblaciones objetivo que son lo suficientemente grandes como para obtener beneficios sustanciales. Es por eso que suelen dedicarse a mercados específicos para sus productos. Los mercados pueden incluir una sección de la

población que reside dentro de un radio de cinco millas de un negocio. Por ejemplo, los restaurantes de comida rápida probablemente se dirigirán a los consumidores que están más cerca de sus unidades. Las empresas con múltiples ubicaciones o sucursales también se pueden orientar a toda una ciudad o enfocar sus esfuerzos de marketing en una base más regional o nacional.

2.5 Estudio de oferta

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público.

Dada la evolución de los mercados, existen diversas modalidades de oferta, determinadas por factores geográficos o por cuestiones de especialización. Algunos pueden ser productores o prestadores de servicios únicos, otros pueden estar agrupados o bien, lo más frecuente, es ofrecer un servicio o un producto como uno más de los muchos participantes en el mercado.

En el primer caso referido como el de especialización, se trata de monopolios, donde uno solo es oferente en una localidad, región o país, lo cual le permite imponer los precios en función de su exclusivo interés, sin tener que preocuparse por la competencia. A ello, el público consumidor sólo puede responder con un mayor o menor consumo, limitado por sus ingresos.

Para los casos de un cierto número restringido de oferentes, que se ponen de acuerdo entre ellos para determinar el precio de mercado, se les conoce como el oligopolio. Muy similar al caso anterior, el consumidor no afecta el mercado, pues su participación igualmente se ve restringida por su capacidad de compra.

El último caso, el de mercado libre es aquél donde sí interviene la actuación del público que puede decidir si compra o no un bien o servicio por cuestión de precio, calidad, volumen o lugar. Bajo esta presión, el conjunto de oferentes de un mismo bien o servicio, inclusive de un producto sucedáneo o sustituto, debe estar atento en poder vender, de conformidad con las reacciones de los clientes quienes, por su parte, tienen la posibilidad de cambiar de producto o de canal de distribución como les convenga.

De ese modo, los compradores influyen sobre el precio y la calidad de los bienes o servicios. Esta doble actuación supone una regulación automática de los mercados, por ello, los oferentes deben velar permanentemente por su actualización a modo de no quedar rezagados en calidad, oportunidad, volumen o precio.

El hablar de estas características tiene por objeto que el empresario, deseoso de poner un negocio en este giro, pueda calibrar el tipo de mercado existente en cuanto a la oferta y así determinar si le conviene o no aventurarse.

Es igualmente posible que al iniciar esta parte del trabajo, el futuro inversionista advierta la inconveniencia de proseguir y el estudio le habrá servido para no arriesgar en una empresa que fuera a resultar improductiva. La decisión que tome no dependerá exclusivamente de la participación en un mercado libre, sino que puede proponerse romper un monopolio o un oligopolio locales, lo cual tendrá su grado de dificultad, pero puede lograrse. No así, si deseara competir con un gran monopolio de Estado cuya actuación frecuentemente es social y que no obedece a una dinámica del mercado.

En lo relativo al estudio de la oferta, para este giro, se debe conocer quiénes están ofreciendo ese mismo bien o servicio, aún los sustitutos en la plaza donde se desea participar, con el objeto de determinar qué tanto se entrega al mercado, qué tanto más puede aceptar éste, cuáles son las características de lo suministrado y el precio de venta prevaleciente. El estudio debe contener la cantidad de empresas participantes, los volúmenes ofrecidos en la zona y el precio promedio al que se vende.

En este punto, es conveniente realizar un cuadro comparativo entre los distintos tipos de oferentes con sus diversos bienes o servicios, comparar sus precios y la calidad ofrecidos, de preferencia investigar acerca de los potenciales de producción, o sea saber si pueden ofrecer en mayores volúmenes y hacer un mapeo de la distribución en la zona de interés, respecto del giro que se propone instalar.

Estos son los puntos más importantes a tener en cuenta al realizar el cuadro comparativo:

1. Nombre del Productor
2. Localización
3. Grado de utilización de la Capacidad instalada (%)
4. Precio del producto al cliente
5. Señale planes de expansión
6. Inversión fija estimada
7. Número de trabajadores ocupados
8. Volumen de Producción

2.6 Propuesta del misturiado en la gastronomía nacional

En el cantón de Santa Rosa el área gastronómica no está totalmente difundida porque no se da a conocer la comida santarroseña en su totalidad, debería hacerse un estudio y

definir cuáles son los platillos tradicionales de Santa Rosa, y así poner la gastronomía santarroseña como atractivo dentro del turismo nacional y extranjero. Este tema debería ser uno de los atractivos más difundidos y promocionados dentro y fuera de la ciudad por la variedad de productos que se dan en Santa Rosa.

El Picadillo o Misturiado en mi caso lo considero Tradicional y las autoridades deberían brindar más apoyo mediante la utilización de estrategias del sistema turístico que se relacione con la oferta como atractivo y en la demanda como comercial, corporativa y recreacional para descentralizar la gastronomía en Santa Rosa debido a que se ha dedicado más labor a ofertar alimentos producidos a base de mariscos, y no se ha hecho un estudio de los platos tradicionales del cantón.

Lo que le hace falta al cantón es apoyar y dar una nueva publicidad de la forma como se elabora los diferentes platos típicos, en especial el Misturiado o Picadillo, ya que esto no solo ayudara al turismo si no que mantendremos la cultura y tradiciones culinarias de nuestros antepasados haciéndola una realidad en el presente combinando de la mejor manera los sabores de la gastronomía tradicional.

La difusión del Misturiado o Picadillo es como una forma de conservar el sabor tradicional santarroseño, se requiere que el plato sea conocido verdaderamente como tradicional y llegue a toda la población de Santa Rosa. Los Santarroseños tienen que identificarse con su gastronomía que no solo es de productos del mar. Luego de esto se habrá conseguido desarrollar un interés en la sociedad que nos permitirá no solo conocer el Misturiado o Picadillo, sino los diversos platillos que tiene la ciudad de Santa Rosa.

Es por ello la necesidad de concientizar a las personas y la sociedad en general, consumir valorar este plato ya que es parte de la historia de Santa Rosa, las autoridades de turno mediante acciones como la difusión, la inclusión de este plato y a la vez la

facilitación y promoción del libre acceso a la información en donde lo preparan y cuantos locales existen.

2.7 Difusión

Para la difusión se hizo varias propuestas, estas serán la que defina y represente nuestro proyecto.

- a. Slogan: Para identificar nuestro plato con respecto al proyecto que estoy realizando decidí crear una frase que identifique lo tradicional y a la vez llame la atención de las autoridades y pobladores sobre todo que transmita la importancia de resaltar nuestra gastronomía.
- b. El Slogan es ¡Más que una experiencia! Un plato único de Santa Rosa, muestra de forma directa el propósito que tiene el proyecto, el cual es difundir e incursionar el plato Misturiado o Picadillo como algo con tradición Santarroseña y a la vez demostrar que se ha ido perdiendo con el tiempo.
- c. Logotipo: La creación de un logotipo es muy importante, ya que esta es la imagen que va a identificar el proyecto y así poder ser reconocidos con facilidad.
- d. Solicitud: Tiene como finalidad dirigirse a una autoridad y el propósito es de comunicar o pedir algo. Por ser una carta de carácter formal tiene severidad en el lenguaje, y no puede tener lenguaje personal o familiar en su contenido.
- e. Medios: Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o mass media). Los 3 medios de comunicación masiva como son el periódico, la radio y la Televisión.

- El periódico: “El periódico es una publicación de periodicidad constante, generalmente diaria, con el propósito fundamental de informar objetivamente a la ciudadanía de los acontecimientos más

importantes sucedidos recientemente”. Wikipedia, enciclopedia libre 2012.

- En cuanto a los lectores de periódicos tenemos una gran variedad, de diferentes niveles de ingreso, educación, edad, etc., los periódicos son un medio para un mercado masivo. La empresa puede medir la audiencia de los periódicos de acuerdo al tiraje de los mismos y de acuerdo a esto tener la idea de cuantas personas estarían leyendo sus anuncios.
- Algunas de las ventajas del periódico serían la alta cobertura del mercado, los lectores siempre tienen una actitud positiva de este medio porque constituyen información inmediata, son muy flexibles en el momento de elegir el tamaño del anuncio, la ubicación etc., el periódico constituye un excelente puente entre el anunciante nacional y el distribuidor local, ya que se le ayuda con la actividad de la venta y es fácil de que el anunciante local pueda adaptarse a la campaña del anunciante nacional, si este fuera el caso.
- La radio: “La radio es un medio de comunicación que llega a todas las clases sociales. Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. Es un medio selectivo y flexible”. Batista Romero, 2005.
- Una de las ventajas de la radio es que es un medio muy personal, es íntimo ya que funciona como un buen amigo del que lo escucha; sin embargo la desventaja radica en que puede quedarse sin atención, ya que mucha gente escucha la radio y está haciendo otra actividad a la vez, el radioescucha prestará atención a la programación de su interés,

para esto se puede utilizar algunas tácticas como la repetición, otra es darle un tono musical o de humor al mensaje o crear un anuncio que responda a una necesidad inmediata.

- En radio se utiliza tres herramientas fundamentales como son la voz, música y los efectos de sonido, la combinación de estos tres elementos garantizará el éxito de un anuncio frente a la audiencia y que a su vez permita que la empresa cumpla con su objetivo, que es llegar con el mensaje a su audiencia meta.
- La televisión: “La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión”. Televisión. Volumen I, Autor, García, 2008. La transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio, por redes de televisión por cable, Televisión por satélite o IPTV. El receptor de las señales es el televisor.
- Este medio de comunicación masivo no distingue ninguna clase social, etnia o religión, éste medio es más práctico ya que solo con prender el televisor se puede mirar escuchar una cierta oferta o publicidad a diferencia de los otros dos, éste para el consumidor no cuesta nada mirar la publicidad, pero para el anunciante o vendedor un espacio para un spot o comercial es demasiado costoso dependiendo del medio en que se desee pasar y también en el horario de transmisión.
- En la Televisión muchas veces no hace falta locución con una simple imagen se dice más que 100 palabras, ya que contiene color, movimiento, trama, sentido y lo mejor no cuesta nada al consumidor.

- Otros medios: Para difundir un producto existen muchas maneras de dar a conocer las bondades que tiene dicho producto, sus características, su precios, promociones, direcciones y demás información que es necesario que el cliente conozca para que asir con gusto dicho producto y lograr satisfacción, alegría y lealtad al mismo.
- Dentro de estos medios están: Tarjetas, trípticos, vídeos promocionales, página web, hojas volantes, perifoneo, visitas puerta a puerta, ferias, exposiciones, revistas, otras.

2.8 Inclusión

Se denomina inclusión a toda actitud, política o tendencia que busque integrar a las personas dentro de la sociedad, buscando que estas contribuyan con sus talentos y a la vez se vean correspondidas con los beneficios que la sociedad pueda ofrecer. Este tipo de integración debe llevarse a cabo tanto desde el punto de vista económico, educativo, político, etc.

Con la inclusión se quiere dar a entender que el plato o producto que se está promocionando sea incluido en la gastronomía Nacional, para que se le de valor a la historia y tradición que tiene el Misturiado o Picadillo, como se la ha hecho con el Encebollado, el Yahuarlocro, la Guatita y hasta el mismo Caldo de Manguera.

Para poder realizar esta inclusión se usara el Marketing Gastronómico que estará compuesto de varias estrategias las cuales nos permitirán lanzar esta preparación a la gastronomía nacional y porque no decirlo internacional, como un plato con tradición Santarroseña única en el país.

2.8.1 Marketing Gastronómico

Es la especialización de las herramientas del marketing en función al intercambio de experiencias, bienes o servicio en el servicio de restauración. En la gastronomía se aplica mucho el marketing de experiencia o sensorial, el de convertir el momento de consumo en una experiencia memorable que supere las expectativas del cliente y lograr que el cliente vuelva y por sobre todo que genere referencias a sus conocidos. Lograr la fidelización y generar referencias positivas son importantes para generar una estrategia gastronómica a largo plazo.

Las estrategias en el sector sensorial son diferentes que en otros segmentos o productos de otras categorías, por citar un ejemplo, si una persona desea hacer una compra, digamos de una computadora portátil, mirará entre varias alternativas, marcas, costos, negociara el precio, pedirá un descuento, buscara al menos tres cotizaciones para elegir una en base a la cual negociar.

En el rubro gastronómico ese proceso de negociación no es el mismo, por lo general las personas que buscan que comer lo hacen con la firme intención de probar algo diferente, no negocian con el precio y se ajustaran a lo que el precio del menú indica, es decir la decisión de compra está ampliamente tomada y es difícil arrepentirse o dar marcha atrás, y, la decisión de volver, dependerá de la identidad gastronómica : Ambiente, propuesta gastronómica y calidad del servicio, es decir de lo que suceda en el proceso del servicio.

Entonces el marketing gastronómico debe trabajar sobre esta decisión ya tomada y en el proceso previo a tomarla.

2.8.2 Herramientas del marketing gastronómico

El producto, precio, plaza y promoción se debe aplicar de manera especial a cada segmento al que se dirija:

- La diferenciación: ¿Tiene el Misturiado o Picadillo algo especial, o algo que sin ser especial es diferente a la forma en que otros lo hacen? ¿De qué manera esa diferencia es un beneficio para el target del mercado al que se apunta? Diseñar una Ventaja Competitiva Única (VCU): una sentencia relativamente que llame la atención de las personas, la función de los valores agregados que hacen único al Misturiado.
- Nichos de mercado: Un nicho de mercado es un grupo de clientes con características comunes, a los cuales puede agradar el Misturiado o Picadillo.
- Publicidad: La publicidad efectiva debe captar la atención, despertar el interés, estimular el deseo y animar a la acción. Esto promueve un mayor consumo y genera repetición.
- Presupuesto de Marketing: Parte importante de la estrategia de marketing y del plan de negocio, el presupuesto de marketing está determinado por un porcentaje de las ventas proyectadas en el año y que se usara para la promoción del Misturiado de manera planificada. El uso adecuado del presupuesto permite lograr los objetivos del plan de negocios y el plan de marketing.

2.8.3 Estrategias de marketing gastronómico

Las estrategias de mercadeo

Las estrategias de mercadeo son las acciones que se llevan a cabo para lograr los objetivos de mercadeo planteados en el plan de negocios, entre los objetivos generales que persigue una estrategia de mercadeo son:

- Capturar nuevos clientes.
- Mantener a los que ya son clientes.
- Dar a conocer nuevos productos.
- Lograr cobertura y exposición del producto.

El diseño de las estrategias de marketing es una de las funciones del marketing. Para poder diseñar las estrategias, en primer lugar, debemos analizar nuestro público objetivo para que, en base a dicho análisis, podamos diseñar estrategias que se encarguen de satisfacer sus necesidades o deseos, o aprovechar sus características o costumbres. Para estrategias de marketing, éstas se suelen dividir o clasificar en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos de un negocio:

- Estrategias para el producto.
- Para el precio
- Para la plaza (o distribución),
- Estrategias para la promoción (o comunicación).

Actualmente se han desarrollado un mayor número de estrategias de marketing acorde a la evolución de los mercados y del nivel de competitividad de los diferentes sectores siendo estas:

- Alianzas estratégicas.
- Estrategia de agresividad.
- Guerrilla.

a. Alianzas estratégicas: Es la unión de dos o más empresas para lograr objetivos que difícilmente podrían logra de manera individual y así lograr una ventaja competitiva, con estas alianzas se logra:

- Reducir costos.
- Especializarse en sus fortalezas.
- Generar Ventajas competitivas
- Aprender de otras empresas.

b. Estrategia de agresividad: Las estrategias de agresividad son puntuadas de acuerdo a su asertividad en marketing, su propensión al riesgo, apalancamiento financiero, innovación de producto, rapidez en toma de decisiones y otras medidas de agresividad. Generalmente, la gama de estrategias de agresividad se clasifica en cuatro categorías: prospecto, defensor, analista, y reactor.

- Prospector: Esta es la más agresiva de las cuatro estrategias. Generalmente, implica programas activos para expandirse en nuevos mercados y estimular nuevas oportunidades. El nuevo desarrollo de productos se persigue de forma vigorosa y los ataques a la competencia son un modo común de obtener una cuota de mercado adicional.

Responden rápidamente a los signos de oportunidades que aparecen en el mercado y lo hacen con poca investigación o análisis. Una gran parte de sus ingresos provienen de nuevos productos o mercados. A menudo, están financiados por capitalistas de alto riesgo. El riesgo de fracaso de producto o rechazo de mercado es alto. Su dominio de mercado está constantemente en cambio a medida que afloran nuevas oportunidades y se atrofian las viejas ofertas de producto.

Ellos valoran ser los primeros en el sector pensando que "la ventaja del primero" les proporcionará unas oportunidades en precio superiores y altos márgenes. Pueden ser oportunistas a la hora de contratar empleados clave, tanto técnicos como directivos.

Los costes de publicidad, promoción de ventas y venta personal suponen un alto porcentaje de las ventas. Generalmente, la compañía se estructurará con cada unidad de negocio estratégica teniendo considerable autonomía. El sector en el que operan tiende a estar en el estadio de ciclo de vida de introducción o crecimiento con pocos competidores y tecnología en desarrollo.

- Estrategia del defensor: Esta estrategia supone la decisión de no perseguir los mercados de forma agresiva. Como resultado tiende a no hacer nada de lo que hacen los prospectores. Una estrategia de defensor supone encontrar y mantener un mercado relativamente estable y seguro.

Más que estar en la vanguardia de la innovación tecnológica, desarrollo de producto y dinámica de mercado, un defensor trata de

abstenerse de realizar cambios siempre que le sea posible. En su intento de asegurar el mercado estable mantiene precios bajos, mantiene los costes de publicidad y promoción bajos se compromete en integración vertical, oferta una gama de productos u ofertan mejor calidad o servicio.

Entonces, tiende a ser más lento en la toma de decisiones y se comprometerá solo a cambiar después de realizar un análisis de mercado extenso y en profundidad. Sus éxitos tienden a basarse en eficiencia orientada más que en efectividad.

El sector suele ser maduro con tecnología, productos y segmentos de mercado bien definidos. La mayoría de las ventas tienen a ser compras repetitivas. La estrategia de las unidades de negocio individuales tiende a ser moderada para reducir los niveles de autonomía.

- Estrategia de analista: El analista está entre el defensor y el prospector. Toma menos riesgos y comete menos errores que un prospector pero está menos comprometido con la estabilidad que los defensores. La mayoría de las compañías son analistas. No suelen ser los primeros en moverse en el sector pero son a menudo los segundos o los terceros. Tienden a expandirse en áreas cercanas a su competencia.

Antes que desarrollar nuevos productos, realizan mejoras incrementales en los productos existentes. Más que expandirse en nuevos mercados, se expanden gradualmente en los mercados conocidos. Entonces intentan mantener una cartera de productos

equilibrada con algunos generadores de ingresos estables y algunos ganadores potenciales. Observan de cerca los desarrollos en su sector pero no actúan hasta que están seguros de que es el momento adecuado.

Estrategia de reactor: Un reactor no tiene una estrategia proactiva. Reaccionan a los sucesos cuando ocurren. Responden sólo cuando están forzados por las presiones macro ambientales. Es la menos efectiva de las cuatro estrategias. No tiene dirección ni orientación.

c. Marketing de guerrilla: Es una metáfora militar, consiste en debilitar al enemigo con una serie de ataques menores, en lugar de usar recursos en grandes batallas, la guerrilla los divide en ataques menores en forma selectiva en sus puntos débiles, para que sea efectiva deben replegarse entre ataque y ataque, comprende una serie de ataques y retiradas.

2.9 Estrategias de marketing aplicadas a la Inclusión del Misturiado a la gastronomía nacional

Las estrategias se pueden aplicar a los 4 elementos del Mezcla de marketing, sean esto producto, precio, plaza o promoción, dado esto y las nuevas tendencias y herramientas que la revolución digital ofrece, las estrategias aplicadas a la Inclusión del Misturiado, nos centraremos en la parte de promoción.

En gastronomía, la clave está en los valores diferenciados que se pueda brindar, si se está hablando del Misturiado, este tendrá un valor diferenciado que lo hace único frente de los demás, se comienza entonces a hablar de las estrategias de marketing de experiencia, es decir el crear experiencias únicas e irrepetibles en la mente del consumidor y así ganar una nueva ventaja competitiva frente a los demás platos.

Estrategia “Social Media”

El internet, trajo consigo la creación de las redes sociales, gente conectada 24 horas al día, 7 días a la semana, gente creando información, compartiendo información, si las estrategias de marketing de los restaurantes no consideran el poder de las redes sociales en su plan de marketing, podría este ser un error, como también dejar que estas sean todo su plan de acción, la interacción con el cliente dejo de ser solo a través de la página web para convertirse en algo experiencia, a través de las redes sociales se puede compartir una buena experiencia, un evento especial, una promoción, o simplemente estar en contacto con el grupo objetivo, el poder de las como: Facebook, Twitter, Blogs, Google maps, Trip advisors, Food reviews.

Son solo algunas de las opciones que se deben considerar dentro de la decisión de la estrategia de redes sociales donde nuestros “fans” se convierten en aliados estratégicos en el proceso de creación de marca. Pero, no todas las redes sociales son apropiadas, y escoger la red adecuada debe ser parte de la estrategia de marketing, tampoco significa que la estrategia gire en torno a la red social de moda, esto podría ser un error crítico, debe haber un compromiso para crear información, compartir datos, eventos, de monitorear críticas y resolver crisis que un comentario negativo puede generar.

2.10 Entrevista a un vendedor del misturiado de Santa rosa

Háganos una pequeña presentación suya

Me llamo MARCELO ZAMBRANO CHACHA, tengo 71 años, nací en Bellavista, fui Ayudante de electricista, trabaje para municipio, cuando era la junta militar. Tengo 48 años de experiencia vendiendo Misturiado.

¿Cuál fue su primera experiencia en la venta del Misturiado?

Mis inicios fueron vendiendo los sábados y domingos las vísceras cortadas en trozos grandes, aprovechando que mi cuñado mataba cerdos y preparaba este plato, aproximadamente 20 años, me dedique a vender cada porción en 0,50 centavos de sucre. Luego el me daba para que trabaje los fines de semana, ya que de Lunes a viernes trabajaba en el municipio. Como me resultaba vender Misturiado me decidí a dejar de trabajar como ayudante de electricidad, para dedicarme a la venta de este plato, aprovechando que mi cuñado me dejo el local.

Algo curioso que le haya pasado dentro de su experiencia y que recuerde con una sonrisa.

En el transcurso del tiempo fui conocido por el Alcalde de Machala en ese entonces Mario Minuche, recibía la visita solo para comer este plato, o en varias ocasiones me invitaba para que le prepare en el Municipio en pequeños eventos que realizaba. Tuve la oportunidad de irme a vender a Machala, ya que el Alcalde me daba la oportunidad con el permiso de funcionamiento y el sitio donde iba a estar, me decidí a quedarme aquí en Santa Rosa no sé porque pero aquí estoy hace 48 años.

Había personas que venían de Guayaquil solo para comer este platillo, de Quito me hacían pedidos, e incluso un amigo que está en España le di la receta y en la actualidad lo ofrece, vendiendo junto con la fritada, y más platillos; cuando viene me agradece y me explica que la diferencia es nada más en las tripas ya que las hacen con tripas sintéticas y no como acá lo hacemos, de ahí hay todo allá.

Su local como se llama y cuál es su horario de atención al cliente

El local se llama “Misturiado el criollito”, lo tenía desde que había el antiguo mercado con ese nombre, ahora le hice un letrero más grande porque era un requisito para el nuevo

Mercado. El horario de atención es de 7:00am hasta 11:00am dependiendo del día y la venta

En la actualidad se mantiene con la misma receta y que tiempo necesita para realizar el Misturiado

No he hecho cambios, me mantengo con los mismos ingredientes las vísceras (hígado, bofe, lengua, cuero, etc.); hace tiempo vendía Caldo de tubo, pero no tenía la misma aceptación que el Misturiado. Para la textura del caldo, el fondo de la cocción de las vísceras lo paso por el colador, y en una paila pongo el refrito con maní, azúcar, comino, savora, pimienta, achiote las vísceras picadas y el fondo hasta que se reduzca un poco para luego añadir harina o maicena y así tome la textura viscosa.

Para la elaboración entre semana la hago desde las 4:00am hasta las 6:15am queda todo listo, pero los domingos se empieza desde las 2:00am hasta las 6:00am, tomando en cuenta que todo se lo hace en el momento y las tripas de un día para otro, trabajamos de 3 a 4 personas para realizar este plato.

Es rentable vender Misturiado en la Actualidad, en que se diferencia los costos

Antes resultaba vender este plato se lo vendía en 0,40 a 0,50 centavos de sucre, y las vísceras costaban 0,20 centavos o a veces las regalaban en el camal, desde que comencé a vender el Misturiado me dejaba de ganancia de 30 a 40 sucres, que en ese tiempo era bueno. Gracias a esos tiempos pude darles educación a mis 8 hijos y construir mi casa. Ahora por costos no deja tanta ganancia, luego que vino el dólar bajo la rentabilidad de vender misturiado. Del total invertido me queda 30 a 40 dólares diarios, me ayuda en algo pero ya no es como antes.

Posee un legado o alguien que este siguiendo con su tradición

Ninguno de mis hijos me ha seguido, me acompañan en momentos a vender, pero para quedarse con el negocio no, solo mi nuera me ha aprendido la receta y me sigue.

¿Qué cree que hace falta para ser reconocidos por la sociedad?

Más interés para rescatar este plato, apoyo para tener publicidad y así dar promociones.

Algo adicional o una opinión acerca del Misturiado

Hay que considerar este plato, porque hay gente que busca comerlo, en Santa Rosa es la única ciudad que lo preparan, y no vale que se pierda esta tradición, recuerdo que hasta en fiestas, cumpleaños, lo ofrecían. El picadillo o misturiado es mejor que el Caldo de Tubo sabiéndolo preparar, porque hay compañeros e incluso en otras ciudades de la provincia (Machala, Pasaje, El Guabo, Huaquillas) han querido hacerlo pero no es lo mismo, no llegan al sabor ideal.

La gente lo acompaña con su curtido, ají, arroz, mote, rosca, pan; solo el curtido, el limón y el ají lo ofrezco, pero los demás el mismo cliente lo trae o se lo conseguimos.

3 ANALISIS DE RESULTADOS

Existe una importante valoración de la gastronomía santarroseña por los turistas, que nos visitan, destacando su buena sazón. Asimismo, sobresale la calidad y la variedad de los platos.

El ceviche es el producto bandera al representar nuestra gastronomía, según la opinión de los turistas. Asimismo, son muy atractivos los platos a base de pescados y mariscos. Para los turistas culturales que visitan Santa Rosa, la gastronomía le da identidad a la ciudad, es parte de su cultura y de las costumbres de la población.

No obstante, es importante señalar que la infraestructura de los restaurantes debe ser mejorada, así como ciertos servicios complementarios como los servicios higiénicos y la rapidez en la atención. Algunos turistas opinan que no es la misma calidad en todos los establecimientos.

La gastronomía santarroseña causa un alto nivel de agrado y satisfacción en la demanda actual. Los turistas indicaron que la comida cubrió sus expectativas, la buena sazón es el elemento que más se aprecia de la gastronomía peruana, y en segunda instancia, la variedad de platos.

Desde el punto de vista del turista, el Ceviche es el plato más representativo, seguido, aunque con porcentajes muy distantes, por platos como las conchas asadas, parihuela, seco de chivo, seco de gallina, etc.

Por lo antes mencionado, los turistas están dispuestos a recomendar a sus familiares y amigos, visitar Santa Rosa y probar su gastronomía. Existe una satisfacción general por el servicio de los restaurantes en las diferentes ciudades del país, sobre todo por el sabor de la comida, la variedad de platos y por el trato del personal.

No obstante, se debe mejorar la higiene y presencia de los servicios higiénicos, debilidad observada en la mayoría de los restaurantes, así como la rapidez en la atención. Algunos turistas también prefieren mayor explicación de los platos presentados en las cartas.

Explorando características cualitativas acerca de la gastronomía se tiene que, es considerada como un elemento más del turismo cultural, por los siguientes motivos:

- Le da identidad a una ciudad o país
- Refleja la cultura de la gente
- Permite experimentar sabores propios de la cultura de un lugar
- Es lo típico de un lugar
- Resulta otra forma de conocer a la gente de un lugar

A todo ello se le suma el buen sazón que a su vez, es diferente al de otras ciudades, los ingredientes (diferentes al de otras culturas) y la variedad de platos que pueden ofrecer, en donde algunos destacan por su frescura, pues son preparados a base de pescado, otros platos a base de carnes como la gallina, el chivo, el cerdo, pato, etc. siendo su plato principal y el más valorado, “El ceviche”.

En general, la gastronomía se perfila como un producto turístico complementario y atractivo para potenciar los sitios rurales y las playas que tiene el cantón santarroseño. La calidad, la variedad y la presentación de los platos son elementos altamente apreciados en la gastronomía ofrecida, el factor precio entra a tallar como otra fortaleza.

3.1 Análisis gastronómico del misturiado

A continuación elaboramos una disección del Misturiado o Picadillo, con el fin de descubrir qué elementos le otorgan su grato y único sabor. A través de esta descomposición de ingredientes queremos aprender a degustarlo y entender qué hace de este un plato único en el mundo.

3.1.1 Tripas de cerdo, harina y limón

Sin ser modernas químicas de la culinaria, se sabe que hay que lavar las tripas, con la harina quitamos el color amarillo y neutralizamos el olor, los limones nos sirven para eliminar bacterias que contienen y aporta con sabor y energía a la proteína.

3.1.2 Cebolla, pimiento, Perejil, culantro, ajo, vísceras.

Se realiza cortes irregulares, para que así aporten con su sabor y nutrientes. A fuego lento con agua se pone a hervir los ingredientes. El plátano se lo cocina en otro recipiente porque este le cambia el color caldo.

3.1.3 Sangre, refrito criollo, aceite, col

Los tomates, cebollas, pimientos y ajo licuados originan una mezcla explosiva en los platillos. La mezcla entre dulce y ácido intenso hacen que este refrito criollo sea el emulsificante ideal para comenzar a levantar los sabores de la sangre que se va a cocinar bien. La col sirve para refrescar el marcado sabor de la sangre

3.1.4 Visceras, caldo o fondo

Las tripas, Visceras, vegetales y condimentos le dan al caldo la potencia de un tradicional guiso, que generosamente se mezcla con las hierbas aportando el sabor peculiar que al combinarse con la cebolla, pimienta, harina nivela los sabores y textura del caldo.

3.2 Nutrición del plato Misturiado

El misturiado se destaca como un plato no tan equilibrado nutricionalmente. Sin embargo 'hace parte de nuestra cultura y merece respeto'. No se puede cuestionar la idoneidad de los platos típicos.

Este platillo es delicioso, pero no es apto para cardíacos: aporta un alto contenido de calorías, carbohidratos y grasas saturadas. Comensales víctimas de males coronarios y enfermedades crónicas no transmisibles, como hipertensión, diabetes y obesidad, favor abstenerse o limitar su consumo.

Los platos típicos suelen aportar altas cantidades de calorías, grasas y carbohidratos, por lo que se recomienda moderar su consumo. Los días en los que ingiera este tipo de preparaciones tratar de compensar con platos más pequeños en las otras comidas. Por ejemplo, un sándwich con café.

3.3 Receta estándar del misturiado

Tabla 8 Receta estándar del Misturiado

COSTO UNITARIO MISTURIADO O PICADILLO

PORCIONES	1		
TIEMPO DE PREPARACION	20 minutos		
GRADO DE DIFICULTAD	Media		
INGREDIENTES	UNIDAD	TECNICA DE PRODUCCION	COSTO
Tripas de cerdo	30 gr	Desmenuzado	0,075
Vísceras de cerdo	70gr	Picado en Bronoise (Jardinera)	0,175
Especias	1 gr		0,02
Aceite	5 ml		0,05
Arroz	20 gr	Tostado y molido	0,10
Col	5 gr	Picado y Cocinado	0,025
Cebolla	5 gr	Picado Bronoise (small)	0,05
Ajo	2 gr	Picado Bronoise (small)	0,02
Harina	10 gr	Blanca	0,02
Pimiento	5 gr	Picado Bronoise (small)	0,05
Plátano	5 gr	Picado	0,04
Limón	10 ml	Zumo	0,05
SUBTOTAL			0,675
COSTO DE PRODUCCIÓN			0,825
PVP			1,50

Fuente: (Concha, 2015)

3.4 Análisis de la encuesta realizada.

Gráfico N° 1. Relación Porcentual del total de personas encuestadas según su sexo



Fuente: (Concha, 2015)

Gráfico N° 2. Relación Porcentual del total de personas encuestadas según su edad



Fuente: (Concha, 2015)

Gráfico N° 3. Relación Porcentual del total de personas encuestadas, según el conocimiento de la existencia del Misturiado



Fuente: (Concha, 2015)

Gráfico N° 4. Relación Porcentual del total de personas encuestadas, según el conocimiento de la existencia de establecimientos venden Misturiado



Gráfico N° 5. Relación Porcentual del total de personas encuestadas, según el agrado de consumir Misturiado



Fuente: (Concha, 2015)

Gráfico N° 6. Relación Porcentual del total de personas encuestadas, según la frecuencia de consumo



Gráfico N° 7. Relación Porcentual del total de personas encuestadas, según el conocimiento oficial en el resto del país



Fuente: (Concha, 2015)

Gráfico N° 8. Relación Porcentual del total de personas encuestadas

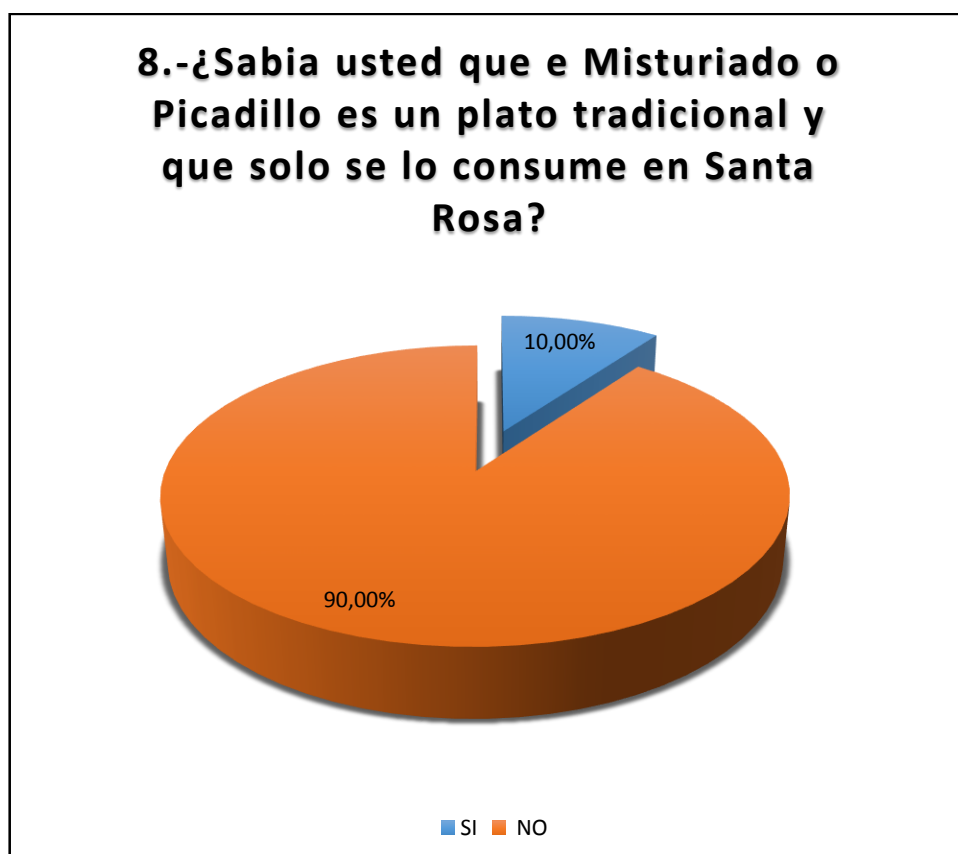


Gráfico N° 9. Relación Porcentual del total de personas encuestadas, al momento de calificar su sabor.



Fuente: (Concha, 2015)

Gráfico N° 10. Relación Porcentual del total de personas encuestadas



Gráfico N° 11. Relación Porcentual del total de personas encuestadas, según la opinión de incursión en la gastronomía nacional.



Fuente: (Concha, 2015)

4 CONCLUSIONES

Después de las investigaciones realizadas podremos concluir mencionando que el misturiado es un plato típico y exquisito de Santa Rosa pero que a su vez tiene sus límites en la alimentación de ciertas personas.

Un plato hecho a base de algunos ingredientes que ayudan en la alimentación diaria es considerado como uno de los más atractivos, pero en el caso del misturiado la falta de bases informativas ya sea nutritivas o publicitarias, hace que este plato no sea reconocido por muchos, pero si es conocido con diferentes nombres como es el “caldo de salchicha” con una diferencia en su espesor que el misturiado tradicional de Santa Rosa.

Podemos decir así que el Misturiado es un plato hecho a base de sangre de chanco, cebollas, vísceras, verde, sal, y otros ingredientes que aportan de cierta manera nutrientes al organismo. Es por eso que este plato es tan exigido en zonas como Santa Rosa, lugar en donde el misturiado es muy apetecido.

Su ingrediente principal es la tripa del cerdo y el éxito de su preparación radica en la sazón con la que se la condimenta. Según los expertos en cocina e historiadores como Jenny Estrada, el origen del plato se ha ido transmitiendo de forma oral en el transcurso de los años. “El cerdo es traído por los españoles con la conquista y su forma de procesarlo también”, refiere la historiadora.

Una de estas tradiciones orales involucra a la figura del bombero de la segunda mitad del siglo XX, la cual, según las crónicas de Modesto Chávez Franco, era un personaje muy apreciado en la comunidad.

Según la tradición, los ‘mujeríos’ de una casa de aquella época se reunían especialmente en las fiestas de octubre para rendir honores al bombero, el 10 de octubre, que se celebra su aniversario. A los bomberos se les obsequiaba, entre otros artículos, cajas de licor, cerdos, vacas y con estos animales se hacía el denominado ‘llamao’ que era un asado.

5 RECOMENDACIONES

- El misturiado es un plato muy exquisito y bien conocido en ciertas zonas pero su publicidad es muy baja por lo que se deberían fomentar propagandas sobre este plato para dar a conocer sus ingredientes y el sabor de este plato.
- Indicar que el misturiado es un plato que presenta otros nombres y esto conlleva a que su origen sea más reconocido pues este representa historia en el Ecuador.
- Excluir del plato algún ingrediente que el cliente no pueda consumir y de esta manera darle facilidad al consumidor de que pueda degustar de este plato tradicional.
- Los locales que vendan este plato deben ser conscientes que las personas con problemas cardiacos no deben de consumir este plato pues le podrían causar problemas.

6 REFERENCIAS

- Arena, S. F. (5 de Agosto de 2015). *Viaje jet*. Obtenido de www.viajejet.com: <http://www.viajejet.com/comida-tipica-de-ecuador/>
- *Ecuatorianos en el mundo*. (1 de Agosto de 2015). Obtenido de www.ecuatorianosenelmundo.com: <https://ecuatorianosenelmundo.wordpress.com/ecuador-y-su-historia/gastronomia/189-2/>
- *El sabor guayaco*. (1 de Agosto de 2015). Obtenido de www.elsaborguayaco.com: <http://especiales.eluniverso.com/sabor-guayaquil/platos/caldo-de-salchicha/>
- *El telegrafo*. (2 de Agosto de 2015). Obtenido de www.eltelegrafo.com: <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-sur/item/la-esquina-de-carrillo-tiene-el-mejor-misturiado.html>
- *El universo*. (2 de Agosto de 2015). Obtenido de www.eluniverso.com: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/07/31/nota/3298361/caldo-salchicha-tradicion-guayaquilena-70-anos>
- Flavián, C. (2011). *Turismo gastronomico*. Zaragoza: Prensas universitarias de Zaragoza.
- Fumey, G. (2000). *Atlas Mundial de Cocina y Gastronomía*. Madrid: akal.
- Godoy, A. (2 de Agosto de 2015). *Quito adventure*. Obtenido de www.quitoadventure.com: <http://www.quitoadventure.com/espanol/cultura-gente-ecuador/comida-ecuador/index.html>
- Goligorsky, L. (2008). *Gastronomía: todo lo que debería saber*. Barcelona: Robinbook.
- Jordá, M. J. (2011). *Diccionario práctico de gastronomía y salud*. Madrid: Diaz de Santos.
- Kass, L. R. (1999). *El alma hambrienta*. Londres: Cristiandad.

- *La gaceta ecuatoriana*. (2 de Agosto de 2015). Obtenido de [www.lagacetaecuatorial.com](http://www.lagacetaecuatorial.com/comida-ecuatorial/el-famoso-caldo-de-salchicha-ecuatorial/): <http://www.lagacetaecuatorial.com/comida-ecuatorial/el-famoso-caldo-de-salchicha-ecuatorial/>
- Long, J. (2003). *Conquista y comida*. Mexico D.F: Universidad autonoma de Mexico.
- Norrild, J. (2003). *Gastronomia y turismo*. San Paulo: BookDis.
- Rivadeneria., F. (4 de Agosto de 2015). *Ecuador Inmediato*. Obtenido de [www.ecuadorinmediato.com](http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/identidaddecomidaecuatorial.html): <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/identidaddecomidaecuatorial.html>
- Ruiz, A. (2005). *Conceptos basicos sobre cocina*. Mexico D.F.: Limusa.
- *Souther paradise tour*. (2 de Agosto de 2015). Obtenido de www.southerparadisetour.com: <http://www.southernparadisetours.com/coast/gastronomia.html>
- *Turismo en el Ecuador*. (2 de Agosto de 2015). Obtenido de [www.turismoenecuador.com](http://turismo-janeth.blogspot.com/2011/03/turismo-gastronomico-en-ecuador.html): <http://turismo-janeth.blogspot.com/2011/03/turismo-gastronomico-en-ecuador.html>
- Wikimedia Inc. (1 de Agosto de 2015). *Wikipedia*. Obtenido de [www.wikipedia.com](https://es.wikipedia.org/wiki/Caldo_de_salchicha): https://es.wikipedia.org/wiki/Caldo_de_salchicha
- *wikispaces*. (3 de Agosto de 2015). Obtenido de [www.wikispaces.com](http://karla8.wikispaces.com/Platos+Tipicos+de+la+Region+SIERRA+ECUADOR): <http://karla8.wikispaces.com/Platos+Tipicos+de+la+Region+SIERRA+ECUADOR>

7 ANEXOS 1 ENCUESTA



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERIA QUIMICA
LICENCIATURA EN GASTRONOMIA
TRABAJO DE INVESTIGACION:**

ENCUESTA DEL PRODUCTO: “MISTURIADO”.

La información recibida será confidencial y de uso exclusivo para el presente trabajo de investigación.

1. ¿Cuál es su sexo?

MASCULINO	
FEMENINO	

2. ¿Cuál es su edad?

--

3. Conoce la existencia del plato Misturiado o Picadillo en la ciudad.

SI	
NO	

4. ¿Conoce la existencia de establecimientos dedicados a la venta de este plato?

SI	
NO	

5. ¿Le agrada consumir Misturiado o Picadillo?

SI	
NO	

6. ¿Con qué frecuencia consume Misturiado o Picadillo?

a. Una vez por semana	
b. Más de una vez por semana	
c. Diario	

7. ¿Sabía usted qué el Misturiado o Picadillo no es conocido oficialmente en el Ecuador?

SI	
NO	

8. ¿Sabía usted qué el Misturiado o Picadillo es un plato tradicional y que solo se lo consume en Santa Rosa?

SI	
NO	

9.- ¿A la hora de calificar su sabor que puntuación le daría, si el rango es del 1 al 5?

1	2	3	4	5

9. Si tenemos que decidir entre sabor, textura, y apariencia. ¿Qué plato elegiría usted?

Misturiado	
Caldo de tubo	

10. Está de acuerdo que el Misturiado o Picadillo sea incursionado en la gastronomía del Ecuador.

SI	
NO	

SU OPINION ES IMPORTANTE, GRACIAS POR SU TIEMPO

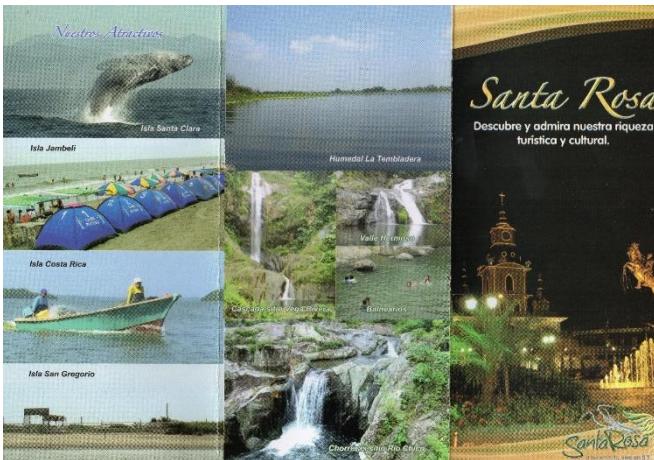
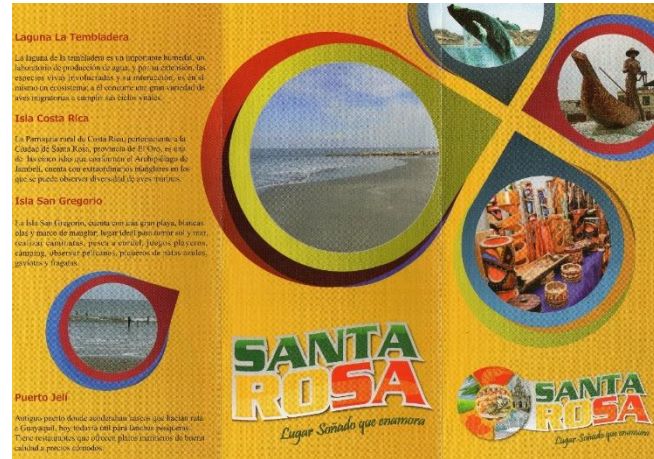
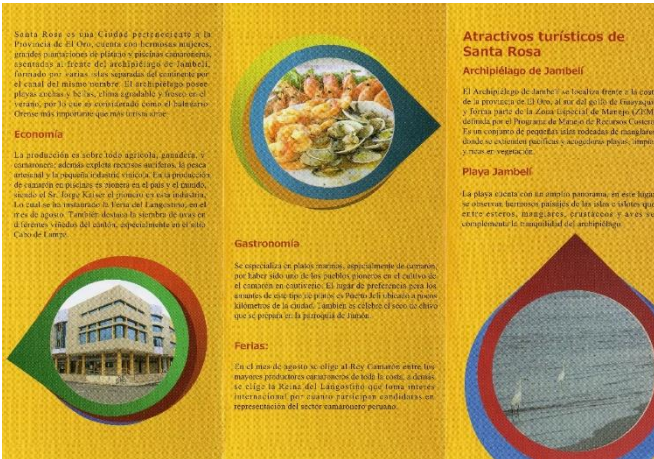
NOMBRE:

8 ANEXOS 2 IMÁGENES DEL PRODUCTO





9 ANEXOS 3 IMÁGENES DE FUNDAMENTO



Nuestra Ciudad

Dada la importancia que en los últimos años se le ha dado al turismo en nuestro país es necesario rescatar la biodiversidad turística que tiene el cantón Santa Rosa en la provincia de El Oro, mediante la promoción y difusión de los atractivos turísticos que ofrece a propios y extraños por su belleza natural, cultural y la cordialidad de su gente.

La historia del cantón Santa Rosa es rica por los diferentes acontecimientos ocurridos y que le han elevado a un importante sitio en el país, habiéndole otorgado varios títulos, como: "Ciudad Libre de América", "Ciudad Benemérita", entre otros.

Actualmente, Santa Rosa es una ciudad de progreso, debido a su producción agrícola, camaronera y varileña. Y hoy con el Aeropuerto Regional, Terminal Terrestre constituye un punto importante para su desarrollo económico productivo y turístico.

Santa Rosa Capital Camaronera del Mundo

IGLESIA MATRIZ SANTA ROSA DE LIMA

Uno de los templos más importantes del cantón, con el que el Cantón y la Provincia de El Oro, su primera construcción data de 1847.

Con un seto nobilit en su interior se encuentra Santa Rosa de Lima. Patrona de este cantón y cuyos fechos se celebran en su mes de agosto.

Parques del Cantón Santa Rosa

Nuestra Gastronomía

Uno de los principales platos del Cantón, está ubicado a unos kilómetros del centro de la ciudad de Santa Rosa al noroeste.

Puerto Jell, en esta hermosa lugar se puede disfrutar de una gran variedad de platos elaborados a base de mariscos frescos que se producen en este bello paraisito, considerado Centro Gastronómico de la región Sur del país.

Un plato típico de este tipo de comida típica orlada en las parroquias: San Francisco de Jambel, San Antonio, Torota y Bellavista. Existe una gran variedad de platos típicos.

ALCALDE Clemente Bravo Riofrio

Los Santaroseños somos gente noble y trabajadora, que con pujanza hemos logrado que nuestra ciudad crezca y se desarrolle progresivamente, esto se constituye en nuestra identidad, que hoy proyectamos al Ecuador y al mundo.

Santa Rosa la Benemérita, especial y única.

Estoy orgulloso de dar conocer los valores, la identidad e historia de mi gente representada en nuestra MARCA CIUDAD.

marca ciudad..!

Hasta hace poco las ciudades se identificaban con su bandera, escudo e himno, símbolos cívicos que hoy se complementan con la concepción de su **marca ciudad**, para posicionarse adecuadamente a partir de sus principales características y atributos.

El objetivo de la Marca es por tanto "vender la ciudad" valiéndose de instrumentos y estrategias de comunicación, publicidad y promoción.

La marca ciudad de Santa Rosa es el resultado de una minuciosa investigación que rescata la historia, identidad y sentir de su gente, resaltando los valores ciudadanos resumidos en legados de: **HONOR, INMORTALIDAD y FE.**

incendio 1847

aluvión 1927

guerra 1941

inundación 1997

historia

La historia de Santa Rosa está marcada por embates, agresiones y desastres naturales que ha sufrido, de los cuales siempre **salió victoriosa.**

En marzo de 1847 sufrió un terrible incendio que la destruyó casi por completo. Sus habitantes no se dejaron vencer por el infortunio y al poco tiempo iniciaron su reconstrucción.

Sobrevivió al aluvión de 1927 y a las inundaciones de 1997 que causaron grandes daños a la ciudad.

En 1941 nuevamente quedó reducida a cenizas por los bombardeos de la invasión peruana, pero gracias a la **valentía de su gente logra surgir, siguiendo su andar, su volar...**

En 1959, en el centenario de vida político-administrativa de **Santa Rosa** El Presidente Constitucional de la República, Dr. Camilo Ponce Enríquez, tuvo el acierto de homenajearla con el distintivo de **Benemérita.**

Se reconocía, entonces el significativo aporte del noble y valiente pueblo santaroseño al fortalecimiento de la dignidad nacional.

un legado de **HONOR..!**

Senderos turísticos de Santa Rosa

Archipiélago de Jambelí (Parroquia Rural): Isla Santa Clara, Isla Jambelí, Las Huacas, Isla Pongal, Isla Jambelí, Isla San Gregorio, Isla Costa Rica, Bellavista.

Huaquillas (Parroquia Urbana): Pto. Jell, Jumbón, Nuevo Santa Rosa, Santa Rosa, Bellavista, Bellamaria, La Avanzada, Torota.

Cantón Arenillas: Pto. Jell, Jumbón, Nuevo Santa Rosa, Santa Rosa, Bellavista, Bellamaria, La Avanzada, Torota.

Cantón Machala: Pto. Jell, Jumbón, Nuevo Santa Rosa, Santa Rosa, Bellavista, Bellamaria, La Avanzada, Torota.

Cantón Pasaje: Pto. Jell, Jumbón, Nuevo Santa Rosa, Santa Rosa, Bellavista, Bellamaria, La Avanzada, Torota.

Cantón Atahualpa: Pto. Jell, Jumbón, Nuevo Santa Rosa, Santa Rosa, Bellavista, Bellamaria, La Avanzada, Torota.

Cantón Piñas: Pto. Jell, Jumbón, Nuevo Santa Rosa, Santa Rosa, Bellavista, Bellamaria, La Avanzada, Torota.

INFORMACIÓN TURÍSTICA

1. Museo de Historia	2. Museo de Arte	3. Museo de Ciencias	4. Museo de Etnografía	5. Museo de Folklore	6. Museo de Historia Natural
7. Museo de Literatura	8. Museo de Música	9. Museo de Pintura	10. Museo de Escultura	11. Museo de Arquitectura	12. Museo de Artesanía
13. Museo de Gastronomía	14. Museo de Tradiciones	15. Museo de Religión	16. Museo de Filosofía	17. Museo de Psicología	18. Museo de Sociología
19. Museo de Economía	20. Museo de Política	21. Museo de Historia del Arte	22. Museo de Historia de la Ciencia	23. Museo de Historia de la Cultura	24. Museo de Historia de la Civilización