



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**

**FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO  
CARRERA HOTELERÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS**

**TEMA:**

**“LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DE UN  
DESTINO ESTUDIO DE CASO EN LA CIUDAD DE MANTA”**

**AUTORA:**

**CARREÑO YOZA MELANIE BRIGGETTE**

**TUTORA:**

**ING. BRUZZA MONCAYO MARIUXI ALEXANDRA**

**MANTA**

**FEBRERO 2022**

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**



**FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**CARRERA HOTELERÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS**

**TEMA:**

**“LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DE UN  
DESTINO ESTUDIO DE CASO EN LA CUIDAD DE MANTA”**

**AUTORA:**

**CARREÑO YOZA MELANIE BRIGGETTE**

**TUTORA:**

**ING. BRUZZA MONCAYO MARIUXI ALEXANDRA**

**MANTA - MANABÍ – ECUADOR 2021**

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutora de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

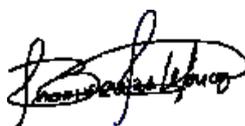
Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría del estudiante **Carreño Yoza Melanie Brigette** legalmente matriculada en la carrera de **Hotelería**, período académico 2021-2022 (2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es “**La gastronomía como atractivo turístico de un destino. Estudio de caso Manta, 2021**”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 03 de enero de 2022.

Lo certifico,



Ing. Mariuxi Bruzza Moncayo, Phd  
**Docente Tutora**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de fin de carrera, titulado “LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DE UN DESTINO, ESTUDIO DE CASO MANTA, 2021”, ha sido realizado y concluido por la señorita **Carreño Yoza Melanie Brigette**, el mismo que ha sido controlado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para testimonio y autenticidad Firmamos:

---

Lic. Luis Reyes Chávez  
**PRESIDENTE TRIBUNAL DE  
TITULACIÓN**

---

Lic. Emil Viera Manzo  
**MIEMBRO TRIBUNAL DE  
TITULACIÓN**

---

Lic. Joubert Azúa Vásquez  
**MIEMBRO TRIBUNAL DE  
TITULACIÓN**

---

Ing. Mariuxi Bruzza Moncayo, Phd  
**DOCENTE TUTORA DE  
TITULACIÓN**

---

Carreño Yoza Melanie Brigette  
131383855-7  
**GRADUADA**

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de titulación a mi mamá por el apoyo incondicional día a día pude cumplir con cada uno de mis objetivos, así mismo el agradecimiento infinito a Dios quien me brinda una buena salud, sabiduría y sobre todo fuerzas para no decaer en cada paso de este arduo trabajo de investigación.

Este gran esfuerzo se lo dedico a toda mi familia que de una u otra manera fueron parte de este proceso y que no me dejaron sola en ningún momento, a mi amiga Xiomara quien ha sido cómplice de cada una de mis batallas personales y profesionales y nos hemos apoyado unas a las otras.

## **Agradecimiento**

Agradezco principalmente a Dios por darme vida y sabiduría para poder desarrollar mi proyecto de investigación para la obtención de mi título universitario.

Agradezco al apoyo incondicional de mi mamá, hermano, familia y a mi amiga Xiomara quienes me han apoyado a lo largo del proceso, cada día motivándome a seguir adelante, gracias por su amor, confianza y motivación infinita a cada uno de ellos que de una u otra maneja formaron parte de este gran paso a lo largo de mi vida universitaria.

De manera general mi agradeciendo hacia a los docentes y personal de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por sus enseñanzas, tiempo, dedicación y tan valiosos conocimientos que me brindaron en todos estos años de estudio los cuales han sido de gran valor para poder realizar mi proyecto.

A mi tutora, la Ing. Bruzza Moncayo Mariuxi Alexandra, por guiarme durante todo el proceso de investigación y desarrollo de esta tesis, gracias a su esfuerzo, dedicación y conocimiento que ha impartido conmigo pude concluir con éxito mi proyecto de investigación.

## Resumen

La ciudad de Manta no cuenta con rutas gastronómicas de acuerdo con las preferencias de los visitantes. Se considera que esto se da a la falta de conocimiento en cuanto a las preferencias gastronómicas de los turistas por parte de quienes ofrecen servicios turísticos y gastronómicos.

Es por tal caso que este proyecto de investigación tiene como objetivo plantear una propuesta de rutas gastronómicas personalizadas basadas en las preferencias de los turistas que visitan la ciudad de Manta, con la finalidad de que los turistas obtengan la información adecuada y un acceso más práctico al momento de disfrutar de los productos gastronómicos que ofrece cada uno de los establecimientos de alimentos. Ante dicha situación se presenta la siguiente interrogante: ¿De qué manera se identifican las preferencias gastronómicas de los visitantes de la ciudad de Manta para la creación de rutas gastronómicas? Ante esta interrogante se debe considerar que Manta es una ciudad con una amplia variedad de productos gastronómicos los cuales buscan satisfacer las necesidades de cada uno de los visitantes.

El proyecto se basó en el método deductivo por cuanto a partir de una base de encuestas se determinó cómo la población identifica los productos principales de la ciudad y así poder generar rutas gastronómicas, durante la investigación se mantuvo en práctica el enfoque mixto ya que esto permitió identificar las fichas y análisis sobre las ofertas de la ciudad y a su vez al resultado de las encuestas sobre las preferencias de los turistas y su limitada información con relación a los destinos gastronómicos.

De acuerdo con las encuestas realizadas a los turistas que visitan la ciudad de Manta, se dio como principal resultado que los turistas que visitan la ciudad mantienen grandes preferencias gastronómicas por los mariscos, seguido de los alimentos criollos y carnes es por ellos que se pretende plantear una propuesta sobre rutas gastronómicas que faciliten el consumo

de los productos gastronómicos con mayor demanda en la ciudad.

Una vez identificado el producto gastronómico de mayor preferencia por los turísticas que visitan la ciudad de Manta es imprescindible fomentar nuevos métodos que mejoren la calidad de los servicios e información sobre la gastronomía que existe en la ciudad con la finalidad de forjar a Manta como atractivo turístico gastronómico.

**Palabras claves:**

Gastronomía

Consumo

Atractivo

Rutas gastronómicas

Turismo

## **Abstract**

The city of Manta does not have gastronomic routes according to the preferences of the visitors. It is considered that this is due to the lack of knowledge of the gastronomic preferences of tourists by those who offer tourist and gastronomic services.

It is for such a case that this research project aims to propose a proposal for personalized gastronomic routes based on the preferences of tourists who visit the city of Manta, for tourists to obtain adequate information and more practical access to the time to enjoy the gastronomic products offered by each of the food establishments. Given this situation, the following question arises: How are the gastronomic preferences of visitors to the city of Manta identified for the creation of gastronomic routes? Faced with this question, it should be considered that Manta is a city with a wide variety of gastronomic products which seek to satisfy the needs of some of the visitors.

The project was based on the deductive method since, based on a survey base, it was determined how the population identifies the main products of the city and thus be able to generate gastronomic routes, during the investigation the mixed approach was kept in practice since this allowed to identify the files and analyzes on the offers of the city and in turn to the result of the surveys on the preferences of tourists and their limited information in relation to gastronomic destinations.

According to the surveys carried out on tourists who visit the city of Manta, it resulted that tourist who visit the city maintain great gastronomic preferences for fagots, followed by Creole foods and meats, it is for them that it is intended to propose a proposal on gastronomic routes that facilitate the consumption of gastronomic products with the greatest demand in the

city.

Once the gastronomic product most preferred by tourists who visit the city of Manta has been identified, it is essential to promote new methods that improve the quality of services and information about the gastronomy that exists in the city in order to forge Manta as a tourist attraction. gastronomic.

**Keywords:**

Gastronomy

Consumption

Attractive

Gastronomic routes

Sightseeing

## ÍNDICE

Introducción .....	11
Planteamiento del problema .....	13
Formulación del problema .....	16
Objetivos .....	17
Objetivo general .....	17
Objetivos específicos .....	17
<b>CAPITULO I MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>18</b>
<b>1.1. Marco teórico.....</b>	<b>18</b>
<b>1.1.1 Introducción .....</b>	<b>18</b>
<b>1.1.1.1 Rutas gastronómicas en Ecuador .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1.1.3. Planificación de rutas gastronómicas .....</b>	<b>21</b>
<b>1.1.1.4. Diseño de rutas gastronómicas.....</b>	<b>22</b>
<b>1.2. Marco conceptual.....</b>	<b>26</b>
<b>1.2.1. Producto gastronómico.....</b>	<b>26</b>
<b>1.2.2. Turismo gastronómico .....</b>	<b>26</b>
<b>1.2.3. Marketing turístico – gastronómico .....</b>	<b>27</b>
<b>1.2.4. Desarrollo gastronómico.....</b>	<b>27</b>
<b>1.2.5. Gastronomía como atractivos turísticos.....</b>	<b>28</b>
<b>1.2.6. Actividades turísticas .....</b>	<b>29</b>
<b>1.2.7. Actividades gastronómicas .....</b>	<b>29</b>
<b>1.2.8. Prestadores de servicio .....</b>	<b>29</b>
<b>CAPITULO II DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>31</b>
<b>2.1. Método de la investigación .....</b>	<b>31</b>
<b>2.2. Enfoque metodológico.....</b>	<b>31</b>
<b>2.3. Diseño de la investigación.....</b>	<b>31</b>
<b>2.4. Nivel de investigación.....</b>	<b>31</b>
<b>CAPITULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>32</b>
<b>4.1 Resultado esperado del Objetivo 1 .....</b>	<b>32</b>
<b>4.2. Resultado esperado del Objetivo 2.....</b>	<b>37</b>
<b>4.3. Resultado esperado Objetivo 3 .....</b>	<b>71</b>
<b>4.4. Resultado esperado Objetivo 4 .....</b>	<b>79</b>
Conclusiones .....	81
Recomendaciones.....	82
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>83</b>

## GRÁFICOS

Gráfico 1- Genero .....	73
Gráfico 2- Nivel ocupacional .....	73
Gráfico 3- Gasto promedio de consumo gastronómico.....	74
Gráfico 4- Lugar de residencia.....	75
Gráfico 5- Preferencias gastronómicas al visitar la ciudad de Manta .....	75
Gráfico 6- Producto gastronómico que identifica a la ciudad de Manta .....	76
Gráfico 7- Principales motivaciones para visitar la ciudad de Manta .....	77
Gráfico 8- Rutas gastronómicas .....	77
Gráfico 9- Rutas gastronómicas a escoger .....	78

## TABLAS

Tabla 1- Árbol de problemas.....	16
Tabla 2- Lista de restaurantes de la ciudad de Manta .....	39
Tabla 3- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	41
Tabla 4- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	42
Tabla 5- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	43
Tabla 6- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	45
Tabla 7- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	46
Tabla 8- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	48
Tabla 9- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	49
Tabla 10- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	50
Tabla 11- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	52
Tabla 12- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	53
Tabla 13- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	54
Tabla 14- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	56
Tabla 15- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	57
Tabla 16- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	58
Tabla 17- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	59
Tabla 18- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	60
Tabla 19- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	62
Tabla 20- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	63
Tabla 21- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	64
Tabla 22- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	65
Tabla 23- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	67
Tabla 24- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	68
Tabla 25- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	69
Tabla 26- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	70
Tabla 27- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos .....	72

## **Introducción**

El presente proyecto de investigación pretende identificar las preferencias de los turistas por la gastronomía en la ciudad de Manta, con la finalidad de plantear una propuesta de consumo basada en rutas gastronómicas personalizadas.

De acuerdo con la guía del Ministerio de Turismo, la gastronomía ecuatoriana se ha visto enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas, así como la variedad de especias y productos que existen en el país. Además, la herencia tanto indígena como europea ha cimentado un sincretismo que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales. A esta combinación tan singular se la ha definido como Comida Criolla.

La gastronomía ecuatoriana se caracteriza por una gran variedad de ingredientes, platos y maneras de hacer esas recetas. Ecuador y sus cuatro regiones, Costa, Sierra, Amazonia y su región Insular Galápagos, cuentan con destinos turísticos impresionantes y claramente con su gastronomía única que identifica a cada una de sus raíces.

En la región costa se encuentra ubicada la ciudad de Manta la cual es muy turística ya sea por el turismo de sol y playa, turismo cultural, turismo de naturaleza, entre otros. De acuerdo con la investigación realizada se puede mencionar que Manta es conocida por la industria pesquera del atún, la popular playa Murciélagos la cual se encuentra en el extremo noroeste de la ciudad, tiene variedades de bares y restaurantes se agrupan a lo largo del paseo costero Malecón Escénico y las calles cercanas, también está el Museo del Banco Central, entre otros que contiene reliquias precolombinas de tribus indígenas. En Manta, el sol y la brisa irradian todas las

mañanas forjando un ambiente ideal para disfrutar de la playa, además de su flora y fauna que es muy diversa, en relación con la flora se puede apreciar sabanas áridas y montañas con exuberante vegetación. La fauna, sobre todo marina es abundante y diversa, con peces como el dorado, picudo, albacora, tiburón, sardina, pargos, caritas, pulpos, calamares, camarones entre otras especies.

Sin embargo, se debe de resaltar que en la ciudad hay una afluencia de visitantes los cuales practican el turismo gastronómico, es decir que su principal razón de visitar la ciudad es el consumo de alimentos típicos o tradicionales del destino, esta actividad se da gracias a la amplia variedad de productos gastronómicos con los que cuenta nuestra ciudad y sus sectores aledaños.

## Planteamiento del problema

Las rutas gastronómicas son una forma de descubrir la historia y las tradiciones gastronómicas de una ciudad. Es por aquello que (Reyes, 2020) sostienen que su importancia reside de una actividad a través de la cual se puede estudiar la historia gastronómica de una región, sus principales platos tradicionales, costumbres culinarias, alimentos originarios de la zona, así como el establecimiento de rutas gastronómicas, razón por la cual es un ámbito investigativo esencial. Sin embargo, (Baquero, 2016) menciona que en el Ecuador existen rutas marcadas que demuestran la importancia de nuestra gastronomía y de los alimentos que producimos. Hay algunas provincias que todavía no generan rutas pero que tienen potencial de desarrollo turístico y gastronómico. Considerando el criterio de (Montecinos, 2016) las rutas gastronómicas son un conjunto de productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas materiales e inmateriales en itinerarios, *tours*, circuitos, rutas... en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista, es un producto compuesto que debe ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: mercados, productos, atracciones y actividades, alojamiento, infraestructura interna y externa, estructura o equipamiento y superestructura.

De acuerdo con RECUS (2019) en Ecuador se encuentra la provincia de Manabí, en esta provincia se localizan varios cantones, entre ellos Manta, conocido por ser el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador además de ser reconocida por su desarrollo turístico e industrial y por su atractiva gastronomía, gran parte de los productos gastronómicos que oferta esta ciudad provienen del mar, siendo una característica de la zona que causa interés al turista;

esto ha generado un aumento de la oferta gastronómica, ya que la pesca es una de las grandes fuentes económicas de la ciudad.

En el contexto de la investigación en la provincia de Manabí, a la cual pertenece el cantón de Manta, y que ha sido ampliamente reconocida como una de las que posee mayor riqueza gastronómica debido a su diversidad, propuestas gastronómicas únicas y métodos tradicionales de cocción, se han desarrollado investigaciones orientadas a la evaluación de las características diferenciadas y ventajas competitivas de la misma.

Entre las características de la ruta gastronómica se puede mencionar que en la ciudad de Manta existen recursos que pueden hacer posible la creación de rutas con la finalidad de colocar a la gastronomía como atractivo turístico potencial.

Para ellos se han considerado factores involucrados en la gestión turística - gastronómica a partir de la planificación y gestión estratégica de las ventajas comparativas y competitivas que se basan en la creación de productos diferenciados de alta calidad y generan experiencias y valor agregado para el turista. Los canales de promoción son otro factor que se debe tener en cuenta ya que los medios publicitarios son las diferentes vías o canales de distribución y comunicación a través de los cuales se transmiten los mensajes publicitarios con la finalidad de llevar el mensaje a una audiencia concreta.

Para la contribución en el desarrollo gastronómico de la ciudad de Manta se ha considerado el contexto sobre el turismo gastronómico del destino, la situación actual y potencial de la actividad turística relacionada con la gastronomía en el territorio, las condiciones favorables y desfavorables que afectan a la actividad turística gastronómica con la finalidad de que sean tratadas durante el proceso de planificación y diseño.

Por tal motivo debe ser claro, abierto y dinámico, ya que es un trabajo permanente para mantenerlo actualizado. Es por aquello que es importante identificar las características de los visitantes ya que así se conoce acerca de sus preferencias gastronómicas y resaltar que la identificación de estos perfiles es beneficioso para el desarrollo gastronómico y propuestas de rutas gastronómicas de Manta.

Finalmente se ha identificado un vacío consistente en la identidad y diseño de rutas gastronómicas como atractivo turístico en la ciudad, es por aquello que se pretende resolver este problema proponiendo rutas gastronómica para la ciudad de Manta basada en las preferencias de los visitantes lo que contribuye a disminuir limitantes en cuanto a la obtención de información de los lugares turísticos y gastronómicos de la zona, el poco interés y motivación de los residentes de las zonas por su desarrollo gastronómico, vacío que se ha identificado mediante la determinación de sus problemas causas y consecuencias, presentadas en el árbol de problema a continuación:

<b>Causas</b>	Insuficiente publicidad del producto gastronómico de la ciudad	Falta de conocimiento sobre los principales productos gastronómicos	Limitado presupuesto para la producción de sus principales productos gastronómico	Prestadores de servicio turístico con poco interés en la inclusión de productos gastronómico en sus paquetes turísticos
<b>Problema central</b>	La ciudad de Manta no cuenta con rutas gastronómicas de acuerdo con las preferencias de los visitantes.			

<b>Efectos / consecuencias</b>	Poco conocimiento de los lugares turísticos y gastronómicos de la ciudad	Poco interés y motivación de los residentes de las zonas por su desarrollo gastronómico	Desconocimiento sobre el nivel de los ingresos percibidos por turismo gastronómico.	Limitada variedad en el diseño de productos y/o actividades turísticas.
------------------------------------	--	---	---	---

Tabla 1- Árbol de problemas  
Fuente: Elaboración propia

## Formulación del problema

¿De qué manera se identifican las preferencias gastronómicas de los visitantes de la ciudad de Manta para la creación de rutas gastronómicas?

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

- Plantear una propuesta de rutas gastronómicas personalizadas basadas en preferencias del turista. Estudio de caso en la ciudad de Manta.

### **Objetivos específicos**

- Elaborar la oferta gastronómica de los restaurantes de la ciudad de Manta que forman parte del caso de estudio.
- Generar fichas de productos gastronómicos ofrecido por los restaurantes seleccionados.
- Estructurar una encuesta sobre las preferencias de los turistas en relación con la oferta gastronómica ofrecida por los restaurantes seleccionados.
- Generar las rutas por tipo de producto gastronómico.

## CAPITULO I MARCO TEÓRICO

### 1.1. Marco teórico

#### 1.1.1 Introducción

Como parte del marco teórico se establecieron cadenas de búsqueda orientadas a rutas gastronómicas, planificación y diseño con la finalidad de dar respuestas a las preguntas de investigación surgidas en el presente proyecto, habiéndose obtenido un total de 21 artículos. A continuación, se detallan los resultados:

<b>Bases de datos</b>	<b>Condiciones de búsqueda</b>	<b>Cadena de búsqueda</b>	<b>Total de Artículos</b>	<b>Total de Seleccionados</b>
Google Scholar	Últimos 10 años. Artículos científicos y tesis	Rutas gastronómicas	14.700	6
		Producto gastronómico	16.300	4
		Planificación de rutas gastronómicas	19.400	3
		Diseño de rutas gastronómicas	15.000	6
		Canales de promoción	5.040	2
		<b>Total</b>	<b>70.440</b>	<b>21</b>

Fuente: Elaboración propia

### **1.1.1.1 Rutas gastronómicas en Ecuador**

Según López G. & Sánchez C. (2012) la gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave de atracción tanto para definir la competitividad de los destinos turísticos como para la promoción de estos. Esto sugiere que el arte culinario de un pueblo o región puede ser el nexo que permita desarrollar el turismo, aun cuando dicho destino no posea otras características típicas de los destinos más visitados, pues la gastronomía por sí sola constituye un atractivo potencial, sin embargo, esta concepción determina que los destinos turísticos deben considerar la importancia de la comida como contribución a la experiencia única que el viajero quiere encontrar como parte de la expresión cultural del área geográfica que visita. Ascanio (2009) menciona que una ruta gastronómica debe mostrar de una manera ordenada y completa los paisajes culturales tal y como son expresados en la comida nativa de cada lugar, tanto para personas del mismo país como para extranjeros, así creando experiencias únicas cuando se viaja con fines turísticos.

Respecto a las rutas gastronómicas en lo que abarca al estudio gastronómico, Reyes, Guerra & Quintero (2017) sostienen que su importancia reside en que se trata de una actividad a través de la cual se puede estudiar la historia gastronómica de una región, sus principales platos tradicionales, costumbres culinarias, alimentos originarios de la zona, así como el establecimiento de rutas gastronómicas, razón por la cual es un ámbito investigativo esencial. Sin embargo, Baquero X. (2016) menciona que en el Ecuador existen rutas marcadas que demuestran la importancia de nuestra gastronomía y de los alimentos que producimos. Hay algunas provincias que todavía no generan rutas pero que tienen potencial de desarrollo turístico y gastronómico. Lo óptimo sería desarrollar una campaña en el que establecimientos

gastronómicos a lo largo del país, se inscriban para ser inspeccionados y pasen regulaciones básicas de funcionamiento pero que tengan una descripción de porque es diferente su cocina y sus sabores típicos. Por otra parte, Reyes E. (2016) señala que, en la ciudad de Quito, como en el resto del país, no se han registrado rutas gastronómicas técnicamente establecidas, lo que propende y hace notar la necesidad de un modelo metodológico que facilite el diseño de rutas gastronómicas, a fin de que estas sean los medios de difusión de la riqueza culinaria del Ecuador. La necesidad es latente dado que el flujo turístico hacia el Ecuador es creciente, y esto demanda que todos los servicios involucrados en el turismo, como son los alimenticios, los de hospedaje, los de transportación y los de recreación, estén a la altura y a la par de dicho crecimiento.

Las rutas turísticas gastronómicas se encuentran incardinadas en la creación de un producto turístico (Mitchell y Hall, 2006). En este sentido, la creación de una ruta gastronómica consiste en la definición de uno o varios itinerarios en el área geográfica seleccionada, perfectamente señalizada, y donde se indiquen los diferentes lugares donde el viajero pueda apreciar la gastronomía del lugar, suministrando además información sobre lugares históricos u otros de interés (Hall *et al.*, 2000).

#### **1.1.1.2. Productos gastronómicos en la ciudad de Manta**

De acuerdo con RECUS (2019) En Ecuador se encuentra la provincia de Manabí. En esta provincia se localizan varios cantones, entre ellos Manta, conocido por ser el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador, donde al año llegan decenas de cruceros, convirtiéndolo en una de las potencias turísticas de la provincia. Dentro de este cantón se encuentra la ciudad de Manta, reconocida por su desarrollo turístico e industrial y por su atractiva gastronomía. Gran parte de los productos gastronómicos que oferta esta ciudad provienen del mar, siendo una característica de la zona que causa interés al turista; esto ha

generado un aumento de la oferta gastronómica, ya que la pesca es una de las grandes fuentes económicas de la ciudad.

En el contexto de la provincia de Manabí, a la cual pertenece el cantón de Manta, y que ha sido ampliamente reconocida como una de las que posee mayor riqueza gastronómica debido a su diversidad, propuestas gastronómicas únicas y métodos tradicionales de cocción, se han desarrollado investigaciones orientadas a la evaluación de las características diferenciadas y ventajas competitivas de la misma.

Vera V. & Vera M. (2015), de acuerdo con investigación realizada, mencionan que la gastronomía manabita se identifica por ser una de las que posee mayor diversidad en el Ecuador, debido a que las particularidades climatológicas favorecen a la producción de algunos productos de ciclo corto como el maíz, arroz, maní, yuca, plátano entre otros, los cuales fueron y son la base para la preparación de muchos platos ancestrales tradicionales que han forjado una identidad gastronómica con incidencia cultural, la cual ha sido transmitida de generación en generación, sin embargo también plantean que dicha riqueza cultural gastronómica con el pasar de los años se ha ido minimizando la potencialidad y la preservación. El estudio concluye que no se están aplicando suficientes alternativas, estrategias o mecanismos que permitan el direccionamiento del recurso gastronómico hacia la consolidación y formación de un producto que pueda servir como un medio de impulso turístico.

### **3.1.1.3. Planificación de rutas gastronómicas**

Acerca de la planificación, Utrera Velásquez, Ana Isabel. (2020) menciona que la importancia de la planificación turística y gastronómica para preservar el patrimonio tangible e intangible de la gastronomía es trascendental para el desarrollo turístico, la sostenibilidad y la preservación de la diversidad cultural en el Ecuador. Para el proceso de investigación se

utilizaron herramientas que permiten obtener la información deseada y fundamentada.

Por otra parte, Montecinos, (2012) menciona que a pesar de la importancia histórica de los desplazamientos motivados por la necesidad y el placer de comer, beber y disfrutar en la historia de la humanidad los estudios científicos acerca de la trascendencia multidisciplinar e interdisciplinar de la gastronomía y sus productos en el turismo son muy recientes. Así, se considera pertinente utilizar las definiciones relacionadas con la gastronomía, el turismo gastronómico, la planificación gastronómica y turística, los productos gastronómicos, las rutas, etc.

Andrango, (2016) recalca que la falta de planificación de un sistema sustentable entre empresas de turismo como hoteles, restaurantes agencias de viajes y la misma comunidad han provocado que los turistas no cuenten con una guía turística y gastronómica detallada de los servicios que se ofertan y por lo tanto hay una menor afluencia de potenciales consumidores.

Citando a Milán Vázquez de la Torre, M., y Agudo Gutiérrez, E. (2010), en referencia a los restaurantes de comida típica del sector turístico en el cantón Pastaza representan la autenticidad de la Amazonía Ecuatoriana tanto en su personal como en su oferta, siendo esta variada, novedosa y típica en un 100%; sin embargo, existen deficiencias que afectan su funcionamiento e inciden en la satisfacción de los clientes, esto asociado fundamentalmente por la falta de coordinación entre los actores involucrados, la incompetencia laboral del personal, las precarias condiciones físicas ambientales e higiénicas de las instalaciones, y la planificación inadecuada que afecta a la calidad de los alimentos y bebidas.

#### **1.1.1.4. Diseño de rutas gastronómicas**

De acuerdo con Bravo, (2015). En la actualidad el diseño de rutas gastronómicas ha tomado mayor importancia en la planificación de productos turísticos, para promover varios

servicios integrados en un solo lugar, fomentando el desarrollo socioeconómico de las ciudades involucradas. El Ecuador no ha explotado esta rama del turismo, por tener preferencias ante el turismo religioso, cultural, ecológico, etc. Pero aun así las regiones del país poseen gran variedad platos típicos, lo que permitirá la viabilidad del diseño de una ruta gastronómica.

Los expertos López Guzmán, Tomas; Sánchez Cañizares, Sandra (2008) concordaron en que la ruta gastronómica es un producto turístico complejo, que ha de incorporar unos elementos de base en su diseño: un conjunto de puntos de interés en un ámbito geográfico limitado, identificados por una temática específica que destaque toda la cadena de valor del producto alimentario, desde la producción hasta la degustación, que proporcionen una oferta complementaria, y que generen un rendimiento económico para los agentes involucrados y el territorio. Como producto turístico, tiene una dimensión didáctica, por medio de la cual el visitante conoce la historia del producto y su arraigo en el territorio.

Arriola, A. (2003) interesa exponer la utilidad del diseño de rutas gastronómicas en el marco de un plan de desarrollo turístico local, enfocándolo no sólo como una técnica o un tema novedoso susceptible de ser aprovechado por el agente de viajes en la organización de paquetes, sino, y, sobre todo, como estrategia de desarrollo de productos turísticos sostenibles.

#### **1.1.1.5. Canales de promoción y difusión de las rutas gastronómicas**

Para Romero, D (2016), Los medios publicitarios son las diferentes vías o canales de distribución y comunicación a través de los cuales se transmiten los mensajes publicitarios. Comprenden solamente una parte de los canales de comunicación, precisamente aquellos que son de naturaleza impersonal y controlables. El soporte publicitario es el elemento que lleva el mensaje a una audiencia concreta. Así, en el medio de prensa se da un determinado periódico; en el medio radiofónico, determinada emisora; en el medio televisivo, cadenas que emitan anuncios.

Vásconez, R (2019). Menciona que la distribución y venta del producto se seleccionan y gestionan los canales de distribución que se van a utilizar, es decir, en este punto la empresa se plantea cómo se comercializará el producto. La promoción, es decir, cómo se comunica e informa a los clientes y consumidores que hay un nuevo producto y cuáles son sus características. Incluye la publicidad, la promoción de las ventas, y las relaciones públicas.

Por otra parte, Iturralde J. (2014), en la dimensión del e-marketing se puede deducir que no participan en todas las redes sociales para usarlas como canales de promoción, sin embargo, la que más utilizan es Facebook, como se demostró anteriormente. Las páginas web de las gastro regiones si ayudan a los viajeros a que puedan encontrar información para el antes, el durante y el después del viaje. Lo que se podría motivar mucho más es la participación e interacción de los usuarios.

Paz L, (2011) identifica que el Canal Directo: Se utilizó este canal para el mercado local porque permite tener un mayor control de comercialización y los medios a utilizar serán ferias de Turismo Nacional, afiches, trípticos, hojas volantes, tarjetas de presentación, vallas publicitarias, un recetario, e-mail, entre otros. Y por otro lado está el Canal indirecto: También se utiliza este medio para lograr llegar al mercado internacional que prefieren paquetes organizados y porque tienen mayor cobertura de comercialización, y se realizará por medio de Agencias de viajes, Tour operadores receptivos y emisores minoristas, E-mails, Ferias de turismo Internacionales, guías de Turismo.

Según Pasos (Revista de turismo y patrimonio cultural, 2016). Una ruta gastronómica se define como un producto turístico estructurado que contribuye al mantenimiento del paisaje, la difusión de la cultura local, el desarrollo económico y el posicionamiento del territorio. Clave para su éxito es su organización, la coherencia del discurso y las responsabilidades de los agentes

involucrados. Se valora el papel del productor. Se recomienda la estandarización de la definición de ruta gastronómica y la elaboración de pautas para su diseño y su estructuración. Se destaca el papel de la administración pública como incentivadora y facilitadora de tales productos turísticos, liderando la coordinación de los esfuerzos, poniendo a todos los agentes en contacto, y apoyando con sus recursos en la promoción y la difusión de la ruta. Según la administración pública, ayudar en la promoción, la difusión y el desarrollo de la ruta a través de sus canales propios poniendo a disposición de la empresa privada sus recursos y sus conocimientos.

Chicango L, (2020). En su trabajo de titulación sobre Propuesta de ruta gastronómica de productos emblemáticos para la difusión del patrimonio cultural inmaterial en el Centro Histórico de Quito menciona que el diseño de la presente ruta gastronómica de productos emblemáticos pretende servir como estrategia turística gastronómica para la difusión del patrimonio cultural inmaterial, resaltando la gastronomía, con el fin de colaborar a la salvaguarda de recetas y por ende productos nacionales que forman parte de la identidad culinaria, para en un futuro lograr el desarrollo gastronómico de esta zona de Quito.

## **1.2. Marco conceptual**

### **1.2.1. Producto gastronómico**

Según (Montecinos, 2016) “Es un conjunto de productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas materiales e inmateriales en itinerarios, *tours*, circuitos, rutas... en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista, es un producto compuesto que debe ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: mercados, productos, atracciones y actividades, alojamiento, infraestructura interna y externa, estructura o equipamiento y superestructura.”

### **1.2.2. Turismo gastronómico**

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019) define el turismo gastronómico como “un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina. El enoturismo (turismo del vino), es un subtipo del turismo gastronómico y se refiere al turismo cuyo propósito es visitar viñedos, bodegas, degustar, consumir y/o comprar vino, ya sea directamente o cerca del lugar donde se produce.”

“El turismo basado en la gastronomía es complementario a otras tipologías de turismo, en concreto al turismo rural, donde los visitantes pueden encontrar la autenticidad y tranquilidad de la vida en el campo. Las visitas a granjas y huertos son un gran atractivo, especialmente para turistas de los grandes centros urbanos, donde los procesos de elaboración de los alimentos

cobran un gran protagonismo didáctico” (Fagliari, 2005). Así, permite al turista acercarse a la cultura de un destino de una forma más directa y participativa, no solamente con una actitud contemplativa (José Antonio Folgado, 2017). En este sentido, cada vez más se relacionan las actividades gastronómicas con la identidad y cultura del destino, ya que muchos viajeros se mueven por una motivación gastronómica- cultural al tratar de aumentar sus conocimientos acerca de la cocina y los alimentos de un lugar, o aprender a cocinar un plato típico con una receta única de antepasados (Roden 2003).

### **1.2.3. Marketing turístico – gastronómico**

Según (Díaz, 2019)“El marketing turístico se encarga de descubrir lo que los turistas quieren, desarrollar los servicios adecuados para ellos, suministrar la información sobre la oferta existente y darles instrucciones sobre cómo pueden adquirir el servicio.”

Según (Mouthino, 2019)se podría definir el marketing turístico como “el proceso a través del cual las organizaciones turísticas seleccionan su público objetivo y se comunican con él para averiguar e influir sus necesidades, deseos y motivaciones, a nivel local, regional, nacional e internacional, con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos. De este modo se alcanza simultáneamente con la satisfacción del turista y las metas de las organizaciones.”

El Marketing gastronómico es un proceso que comienza entendiendo quién es el cliente objetivo y qué necesidades tiene para luego crear productos y servicios personalizados para él, e influir en su decisión de compra a través de estrategias centradas en su experiencia y en hacerle más feliz.

### **1.2.4. Desarrollo gastronómico**

(Schulter, 2019) Uno de los objetivos fundamentales para la construcción de un modelo de desarrollo turístico, es comprender la realidad del territorio a través del conocimiento y la

participación de los agentes relevantes, logrando su implicación en el proceso de discusión y de reflexión sobre la estrategia turística, que se debe diseñar para lograr los objetivos y visualizar el escenario turístico de un futuro no tan lejano.

De acuerdo con (Pololikashvili, 2019) Desarrollo del turismo gastronómico “Forma parte integrante de la vida local y está forjado por la historia, la cultura, la economía y la sociedad de un territorio. Esto conlleva un potencial natural para enriquecer la experiencia del visitante, estableciendo una conexión directa con la región, su gente, su cultura y su patrimonio.”

### **1.2.5. Gastronomía como atractivos turísticos**

Como establece (Oliveira, 2011) las atracciones son el componente más importante del sistema turístico, siendo las que motivan el viaje de los turistas y el centro del producto turístico. Leiper (1990), señala que los visitantes se desplazan desde su lugar de residencia hacia un destino turístico sabiendo que todos encontrarán los deseos que desean conocer.

Por lo tanto, es innegable la importancia que las atracciones turísticas asumen en el contexto del turismo y, desde el punto de vista académico, han surgido modelos que procuran categorizar las atracciones turísticas. Entre los diversos modelos surgen diferentes perspectivas. Algunos categorizan los atractivos de acuerdo con sus características; otros de acuerdo con la propiedad de estas en base al grado de atractividad; o de acuerdo con el tiempo de permanencia de los visitantes; pero, en su mayoría, los modelos ignoran totalmente la gastronomía como atractivo turístico. Dos de los modelos más difundidos son el modelo de (Inskeep 1991) y el modelo de (Swarbrooke 2001). En el primero, el autor presenta las atracciones turísticas agrupadas en tres tipologías: Atracciones Naturales, Atracciones Culturales y Tipos Especiales de Atracciones. En la explicación del modelo existe sólo una pequeña alusión a la gastronomía cuando el autor se refiere a que "la comida de un área, además de ser un servicio importante,

puede ser una atracción secundaria significativa" (Inskeep, 1991: 90); o sea que la gastronomía es relegada a un segundo plano, menos importante.

#### **1.2.6. Actividades turísticas**

De acuerdo con la ley de turismo en el Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

#### **1.2.7. Actividades gastronómicas**

(Aizega, 2019)“Eventos y actividades de divulgación de la cultura gastronómica: ferias y mercados de productos agrícolas, pesqueros y ganaderos, eventos gastronómicos, empresas de actividades gastronómicas.”

#### **1.2.8. Prestadores de servicio**

Según el Registro Nacional de Turismo los prestadores, (2017) “es toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el

turista, la prestación de los servicios turísticos, el cual se encuentra obligado a inscribirse en el Registro Nacional de Turismo antes de iniciar sus operaciones. La obtención del registro será requisito previo y obligatorio para el funcionamiento de los establecimientos turísticos. EL Ministerio de Comercio, Industria y Turismo solicitará al alcalde Distrital o Municipal el cierre temporal de los establecimientos turísticos no inscritos en el RNT o que no hayan cumplido con el deber de actualizar el citado registro.”

## **CAPITULO II DISEÑO METODOLÓGICO**

### **2.1. Método de la investigación**

El presente proyecto de titulación se basó en el método deductivo por cuanto a partir de encuestas se determinó cómo la población identifica los productos gastronómicos de la ciudad y así generar una ruta gastronómica a preferencia de los turistas que visitan la ciudad de Manta.

### **2.2. Enfoque metodológico**

El enfoque metodológico que se puso en práctica fue el enfoque de investigación mixto porque tuvo una parte cualitativa y cuantitativa, es decir, que en lo cualitativo se identificaron las diferentes fichas de los productos gastronómicos con la finalidad de identificar las ofertas de los restaurantes de ciudad de Manta, datos que fueron obtenidos del catastro 2020 de los respectivos restaurantes de la ciudad, y en cuanto al enfoque cuantitativo estuvo orientado al resultado de las encuestas sobre las preferencias gastronómicas de los turistas.

### **2.3. Diseño de la investigación**

En el presente proyecto se siguió el diseño longitudinal, ya que este permitió a partir de los datos obtenidos de las encuestas describir los productos gastronómicos y analizar su incidencia con los restaurantes e interrelación con la oferta gastronómica.

### **2.4. Nivel de investigación**

El nivel de investigación en este proyecto es aplicativo, por cuanto se plantea promover el desarrollo turístico y económico mediante una propuesta de consumo basada en rutas gastronómicas personalizadas para la ciudad de Manta.

## CAPITULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Resultado esperado del Objetivo 1

#### 4.1.1. Introducción

A continuación, se presenta la base de datos de los restaurantes de la ciudad de Manta con la finalidad de identificar la oferta gastronómica que brindan a los visitantes.

RESTAURANTES	TIPO DE ALIMENTO	PRODUCTO GASTRONÓMICO
"RESTAURANT CAMILA Y MATEO"	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
RESTAURANT 100 % CHONERA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
RESTAURANTE AMIGO COCO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
APO'S RESTAURANT	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
PIEDRA LARGA SUNSET	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
BAR RESTAURANT "TUNA-BAR"	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
BEACHCOMBER	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
CABAÑA PLAYITA MIA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
CABAÑAS BELEN	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL CAMOTILLO # 1	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL CAMOTILLO #2	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
ALCATRAZ	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
CABAÑA DIOSA DEL MAR	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
CABAÑAS EL DESCANSO DEL REY	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
DONDE CECILIA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL BONITO ATUN	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL CARACOL	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL COLORADO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL CORAL	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL DESCANSO DEL SURFISTA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
DORADO RESTAURANT	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL GALEON	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL LANGOSTINO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL LENGUADO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
PICANTERIA EL MARINO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL PARGO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL PEZ ESPADA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL SEÑOR CAMARÓN	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6

GAVIOTA AZUL	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
IGUANA RESTAURANTE	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
JIREH	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LA CAIDA DEL SOL	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
CABAÑA RESTAURANT LA CORVINA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LA COTE D' AZUR	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LA DOLCE VITA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LA JAIBA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
CABAÑA PICANTERIA LA MADRINA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LAS VELAS MARINAS GOURMET	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
RESTAURANT LOS DELFINES	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
OCEAN DELIGHT	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
RESTAURANTE OH MAR	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
PICANTERIA RESTAURANT TSUNAMI	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
RESTAURANT PLAYA BONITA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL RINCON DE TERE	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL GRAN JEFE	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LA CHAMA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
COMEDOR MARITZA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
REY DEL MARISCO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
REY NEPTUNO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
RINCON MARINERO 1	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
RINCON MARINERO 2	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL RINCON MARINO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
SIRENA DEL MAR	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
YAIMAR	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LA ESMERALDA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
FRUTOS DEL MAR	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL SOL RESTAURANTE	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
BRISAS DEL MAR	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LA MADRINA II	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
RESTAURANTE DON WILLY II	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LAS PALMERAS	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL DELFIN AZUL 2	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LA BARCA DEL PESCADOR	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
CHAVECITO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
RESTAURANTE LAS VELAS	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
CABAÑA LA OLA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
BAR-RESTAURANT LA ROCA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
HAWAII BAR RESTAURANT	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
CABAÑA EVENEZER	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6

LA OLA 2	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
PALMETTO CEVICHERIA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
ELEVEN ANCLAS	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
FISH CEVICHERIA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
RESTAURANT MAR Y SOL	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL DORADO RESTAURANT	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LA PATA GORDA	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
EL DORADO SPORT	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
CABAÑAS AEROPUERTO	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
MEGAFLIPPER	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
JUAN CAMARON	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
LOS CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
BAR RESTAURANTE ATK	MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
MAIDO JAPANESE RESTAURANT	MARISCOS/SUSHI	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
SAPPARI	MARISCOS/SUSHI	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
AKAI SUSHI EXPRESS	MARISCOS/SUSHI	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
KOBE SUSHI EXPRESS	MARISCOS/SUSHI	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6
COMIDAS DE VICTOR	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
EL RESERO RINCON ARGENTINO	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
FINISTERRE	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
MAR HAMBU	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
MARTINICA	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
MUYA COCINA GOURMET	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
PAMPLONICA	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
PARRILLADAS PALMEIRAS	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
VACANISIMA BY OH MAR	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
RESTAURANT EL ARRECIFE	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
CHAMACO RESTAURANT	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
CAPPERI RISTORANTE	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
RESTAURANT TURISTICO GALIPAN	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
LA DOLCE VITA ITALIANA	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
D MAU	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
AMARENA BAR RESTAURANT	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
HABACUC	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
CASA ROSADA	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
UNIVERSO GOURMET	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
PIEDRA LARGA LOUNGE BAR	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
LA RAMBLA TASKA STEAK HOUSE	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
D RICO PERU	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
RESTAURANTE CAMINITO	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11

RESTAURANT MAMMA ROSA	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
BOTELOS	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
EL PERLA NEGRA	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
VIA LUGO	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
MANTA Y OLE	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
LA BISTECCA SPORTS BAR GRILL	CARNES/MARISCOS	CÓD: P1-P2-P3-P4-P5-P6-P11
COMEDOR EL CHAMO	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
LA TABLITA DEL TARTARO	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
MENESTRAS DEL NEGRO	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
PARRILLADAS LA AURORA	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
GINO JACQUI GRILL-STEAKHOUSE	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
LAS COSTILLAS DE NICO	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
COMIDAS YANGA	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
PARRILLADAS LA AURORA 2	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
MENESTRAS DEL NEGRO	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
CASA RES	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
LA TABLITA DEL TARTARO	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
LAVACANISIMA	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
MOTES DE LA MAGDALENA	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
VAKA GRILL	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
LAS CABAÑAS EL CARBON	CARNES	CÓD: P10-P11-P21-P22
MI KASA	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
PARADERO "EL RE-ENCUENTRO"	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
BAR RESTAURANTE LO NUESTRO	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
RINCON CRIOLLO	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
TONGAS Y BOLLOS	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
RESTAURANT TROVADOR	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
REAL MADRID	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
RESTAURANTE MI RANCHO	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
EL RINCON DE MARINA	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
RESTAURANTE BBQ-RIBS	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
EL RINCON CRIOLLO 2	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
SR. AJI	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
JOSSY RESTAURANT	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
MONTUVIO DELICIAS ANY	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
LA HUEQUITA DEL JOCA Y	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
ITE COCINA MANABITA	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
LA SAZON DE LA ABUELA	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
EL SANTO	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
ENTRE TENEDORES Y SABORES	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
RISTORANTE GIULINOS	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20

RESTAURANT LA MIGA	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
TAMIMI	CRIOLLO	CÓD: P6-P7-P8-P9- DEL P12 AL P20
DELI INTERNACIONAL S.A.	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
CH-FARINA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
DELLY PIZZA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
KFC 1	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
KFC 2	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
RICA PIZZA LOUNGE	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
ROLL WINGS RESTAURANT	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
ROMANA PIZZA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
TOPY TU PIZZA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
GNOMO BAR RESTAURANT	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
LE PETIT PARADIS	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
HOLLIWOOD PIZZA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
KRUG RESTAURANTE	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
PEPPIADAS	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
LA FOGATA DORADA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
PIZZA SUPER EXPRESS	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
CHANTON CHANTON	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
PATRIARCHI	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
PIZZA HUT	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
BAR RESTAURANT EL BARRIL	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
PAPA JOHNS	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
CH-FARINA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
JAIMITO GRINGO PIZZERIA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
KFC	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
SAPORIT	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
RESTAURANT GOODFELLAS	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
PIZZA HOUSE MANTA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
KFC	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
STROMBOLI PIZZERIA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
PIZZA DEL ARTE	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
CHOPIGRILL & BAR	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
RIDE HOUSE	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
D ROJA GRILL	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
PIZZERIA ITALIANA IL FARO	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
GIRAPA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
CH PIZZA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
FRATELLI PIZZA AL TAGLIO	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
JAILBREAK PUB ROCK RESTAURANT	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
LA CATRINA	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25

BOLEROS CAFÉ BAR	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
STURGIS	COMIDA RÁPIDA	CÓD: P21-P22-P25
CHIFA CHARLIE	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA LA ROSA	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA LAI N.º 2	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA LAI	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA MACAO	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA POPULAR	CHIFA	CÓD: P23-P24
MURALLA CHINA	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA LILI	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA JACINTO	CHIFA	CÓD: P23-P24
RESTAURANTE CHIFA J.J.	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA LAI #3	CHIFA	CÓD: P23-P24
RESTAURANTE CHIFA YU	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHAU LAO	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA INTERNACIONAL	CHIFA	CÓD: P23-P24
RESTAURANTE CANTON	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHAU LAO	CHIFA	CÓD: P23-P24
FU HUA LA 26	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA LAI	CHIFA	CÓD: P23-P24
MAYFLOWER	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA KILIAN	CHIFA	CÓD: P23-P24
CHIFA FU HUA LA 26 N 2	CHIFA	CÓD: P23-P24
CAJUN EXOTIC CUISINE	CHIFA	CÓD: P23-P24

Tabla 2- Lista de restaurantes de la ciudad de Manta

Fuente: Elaboración propia

## 4.2. Resultado esperado del Objetivo 2

### 4.2.1. Introducción

Se realizó una búsqueda bibliográfica para identificar, seleccionar y describir mediante fichas técnicas los productos gastronómicos relevantes que se ofrecen en la ciudad de Manta. A continuación, se detallan cada uno de ellos:

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P1</b>
<b>NOMBRE DEL/OS PRODUCTO(S)</b>	Ceviches Ceviche de pescado Ceviche de camarón Ceviche mixto	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Se trata de un plato de pescado o mariscos cortados en trozos y que lleva jugo de limón, cebolla, tomate, pepino y sal, el cual se presenta con diversos acompañamientos como chifle, patacones, maíz tostado entre otros.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Cevicherías, picanterías, restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Una taza de ceviche tiene sólo 140 calorías y menos de 2 gramos de grasa; aporta además proteínas, ácidos grasos poliinsaturados, omega 3, omega 6, minerales, fósforo, zinc, selenio, yodo, potasio y vitaminas A, D, E y K.	
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en cevicheras o platos hondos, copas y recipientes de vidrios de figuras.	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Es muy nutritivo, ya que sus ingredientes proporcionan grandes beneficios para la salud, el pescado blanco destaca por ser un alimento con una importante fuente de proteínas	

	de buena calidad, vitaminas del complejo B, fósforo, calcio, hierro, yodo y cobre. Todas las verduras utilizadas para preparar el ceviche son ricas en fibra.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Uno de los más útiles es el de la refrigeración.
<b>FOTOS</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.laylita.com/recetas/ceviche-de-pescado-ecuatoriano/">https://www.laylita.com/recetas/ceviche-de-pescado-ecuatoriano/</a>

Tabla 2- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P2</b>
<b>NOMBRE DEL/OS PRODUCTO(S)</b>	Encebollado Encebollado mixto	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Es un caldo de pescado y/o mariscos que contiene albacora, yuca, tomate, cebolla colorada, cilantro, ají en polvo, comino y otras especias. Se acompaña con chifles, maíz tostado, pan entre otros.	

<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Cevicherías, picanterías, restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Una taza de encebollado tiene: Calorías: 426, carbohidratos: 25 g, grasa: 14 g, proteína: 50 g.
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos hondos, y recipientes de vidrios de figuras.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	El encebollado es uno de los platos favoritos de los ecuatorianos. Albacora, yuca, tomate, cebolla colorada y hierbas son los ingredientes base.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTOS</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/sopas/encebollado-manaba">https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/sopas/encebollado-manaba</a>

Tabla 3- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>	<b>CÓD: P3</b>
---	----------------

<b>NOMBRE DEL/OS PRODUCTO(S)</b>	Chicharrón Chicharrón de pescado Chicharrón de camarón
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Se trata de trocitos o recortes de pescado o camarones <sup>o</sup> capeados con una mezcla de harina y huevo que se fríen hasta quedar muy dorados, crujientes, con color y textura similares a los del chicharrón de cerdo.
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Cevicherías, picanterías, restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Hay 174 calorías en Chicharrón (1 taza). Calorías: 53% grasa, 0% carbh, 47% prot.
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos llanos y en recipientes de vidrios de figuras.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Se trata de un plato típico que tiende a ser elaborado con pescado o camarón el cual es acompañado por ensaladas, patacones, arroz, entre otros.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.

<b>FOTOS</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://unareceta.com/chicharron-de-pescado-ecuatoriano/">https://unareceta.com/chicharron-de-pescado-ecuatoriano/</a>

Tabla 4- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P4</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Arroz marinero	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	El arroz marinero ecuatoriano se prepara con arroz, camarones, calamares, conchas, mejillones, ajo, cebolla, pimienta, cilantro y condimentos/especias.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Cevicherías, picanterías, restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Energía: 414,8 Kcal, proteínas (g.): 26,5, hidratos de carbono: 50,3 g. de los cuales azúcares:4 g. Grasas: 11,9 de las cuales saturadas: 2 g. Fibra:5 g. Sodio:359,1 mg. Vitamina C: 42,2 mg.	
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos llanos y en recipientes de vidrios de figuras.	

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	El arroz marinero o arroz con mariscos es un plato típico de varios países latinos, y en Ecuador es un plato tradicional de la Costa. Tal y como su propio nombre indica, el principal ingrediente es el arroz, al cual se le añaden todo tipo de mariscos y pescados. También suele llevar ajo, cebolla, pimiento, un toque de cilantro y especias variadas.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.laylita.com/recetas/arroz-marinero-receta/">https://www.laylita.com/recetas/arroz-marinero-receta/</a>

Tabla 5- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P5</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Cazuela	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Es un plato típico de la costa ecuatoriana y se prepara únicamente de mariscos, cocido al horno, con una masa hecha a base de plátanos verdes rayados, con la consistencia de un budín. La masa es precocida a fuego	

	<p>lento, sobre un sofrito hecho de cebolla picada y tomate, condimentada con ajo, comino, achiote, culantro y maní molido. Luego esta masa es colocada en moldes de barro (greda), en los que previamente se había colocado trozos de pescado o camarones. Los moldes de barro son luego introducidos al horno hasta su completa cocción.</p>
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Cevicherías, picanterías, restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Por 1 porción - Calorías: 329kcal   Grasa: 18,60g   Carbh: 7,72g   Prot: 30,90g
<b>PRESENTACIÓN</b>	Cazuela de barro.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	La cazuela de pescado o mariscos ecuatoriano, de la cual se dice que es un plato 100% creado en este país a base de plátano verde rallado, maní, pescado o incluso puede ir algún otro marisco como camarones, calamares, entre otros y para terminar es llevado al horno en una cazuela de barro.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	

<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.goraymi.com/es-ec/manabi/recetas/receta-cazuela-mariscos-agaklzg1o">https://www.goraymi.com/es-ec/manabi/recetas/receta-cazuela-mariscos-agaklzg1o</a>
---------------------	---

Tabla 6- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P6</b>
<b>NOMBRE DEL/OS PRODUCTO(S)</b>	Viche Viche de pescado Viche de camarón	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	El viche es un plato típico de la gastronomía de la provincia de Manabí, Ecuador. Está elaborada a base de pescado o camarón, maní, zapallo, choclo, habas, camote, verduras, maduro y yuca. Este plato es considerado como la fanesca de los manabitas por el marisco que tiene y su textura espesa.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	7g. de proteínas, 17g. de hidratos y 8g. de grasa por cada 100g.	
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos hondos.	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Se hace un refrito de cebolla blanca y colorada con una porción de mantequilla, pimienta y ajo, se le añade agua caliente. Luego se mezclan las habas, habichuelas, camote,	

	<p>choclo, yuca y cuadritos de zapallo, plátano rallado, Después de 15 minutos se hecha el maní previamente disuelto en agua y al final, el marisco ya sea pescado o camarón. Por la mezcla esta sopa aporta un gran valor calórico producto de la yuca, maní y el camote. El viche se puede preparar con otros mariscos como cangrejo.</p>
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTOS</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://ecuador.travel/press/un-viche-manaba-para-disfrutarlo-en-casa/">https://ecuador.travel/press/un-viche-manaba-para-disfrutarlo-en-casa/</a>

Tabla 7- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P7</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Caldo de gallina	

<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Es un plato que se puede servir como consomé, o el caldo con la presa. También, puedes acompañarlo con una papa cocinada, cebollita blanca y cilantro o perejil picado.
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Calorías: 40 •Carbohidratos: 7 g •Grasa: 1 g •Proteína: 1 g.
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos hondos.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	El caldo de gallina criolla es una de las delicias de la comida típica manabita. Su preparación es sencilla.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://lacomidaecuatoriana.com/consome-caldo-gallina-criolla/">https://lacomidaecuatoriana.com/consome-caldo-gallina-criolla/</a>

Tabla 8-Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propi

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P8</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Seco de gallina	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	El seco de gallina es otro delicioso plato típico del Ecuador. Es un plato fuerte, consiste en un estofado de carne de gallina cocinada lentamente en los jugos de una bebida fermentada.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Por 1 taza - Calorías: 200kcal   Grasa: 10,10g   Carbh: 2,69g   Prot: 23,08g	
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos llanos y en recipientes de vidrios de figuras.	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	El color en su presentación es una de sus características.	
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.	

<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/entradas/seco-de-gallina">https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/entradas/seco-de-gallina</a>

Tabla 9- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P9</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Tongas	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	La envoltura es de hojas de plátano. En su interior van una porción de arroz, un maduro frito partido por la mitad, una presa de pollo criollo, todos acompañados por una salsa líquida de maní.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Calorías: 210 •Carbohidratos: 18 g •Grasa: 12 g •Proteína: 8 g.	

<b>PRESENTACIÓN</b>	Hojas de plátano
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Este plato típico de Manabí no se sirve en vajillas ni en recipientes plásticos, solo en hojas de plátano, sobre la mesa. La tonga, por su versatilidad y de fácil transporte, se la lleva dentro de una maleta, funda plástica, tanques, entre otros artículos. Por ello se convirtió desde hace más de dos décadas en un plato comercial.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.goraymi.com/es-ec/manabi/el-carmen/recetas/tonga-manabita-auzhx2tkc">https://www.goraymi.com/es-ec/manabi/el-carmen/recetas/tonga-manabita-auzhx2tkc</a>

Tabla 10- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P10</b>
<b>NOMBRE DEL</b>	Pollo asado	

<b>PRODUCTO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Se toma un pollo, se ensarta y se calienta. Su piel se torna crujiente, la grasa funde, se desprenden sus jugos y la carne adquiere un destacable sabor.
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Hay 147 calorías en Pollo Asado (1 porción mediana). Desglose de Calorías: 53% grasa, 0% carbh, 47% prot.
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	El pollo asado, rostizado, en brasas o a la brasa es un plato genérico elaborado con un pollo expuesto directamente al fuego, que puede provenir de un hogar casero, hasta el asador profesional rotatorio.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.recetasgratis.net/receta-de-pollo-asado-al-horno-56079.html">https://www.recetasgratis.net/receta-de-pollo-asado-al-horno-56079.html</a>

Tabla 11- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P11</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Parrilladas	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Es un método para cocinar carnes de diferentes animales, principalmente de bovino, mediante el calor del fuego	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Calorías: 220 •Carbohidratos: 0 g •Grasa: 36 g •Proteína: 20 g.	
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos y en parrillas.	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	La parrillada es normalmente cocinada en un ambiente cubierto y calentado por la llama de la incineración de madera, carbón, gas natural o propano. La parrillada en los restaurantes puede ser cocinada en una parrilla de metal diseñada especialmente para ese propósito.	
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.	

<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.laylita.com/recetas/category/todo/por-tipo/asados-y-parrilladas/">https://www.laylita.com/recetas/category/todo/por-tipo/asados-y-parrilladas/</a>

Tabla 12- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P12</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Hallaca	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Son pasteles similares a los tamales que se preparan con harina de maíz. Se rellenan con pollo, vegetales, huevo, y se cocinan al vapor envueltas en hojas de plátano. A diferencia de los tamales, la masa de las hayacas se precocida, o sea se hace cocinando la harina de maíz en caldo de pollo hasta obtener una masa suave. La masa de las hayacas también es un poco más dulce que la masa de los tamales	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, cafeterías, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Calorías: 100 •Carbohidratos: 5 g •Grasa: 8 g •Proteína: 4 g.	

<b>PRESENTACIÓN</b>	Hojas de plátano
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Las hallacas ecuatorianas son un tipo de tamal hecho con un sofrito de carne, ya sea pollo, carne de res o incluso pescado, el cual está cubierto por una masa hecha a base de caldo de pollo, el cual le otorga el sabor tan característico de las hallacas de pollo.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.laylita.com/recetas/hallacas/">https://www.laylita.com/recetas/hallacas/</a>

Tabla 13- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P13</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Humitas	

<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Son pastelitos envueltos que se preparan con choclos o maíz tierno y queso, se cocinan en las hojas del mismo maíz al vapor.
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, cafeterías, ente otros en la ciudad de Manta.
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Calorías: 153 •Carbohidratos: 16 g •Grasa: 9 g •Proteína: 4 g.
<b>PRESENTACIÓN</b>	Hojas de maíz
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Son consumidas en el desayuno y son muy apetecidos en gran parte de la costa ecuatoriana.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.laylita.com/recetas/humitas/">https://www.laylita.com/recetas/humitas/</a>

Tabla 14- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P14</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Torta de choclo	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Este es preparado con una pasta horneada de granos tiernos de choclo y dependiendo del lugar donde se prepare, es dulce o salado, con relleno o sin relleno.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, cafeterías, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Energía 339 kcal; proteínas 26,9 g; grasa total 6,2 g; colesterol 61,9 mg; carbohidratos 48,4 g; fibra 8,2 g; sodio 388 mg.	
<b>PRESENTACIÓN</b>	En plato llanos o de figuras.	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	La torta de choclo, para ser llamada como tal, debe tener bastante queso y por supuesto choclo. La masa no debe ser ni muy dura ni muy blanda, más bien debe ser suave.	
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.	

<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://cookpad.com/ec/recetas/122563-torta-de-choclo-de-sal-o-dulce">https://cookpad.com/ec/recetas/122563-torta-de-choclo-de-sal-o-dulce</a>

Tabla 15- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P15</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Tortillas de maíz	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Se hacen a base de harina de maíz y pueden ser rellenas de queso o chicharrón.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, cafeterías, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	64 calorías, 1.4g de proteína, 0.5g de grasa, 13.6g de hidratos de carbono y 0.6g de fibra.	
<b>PRESENTACIÓN</b>	Se presentan normalmente en platos llanos.	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Una tortilla de maíz es un alimento de forma plana y circular elaborado con maíz nixtamalizado, que se muele, se hace masa, y se cuece en un comal.	

<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://recetasdecocinaecuatoriana.blogspot.com/2014/05/tortillas-de-maiz-relenas-de-queso-y.html">https://recetasdecocinaecuatoriana.blogspot.com/2014/05/tortillas-de-maiz-relenas-de-queso-y.html</a>

Tabla 16- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P16</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Pan de yuca	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Se prepara con almidón de yuca, queso, mantequilla y huevos. Se puede servir el pan de yuca como entrada o como snack.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, cafeterías, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	300kcal, 1 onza - 85kcal, 1 porción - 120kcal, Otros tamaños: 1 onza - 45kcal, 100 g - 160kcal, más... Otros tamaños: 1 onza - 78kcal, 100 g - 275kcal.	

<b>PRESENTACIÓN</b>	Se presentan normalmente en platos hondos o llanos.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	En Ecuador se encuentran muchos lugares que sirven el pan de yuca con bebidas de yogurt.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.laylita.com/recetas/pan-de-yuca/">https://www.laylita.com/recetas/pan-de-yuca/</a>

Tabla 17- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P17</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Bollos	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Es un bocadillo de masa de verde y maní relleno de pescado que se lo cocina envuelto en una hoja de plátano.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, cafeterías, ente otros en la ciudad de Manta.	

<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Hay 86 calorías en Bollo (1 porción). Desglose de Calorías: 26% grasa, 59% carbh, 15% prot.
<b>PRESENTACIÓN</b>	Se presentan en hojas de plátano.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	El bollo de pescado es uno de los platos típicos más apetecidos de la costa ecuatoriana. Esta delicia resume como pocas, los sabores más representativos de nuestro litoral: el plátano, los frutos del mar y el maní.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://lacomidaecuatorial.com/bollo-de-pescado-ecuatorial/">https://lacomidaecuatorial.com/bollo-de-pescado-ecuatorial/</a>

Tabla 18- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P18</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Empanadas de verde	

<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Las empanadas se preparan con una masa de plátano verde y se rellenan con queso, carne o mariscos.
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, cafeterías, ente otros en la ciudad de Manta.
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Hay 170 calorías (1 porción). 43% carbh, 9% prot. 48%g.
<b>PRESENTACIÓN</b>	Se presentan normalmente en platos llanos.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Empanadas tradicionales ecuatorianas se preparan con una masa de plátano verde, y con un exquisito relleno o condumio. Las empanadas de verde se sirven con ají y un café.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.laylita.com/recetas/empanadas-de-verde/">https://www.laylita.com/recetas/empanadas-de-verde/</a>

Tabla 19- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P19</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Bolones	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Se preparan con plátanos verdes o plátanos machos, los cuales se cocinan y se aplastan hasta formar una especie de masa, la que se rellena con queso o chicharrón o chorizo.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, cafeterías, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Calorías: 331kcal   Grasa: 23,04g   Carbh: 21,67g   Prot: 11,82g	
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos llanos y en recipientes de vidrios de figuras.	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	El bolón de verde es un platillo típico de la costa ecuatoriana, por lo general se lo considera un plato ideal para el desayuno, pero también se puede servir como entrada o acompañante.	
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.	

<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.laylita.com/recetas/bolon-de-verde/">https://www.laylita.com/recetas/bolon-de-verde/</a>

Tabla 20- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P20</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Corviches	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Es un bocado de origen montubio, consiste en una masa elaborada con plátanos, especias, maní y relleno de carne de pescado de mar.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, cafeterías, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Hay 130 calorías (1 porción). 51% carbh, 15% prot. 34%g.	
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos llanos y en recipientes de vidrios de figuras.	

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Este bocadillo es tradicional en la gastronomía de Manabí y en general, en la costa de Ecuador. Su textura es crujiente por fuera y blanda en el centro, y en su interior se mezclan el maní y el pescado, se sirven con ají y un café.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://lacomidaecuatoriana.com/receta-corviche-ecuatoriano/">https://lacomidaecuatoriana.com/receta-corviche-ecuatoriano/</a>

Tabla 21- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P21</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Hamburguesas de carne, pollo, camarón y pescado	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Una hamburguesa es un sándwich hecho a base de carne, pollo, camarón y pescado, aglutinada en forma de filete cocinado a la parrilla o a la plancha, aunque también puede freírse u hornearse, estas son acompañadas de verduras y	

	pan.
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, patios de comida rápida, ente otros en la ciudad de Manta.
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Proteínas 15 g, grasas 20 g, hidratos carbono 5 g, calorías 250 kcal.
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en cajas o fundas para este tipo de alimento y también en platos llanos y en recipientes de vidrios de figuras.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Son en general de buena digestibilidad, porque la carne al ser picada facilita su disgregación y digestión. De alto valor biológico por su alto contenido en proteínas de origen animal de óptima calidad, en hierro y vitaminas del grupo B.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.directoalpaladar.com/recetas-de-carnes-y-aves/mi-mejor-receta-de-hamburguesa-consejos-y-trucos-de-elaboracion">https://www.directoalpaladar.com/recetas-de-carnes-y-aves/mi-mejor-receta-de-hamburguesa-consejos-y-trucos-de-elaboracion</a>

Tabla 22- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P22</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Alas de pollo	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Son secciones de pollo que corresponden a las alas que se fríen y se recubren en salsas especiales.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, patios de comida rápida, ente otros en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Hay 81 calorías en Alitas de Pollo (1 pequeña).	
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos llanos y en recipientes de vidrios de figuras.	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Crujientes por fuera y jugosas por dentro. Las alitas de pollo son imlemente irresistibles, una delicia para el paladar.	
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.	
<b>FOTO</b>		

<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.hola.com/cocina/noticiaslibros/galeria/20220128203621/recetas-faciles-de-alitas-de-pollo/1/">https://www.hola.com/cocina/noticiaslibros/galeria/20220128203621/recetas-faciles-de-alitas-de-pollo/1/</a>
---------------------	---

Tabla 23- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P23</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Chaulafan / Arroz chaufa	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Chaulafan se prepara con arroz, pollo, carne de cerdo, camarones, vegetales, huevo. El chaulafan ecuatoriano tiene influencias de la cocina china y es lo mismo que el arroz frito chino, pero con toque ecuatoriano. Es ideal para usar las sobras de arroz, pollo, cerdo etc.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, Chifas en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	Por 100 g - Calorías: 148kcal   Grasa: 5,18g   Carbh: 19,21g   Prot: 5,62g. Otros tamaños: 1 plato - 356kcal, 1 porción - 356kca	
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos llanos y en recipientes de vidrios de figuras.	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Los ingredientes se pueden cambiar y puede preparar chaulafan chino solo de pollo, o de chancho, o solo de	

	camarón/mariscos – o sin carne para los vegetarianos.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://lacomidaecuatoriana.com/chaulafan-mixto-ecuatoriano/">https://lacomidaecuatoriana.com/chaulafan-mixto-ecuatoriano/</a>

Tabla 24- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos  
Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P24</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Tallarín saltado	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Este plato se saltean una porción de tallarines cocidos, verduras y porciones de carne al gusto. La sazón o aderezo proviene de especias chinas y aceite de sésamo.	
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Restaurantes, chifas en la ciudad de Manta.	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	1 porción de Tallarín Salteado con Carne contiene 649 calorías, 19 g de grasas, 73 g de carbohidratos y 45 g de	

	proteínas
<b>PRESENTACIÓN</b>	La presentación se hace principalmente en platos hondos y en recipientes de vidrios de figuras.
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	Un ‘saltado’, el cual es una técnica característica de la cocina oriental. Puedes elegir si deseas disfrutar de unos ricos tallarines acompañados con carne o con pollo.
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.
<b>FOTO</b>	
<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://www.comiendoenla.com/tallarín-saltado/">https://www.comiendoenla.com/tallarín-saltado/</a>

Tabla 25- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS</b>		<b>CÓD: P25</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	Pizza	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Es un pan plano horneado elaborado con harina de trigo, sal, agua y levadura y cubierto con salsa de tomate y otros ingredientes como queso, salami, champiñones, cebolla,	

	<p>jamón o aceitunas. Original de la cocina napolitana (Italia), se ha hecho muy popular en todo el mundo y presenta muy diversas variantes.</p>
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	<p>Restaurantes, patios de comida rápida, ente otros en la ciudad de Manta.</p>
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	<p>237 calorías en Pizza de Queso (1 trozo). Desglose de Calorías: 38% grasa, 44% carbh, 18% prot.</p>
<b>PRESENTACIÓN</b>	<p>La presentación se hace principalmente en cajas/ tablas o platos llanos y en recipientes de vidrios de figuras.</p>
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<p>Se pueden utilizar diversos ingredientes como carnes, verduras, pescados y diversos quesos en la preparación de la pizza. El uso de la salsa de tomate no es obligatorio, de hecho, tradicionalmente, se habla de "pizze rosse" o pizzas rojas y de "pizze bianche" o pizzas blancas según los ingredientes se coloquen sobre una capa de salsa de tomate o directamente sobre la masa de la pizza.</p>
<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	<p>Su conservación es caliente, al ambiente y refrigeración.</p>
<b>FOTO</b>	

<b>OBTENIDO DE:</b>	<a href="https://sites.google.com/site/ultrasandwicheslol/home/La-pizza-y-sus-caracteristicas">https://sites.google.com/site/ultrasandwicheslol/home/La-pizza-y-sus-caracteristicas</a>
---------------------	---

Tabla 26- Ficha Técnica De Productos Gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

### 4.3. Resultado esperado Objetivo 3

#### 4.3.1. Introducción

A partir de la información obtenida de la ficha metodológica se realizaron un total de 385 encuestas en línea a través de un formulario y por medio de la recepción de un Hotel a visitantes de la ciudad de Manta mayores de 18 años que permanecieron en la ciudad por lo menos un día, con el objetivo de identificar las preferencias de los turistas por la gastronomía de la ciudad de Manta.

#### Ficha metodológica para la encuesta

##### Objetivos

- Estructurar una encuesta sobre las preferencias de los turistas en relación con la oferta gastronómica ofrecida por los restaurantes seleccionados.

##### Universo

- Visitantes de la ciudad de Manta mayores de 18 años que permanecieron en la ciudad por lo menos un día.

##### Metodología

- Encuesta en línea a través de un formulario y por medio de la recepción de un Hotel.

##### Muestra

- Se realizaron un total de 385 encuestas en la ciudad de Manta, el tamaño de la muestra (n=385) para poblaciones infinitas por desconocer el total de la población; se determinó

mediante la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2}$$

n= 385

Donde:

- n= Tamaño de la muestra
- Z= Valor de Z crítico, llamado también nivel de confianza. Equivalente al 1.96
- p= Proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia
- q= Proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio (1 - p)
- d= Nivel de precisión absoluta. Equivalente al 0.05
- El nivel de confianza empleado fue del 95%, la proporción p= 0.5 y el error permitido fue del 5%.

### **Campo**

- El trabajo de campo se efectuó en los meses que se detallan a continuación:
- Agosto y septiembre del 2021.

A continuación, se presentan los gráficos de resultados:

1.- Género  
385 respuestas

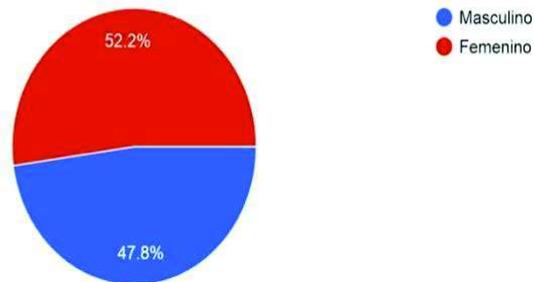


Gráfico 1- Género

#### Análisis

De acuerdo con los resultados del gráfico 1, podemos visualizar que de las 385 personas encuestadas un (52.2%) de la población fue de género femenino y un (47.8%) del género masculino.

2.- Nivel ocupacional  
385 respuestas

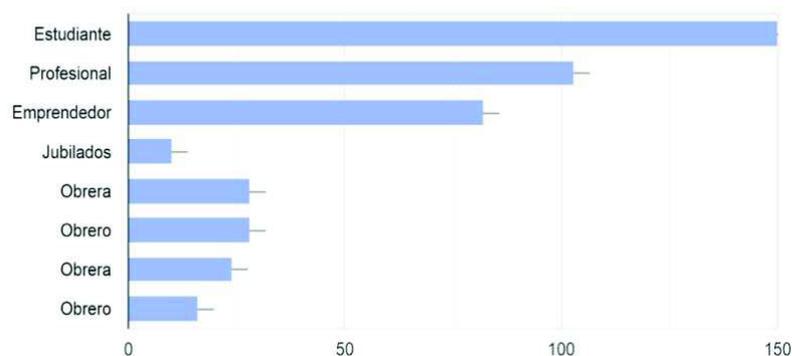


Gráfico 2- Nivel ocupacional

#### Análisis

En el gráfico 2, muestra que el (39%) de la población encuestada quienes visitan la ciudad de

Manta corresponden a estudiantes, el (26.8%) profesionales, (21.3%) emprendedores, (2.6%) jubilados y un (10.3%) correspondes a obreros.

3.- Escoja su gasto promedio de consumo gastronómico  
385 respuestas

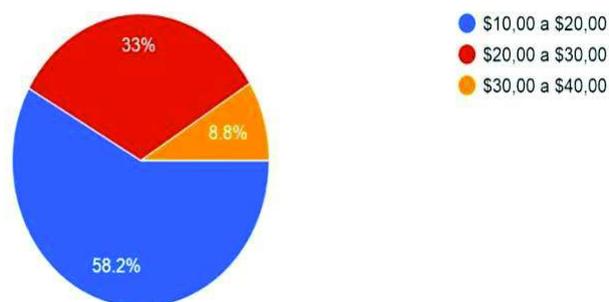


Gráfico 3- Gasto promedio de consumo gastronómico

#### Análisis

En el grafico 3, sobre el gasto promedio de consumo gastronómico se puede identificar que el (58.2%) de las personas encuestadas tienden a gastar de \$10.00 a \$20,00 dólares en productos gastronómicos, el (33%) de \$20,00 a \$30,00 dólares y el (8.8%) de \$30,00 a \$40,00 dólares de gastos en productos durante la visita a la ciudad de Manta.

#### 4.- Lugar de residencia

385 respuestas

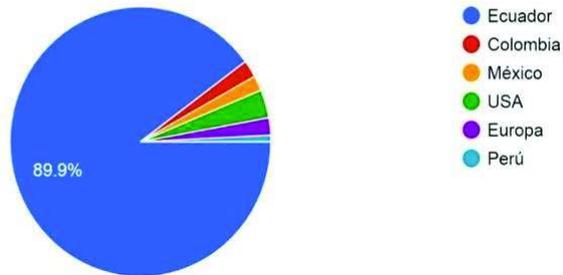


Gráfico 4- Lugar de residencia

#### Análisis

De acuerdo con los resultados representados en el gráfico 4, el (89.9%) de la población encuestada es de Ecuador, el (2,1%) de Colombia, el (1.8) de México, el (3.4%) de USA, el (2,1%) de Europa y el (0.8) corresponde a Perú.

#### 5.- ¿Cuáles son sus preferencias gastronómicas cuando visita la ciudad de Manta?

385 respuestas

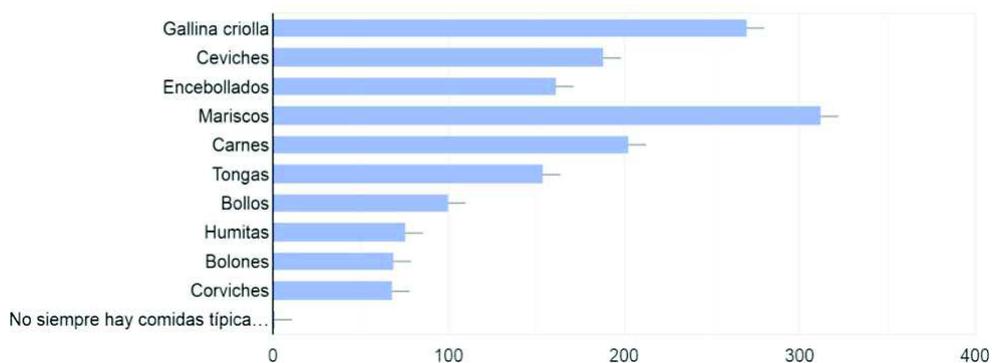


Gráfico 5- Preferencias gastronómicas al visitar la ciudad de Manta

#### Análisis

De acuerdo con los resultados del gráfico 5, podemos visualizar que las 385 personas encuestadas pudieron elegir varias opciones acerca de los productos gastronómicos de la ciudad de Manta en lo que el (70.1%) eligió gallina criolla, el (49.1%) ceviches, el (42.1%) encebollados, el (81%) mariscos, el (52.7%) carnes, el (40%) tongas, el (26%) bollos, el (19.7%) humitas, el (17.9%) bolones y el (17.7%) corviches, teniendo así como resultado que los visitantes tienen como preferencias primordial los productos criollos y marinos.

6.- ¿Conoce usted cuál es el producto gastronómico que identifica a la ciudad de Manta?  
385 respuestas

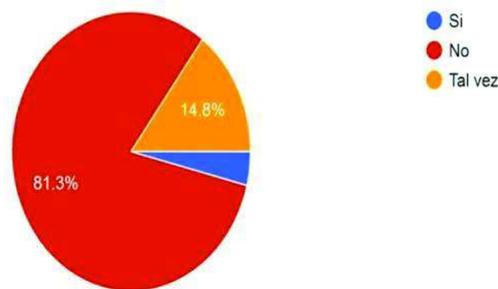


Gráfico 6- Producto gastronómico que identifica a la ciudad de Manta

#### Análisis

En la gráfica 6, se puede identificar que existe un (3.9%) que menciona si conocer el producto gastronómico que identifica a la ciudad, el (81.3%) no conoce la identidad y un (14.8%) menciona que tal vez, de acuerdo con el resultado se puede mencionar que la mayor parte de la población encuestada no conoce la identidad del producto gastronómico de la ciudad de Manta.

7.- Escoja cuáles son sus principales motivaciones para visitar la ciudad de Manta  
385 respuestas

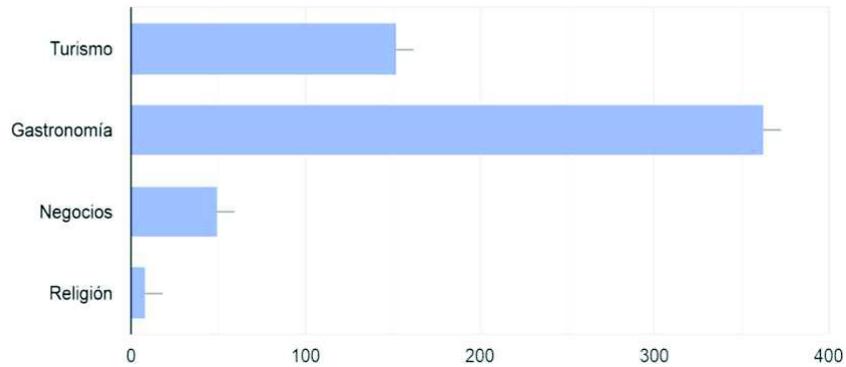


Gráfico 7- Principales motivaciones para visitar la ciudad de Manta

#### Análisis

De acuerdo con el gráfico 7, los encuestados en su selección múltiple indicaron que el (39.5%) es motivado por el turismo, el (94.3%) por la gastronomía, el (13%) por negocios y el (2.1%) por la religión, en este caso se puede identificar que en su mayoría visitan la ciudad de Manta por su diversa gastronomía.

8.- Considera necesario que en la ciudad de Manta se definan rutas gastronómicas  
385 respuestas

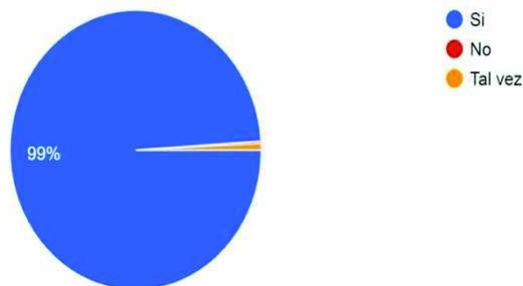


Gráfico 8- Rutas gastronómicas

#### Análisis

En el grafico 8, se puede identificar claramente que el (99%) de los encuestados mencionaron que si es necesario que se definan rutas gastronómicas en la ciudad de Manta, el (0.3%) no y el (0.7%) tal vez.

9.- ¿Cuál de las siguientes opciones de rutas gastronómicas usted escogería en una visita a la ciudad de Manta?

385 &nbsp;&nbsp;respuestas

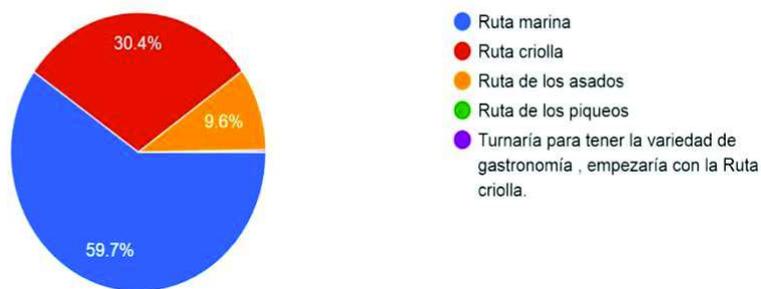


Gráfico 9- Rutas gastronómicas a escoger

### Análisis

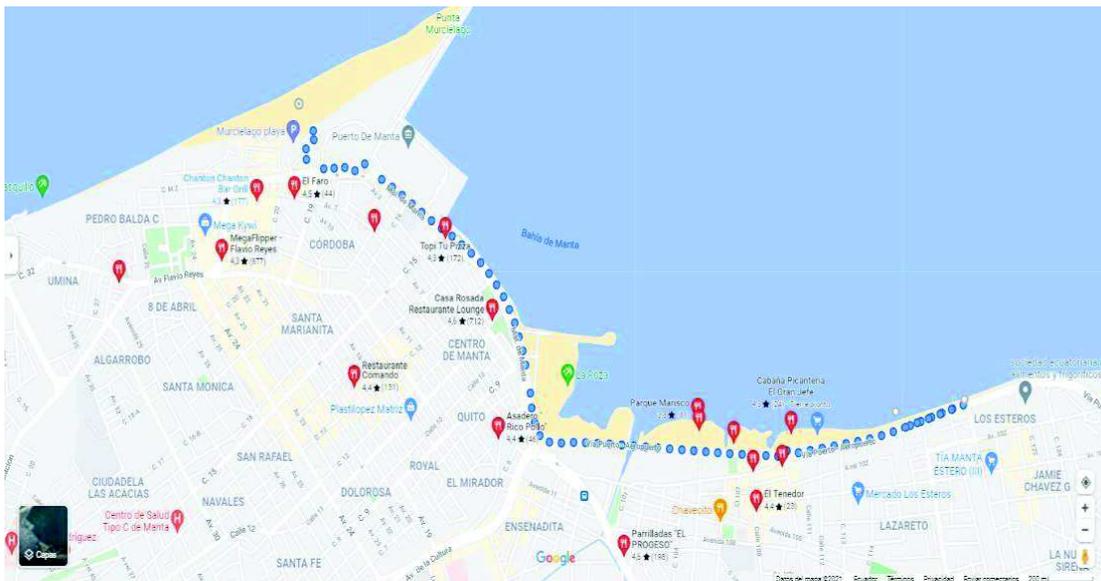
De acuerdo con los resultados del grafico 9, el (59.7%) de la población escogió la ruta marina seguida de la ruta criolla que obtuvo el (30.4%), el (9.6%) la ruta de los asados y el (0.3%) que menciona que se turnaría para tener la variedad de gastronomía de la ciudad.

## 4.4. Resultado esperado Objetivo 4

### 4.4.1 Introducción

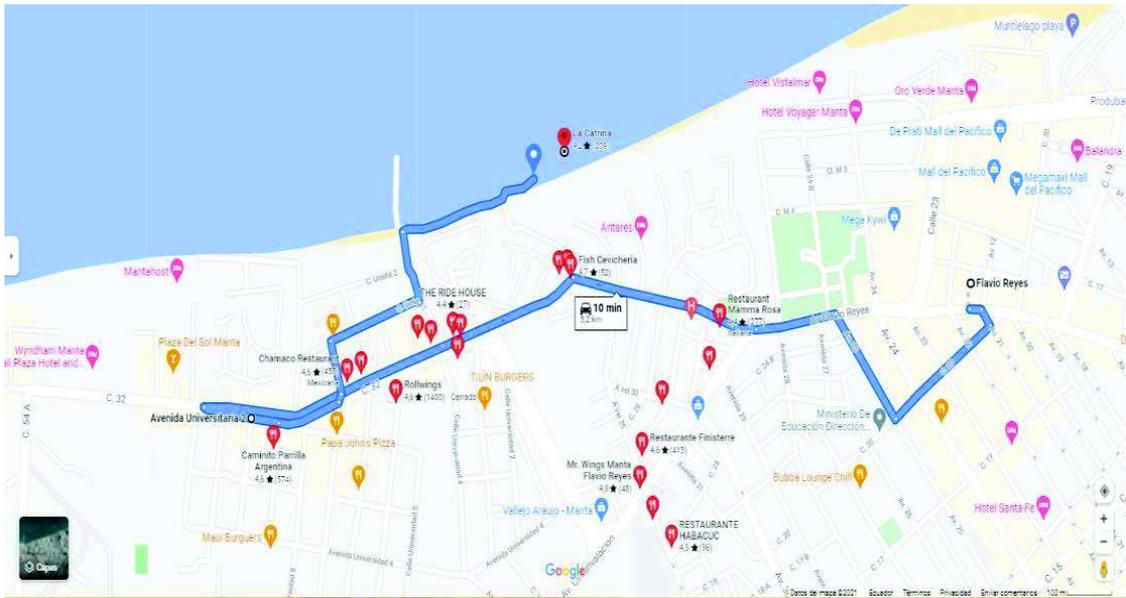
A partir del resultado esperado sobre la base de datos sobre los restaurantes y su oferta gastronómica se plantean las siguientes rutas gastronómicas para la ciudad de Manta mediante el uso de Google Maps, aplicación que nos permite la planificación de la ruta propuesta.

#### Ruta Marina, Ruta Criolla, Ruta Carnes y Asados, Ruta Comida rápida



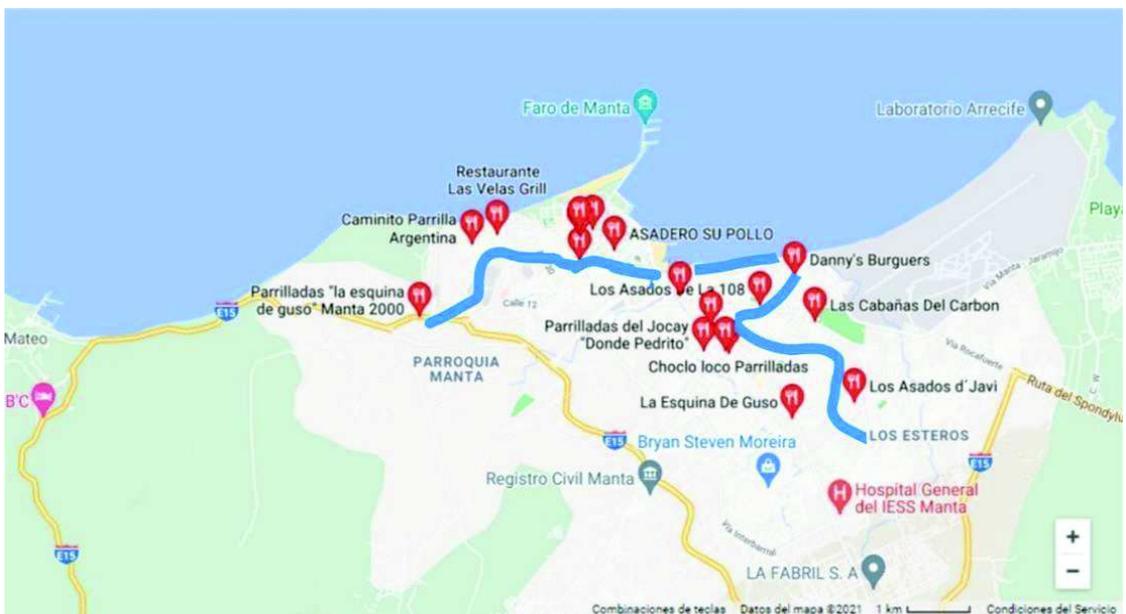
Ruta 1- Ruta marina.

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/>



Ruta 2- Ruta Mixta Criolla, carnes, mariscos, chifas, piqueos.

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/>



Ruta 3- Ruta Carnes y Asados.

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/>

## Conclusiones

- La ciudad de Manta es considerada con gran variedad de productos gastronómicos es por eso por lo que de acuerdo con las fichas de los productos gastronómicos se demostró cuáles son los más relevantes, es decir se identificó en su gran mayoría que el turista prefiere productos marinos.
- De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas a los turistas que visitan la ciudad de Manta, se concluye que los turistas que visitan la ciudad mantienen grandes preferencias gastronómicas por los mariscos, seguido de los alimentos criollos y carnes es por ellos que se pretende plantear una propuesta sobre rutas gastronómicas que faciliten el acceso al consumo de dichos productos.
- De acuerdo con la base de datos de los restaurantes de la ciudad de Manta en el año 2020 se pudo identificar un total de 215 restaurantes entre los cuales están clasificado por su oferta gastronómica como lo son los mariscos, carnes, criollas y comidas rápidas.
- Con base en la problemática, ¿De qué manera se identifican las preferencias gastronómicas de los visitantes de la ciudad de Manta para la creación de rutas gastronómicas? Podemos concluir que la población de la ciudad identifica sus productos gastronómicos de acorde a su ubicación geográfica en este caso son de productos marinos, es decir que la ruta gastronómica preferencial es la ruta marina.
- A consideración de los resultados se define la ruta gastronómica marina ya que existe una amplia cadena de restaurantes que ofrecen este servicio, además es la más acogida por los turistas.

## **Recomendaciones**

- Analizar las posibilidades de desarrollo de rutas gastronómicas basadas en las preferencias de los ciudadanos mediante reglas de inferencia y así llegar a satisfacer las necesidades de los turistas que visitan la ciudad de Manta.
- Realizar estudios avanzados sobre la identidad gastronómica que tiene la ciudad de Manta con la finalidad de proporcionar la información correcta a los visitantes.
- Actualizar información constantemente en canales de promoción sobre los productos gastronómicos que ofrecen los restaurantes de ciudad de Manta.
- Dirigir una recomendación a la Dirección Municipal de Turismo, para que considere la implementación de rutas gastronómicas y así poder incluirlas para su desarrollo en el nuevo plan de Turismo 2030 del Cantón Manta.

## Referencias Bibliográficas

- Aizega. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
- Baquero, X. (2016). *Definición de rutas como complemento del desarrollo*. Quito: Facultad de artes y humanidades.
- Díaz, M. (2019). *Marketing turístico*. Mabel Cajal .
- José Antonio Folgado, P. R. (2017). *Productos gastronómicos con identidad y desarrollo del destino turístico*. España: International Journal of Scientific Management and Tourism.
- Montecinos, A. (2016). *¿Qué es un Producto Gastronómico y Turístico?* Mexico: CEGAHO Centro Empresarial Gastronómico Hotelero.
- Mouthino, W. Y. (2019). *¿Que es el marketing turístico?*. Mabel Cajal .
- Oliveira, S. (2011). *La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino*. Buenos Aires : Instituto Politécnico de Leiria.
- OMT, O. M. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronomico*. España : Organización Mundial del Turismo (OMT).
- Pololikashvili, Z. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. España : Organización Mundial del Turismo (OMT).
- Quintero, G. V. (2018). *Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente*. Bahía de Caráquez: El periplo sustentable.
- Reyes, G. &. (2020). *Estudio gastronómico de la parroquia Iloa*. Quito: Stefany Paredes Cevallos.
- Schulter. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Madrid: Basque Culinary Center.