

Traditional gastronomy: tastes and preferences of the inhabitants of the canton Santa Rosa, El Oro, Ecuador

Gastronomía tradicional: gustos y preferencias de los habitantes del cantón Santa Rosa, El Oro, Ecuador

Paulina Lisette Bermeo Tamayo¹, Juan José Elizalde Méndez², Melissa Paulina Calle Iñiguez³

¹ Estudiante, Universidad Técnica De Machala, Machala – El Oro – Ecuador. E-mail: pbermeo1@utmachala.edu.ec

² Estudiante, Universidad Técnica De Machala, Machala – El Oro – Ecuador. E-mail: jelizalde2@utmachala.edu.ec

³ Doctora Ciencias Empresariales, Magíster en Planificación Turística. Docente Titular de la Universidad Técnica de Machala. E-mail: mpcalle@utmachala.edu.ec

*Corresponding author: Melissa Calle, email: mpcalle@utmachala.edu.ec

Received: 2020-12-25

Accepted for publication: 2020-12-31

Published: 2020-12-31

ABSTRACT

In the present work of investigation, it was possible to determine the tastes and preferences of the citizens of Santa Rosa, pertaining to the province of El Oro, Ecuador, identifying the problematic one of this sector, where other culinary techniques of diverse countries have appeared, generating in the population a tendency or inclination to consume with greater enhancement the foreign gastronomy; raising the objective to identify the tastes and nutritional preferences of the inhabitants and how the foreign cultures influence in the gastronomy of the Canton. A descriptive methodology was used, allowing the identification of the object of study, providing a qualitative and quantitative approach together with the research instruments used (surveys and interviews). The results of the study, gave a new perspective, because the city is characterized by the wide variety of gastronomy based on seafood, it was possible to establish that the tastes are red meat 22% and seafood 39.3%, also identifying if their nutrition is adequate, however, the results were high consumption of fast food and low consumption of vegetables; As for the influence of foreign food, it has no major relevance within the inhabitants, since most of them prefer local or typical food; finally, the representative raw material of the canton for the elaboration of the local gastronomy is seafood, coinciding with the majority of the inhabitants' tastes.

Key words: Tastes, Preferences, Gastronomy, Nutrition, Tourism.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación, se pudo determinar los gustos y preferencias de los ciudadanos de Santa Rosa, pertenecientes a la provincia de El Oro, Ecuador, identificando la problemática de este sector, donde se han presentado otras técnicas culinarias de diversos países, generando en la población una tendencia o inclinación a consumir con mayor realce la gastronomía extranjera; planteando el objetivo de identificar los gustos y preferencias alimenticias de los habitantes y cómo influyen las culturas extranjeras en la gastronomía del Cantón. Se utilizó una metodología de tipo descriptivo, permitiendo identificar el objeto de estudio, brindando un enfoque cualitativo y cuantitativo en conjunto con los instrumentos de investigación utilizados (encuestas y entrevistas). Los resultados del estudio, dieron una nueva perspectiva, debido a que la ciudad se caracteriza por la amplia variedad de gastronomía a base de mariscos, se pudo establecer que los gustos son las carnes rojas 22% y mariscos 39,3%; además se identificando si su nutrición es adecuada, sin embargo, los resultados se obtuvo un alto consumo de comida rápida y el poco consumo de vegetales; en cuanto a la influencia de comida extranjera no tiene mayor relevancia dentro de los habitantes, ya que de la población prefieren mayoritariamente la comida local o típica; por último la materia prima representativa del cantón para la elaboración de la gastronomía local son los mariscos coincidiendo con los gustos mayoritarios de los pobladores.

Palabras clave: Gustos, Preferencias, Gastronomía, Nutrición, Turismo.

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno social en el cual se ve involucrado factores económicos, ambientales y culturales, donde conlleva a un deseo de satisfacción de necesidades y motivaciones que son de carácter individual, además entre dichas motivaciones se puede encontrar el ocio, negocios, gastronomía, entre otros.; en el último motivo estipulado que es la gastronomía, varios países reciben turistas debido a que dicha modalidad, motivados por descubrir nuevos sabores y técnicas culinarias de un territorio particular.

Por ello el turismo gastronómico se involucran a varios actores, como: los agricultores que cultivan los productos alimenticios, los gastrónomos quienes transforman la materia prima en un plato para su consumo y el cliente quien, por ello es una cadena que beneficia a todos quienes participen de ella. En este contexto el cantón Santa Rosa la gastronomía tradicional o típica se basa en productos del mar, que a su vez logrando reconocimientos locales, no obstante, en los últimos se ha presentado los fenómenos de movimiento migratorios en el país lo que ha ocasionado influencias técnicas culinarias de diversos países (Venezuela, Perú y China), dando como hecho que los habitantes tengan tendencia a consumir una gastronomía diferente. Por ello, la gastronomía se involucra una interacción social entre individuos, donde implica ciertos factores para la práctica alimentaria es el ingreso económico, o inclusive desde la idiosincrasia la cual se va formando desde la infancia hasta la adultez.

La gastronomía proporcionando sabores y platos únicos, de esa forma se demuestra indirectamente la tradición, las costumbres y el estilo de vida de los habitantes en un determinado territorio, además es aprovechada como actividad económica y desde una perspectiva turística se desarrolla la modalidad de turismo gastronómico, en el cual tiene influencia de las motivaciones del turista en conocer nuevos sabores. En los antecedentes expuestos que radica la importancia de identificar las preferencias gastronómicas de los santarosenses.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Gustos y preferencias alimentarias

Para conocer sobre los gustos y preferencias alimentarias, primero se necesita tener noción acerca del consumo y

consumidor, el cual el autor Reynolds (2013) toma en cuenta que consumir tiene interacción con los productos para poder satisfacer las necesidades y deseos, donde se ve involucrado los gustos y las preferencias. Por otra parte, el consumidor es la persona que “tiene la independencia innata de elegir los medios que se crean pertinentes para saciar dichas necesidades” (Pedraza, Peñardo, Rodríguez, & Marulanda, 2018, pág. 30); con ello también el autor Vivar (1992) acota que las actividades de compra de los consumidores son acompañadas por diferentes circunstancias, aquí interviene el comportamiento o conducta del consumidor que resulta ser compleja e incierta.

Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor se ocupa del estudio de los procesos de decisión y de los actos de los individuos relacionados con la obtención, el uso y el consumo de los productos y servicios, añadiendo que este cambia con el ciclo de vida y el tipo de producto. (Quintero, 2015, pág. 113)

Necesidades del consumidor

Las necesidades como se cita en (Puig, Sabater, & Rodríguez, 2012, pág. 6) “se entiende de esa forma cuando hay falta de bienes para cubrirla y cuya superación se impone al sujeto con gran prioridad para poder continuar su vida individual”. Las necesidades del consumidor son base o se fundamentan de un marketing moderno, por ello la Teoría de Maslow es la de mayor representatividad, ofreciendo una explicación con claridad y profundidad; el cual el autor Quintero (S.f.) menciona esta teoría que propone una jerarquización de las necesidades y factores que motivan a las personas, por lo cual se logra identificar cinco categorías de necesidades y se construye considerando un orden de rango.

Análisis sensorial (motivos)

El análisis sensorial de los alimentos se los ejecuta mediante los órganos de los sentidos, es decir la persona realiza una evaluación totalmente subjetiva; también se lo puede definir que “la evaluación sensorial como disciplina científica utiliza para evocar, medir, analizar e interpretar las reacciones a aquellas características que son percibidas por los sentidos...” (Picallo, 2009).

Hábitos alimentarios

La alimentación es una actividad que las personas lo realizan intrínsecamente, lo cual conlleva que se adquiere sustancias desde el exterior (nutrientes) que contienen los alimentos que se obtiene de una dieta; los hábitos alimentarios se inicia a producirse a partir desde la infancia el cual se va adquiriendo diversas costumbres alimentarias; para una mejor definición los autores Macías, Gordillo, & Camacho (2012) ,puntualizan que son manifestaciones reiterativas en los comportamientos grupales, colectivas e individuales, adaptándose de una manera directa e indirectamente en las prácticas socioculturales. Los hábitos alimentarios inician desde la familia creando una base de alimentación y se van desarrollando de acuerdo al entorno (territorio) al que se pertenezca, dando paso que la persona genere su propia dieta (Nutrición).

Patrimonio gastronómico

El patrimonio gastronómico se base en el reconocimiento más pero representativo de un plato típico de una localidad o región que ha forma parte de la identidad cultural de la misma, apreciando tradiciones de sus antepasados; por ello ayuda en abarcar conocimientos de los antepasados, las técnicas de uso y sus preparaciones, como lo menciona el autor Herrera (2018) el patrimonio gastronómico se funciona con la recolección estos saberes, en su difusión y defensa de los mismos, que en ciertas localidades son importantes para su desarrollo.

Tradicional

Según Unigarro (2010) define lo tradicional en materia gastronómica donde lo típico es aquello por lo cual una persona estando fuera de su localidad no puede consumir o disfrutar de cierta preparación especial propia territorio. Lo tradicional puede ser muy subjetivo, pero lo que se recalca es que dicha preparación se quede grabado en la memoria, esto es el resultado de la transmisión de conocimientos de generación en generación.

Plato Típico

El plato típico o comida típica como también se la puede conocer “se le llama aquellos platillos con características especiales y únicas que se tienden a realizar con frecuencia en un lugar”. (Sangucho, 2014); además la materia prima que es empleada, en su mayoría es propia de la zona

en la cual se desarrolla, o también se lo puede considera un plato típico aquel que ha pasado de generación en generación manteniendo su método de elaboración.

METODOLOGÍA

Método

Se empleó el método descriptivo con un enfoque cuali-cuantitativo, lo que permitió identificar a los gustos y preferencias en función a gastronomía. El objeto de estudio del presente trabajo son los gustos y preferencias alimentarias y como unidad de estudio fue el cantón de Santa Rosa, ubicado al sur del Ecuador.

Población y Muestra

Se identificó población económicamente activa de la parte urbana son: 20580 de Santa Rosa y en correlación a la población escogida también se seleccionó los restaurantes más representativos de la ciudad para la aplicación del instrumento metodológico, tipo encuesta dirigida a los clientes de los establecimientos de alimentos y bebidas. Se empleó el muestreo probabilístico, es decir que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de la representatividad de la muestra extraída; por ello se obtiene de la siguiente fórmula estadística:

$$\begin{aligned} N &= 20580 \\ K &= 1,96 \\ e &= 5\% \\ p &= 0.5 \\ q &= 1-p \end{aligned}$$

Por lo tanto, la muestra está conformada por: 377 personas Los instrumentos metodológicos que se emplearon son: encuestas dirigida a la población económicamente activa, por ello los autores López & Fachelli (2015) estipula que es una técnica de recolección de datos, mediante la interrogación de personas con la finalidad de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que son derivados de la problemática de investigación.

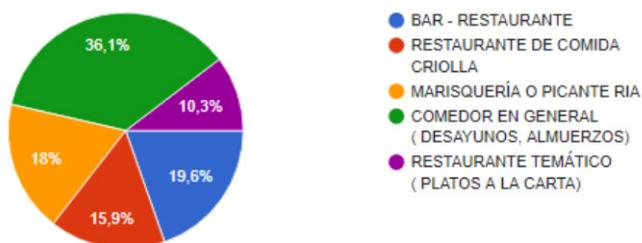
Además se empleó la técnica de entrevista, la cual fue dirigida para propietarios de empresas de alimentos y bebidas, tipo restaurante donde tienen su historia y reconocimientos gastronómicos que han permitido promover la gastronomía típica. Por ello n criterio de los autores Díaz,

Torruco, Martínez, & Ruiz, (2013) la entrevista es una investigación cualitativa para recabar datos que se propone con el fin de una conversación, es decir un instrumento que adopta un diálogo entre dos sujetos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1.- ¿En qué tipo de establecimiento acude con mayor frecuencia para su alimentación?

Gráfica N° 1: Tipos de Establecimientos

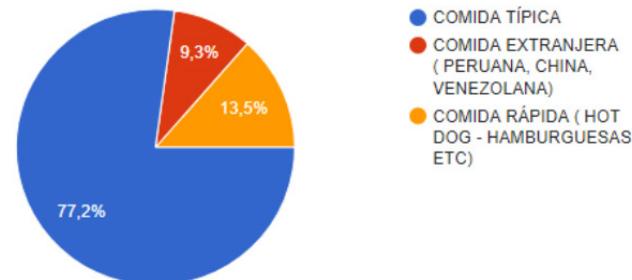


Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Se determinó, los establecimientos de restauración que acuden con mayor frecuencia los ciudadanos de Santa Rosa, en el cual se puede evidenciar que el 36,1% acuden a un comedor general, luego desciende a un 19,6% donde tienen preferencia a bar – restaurante, terminando en una semi- linealidad del 18%; 15,9%; 10,3% para los demás establecimientos; en este previo contexto se puede apreciar que las preferencias hacia un establecimiento de restauración por parte de los santarroseños son para los comedores en general, donde su menú es de carácter tradicional del cantón e inclusive de la provincia. Por ello, acotando a los autores Saiz & otros (2014) menciona que los comedores son mayormente utilizados solo de paso, es decir solo para satisfacer la necesidad del usuario para alimentarse y no se lo utiliza como un espacio de relación entre los clientes, además es un establecimiento que se lo puede encontrar con mayor medida a comparación de otros tipos; por ello los comedores generales. Además, los santarroseños se inclinan por otros tipos de establecimientos, pero en una menor medida, en función a eventos especiales según manifestó la población.

2.- ¿Qué tipo de comida usted prefiere?

Gráfica N° 2: Tipos de Comida



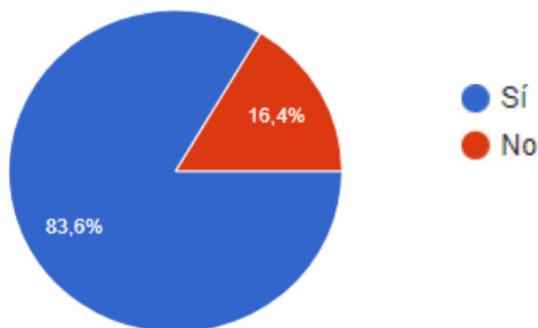
Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Se identificó la preferencia de las comidas por parte de los ciudadanos santarroseños teniendo una predilección a la comida típica con un 77,2%, además en menor medida se observa también la tendencia de comida rápida 13,5% y por último la comida extranjera (Peruana, China y Venezolana) con un 9,3%; analizando la premisa, se determina que los ciudadanos se inclinan por la comida típica, a pesar de que se oferta en igual medida las comidas rápidas y extranjeras que en perspectiva no tienen mayor procedencia, en los gustos de los platos de los ciudadanos.

En afirmación a lo antes expuesto, los autores Meléndez Torres & Cañez De la Fuente (2010) hace referencia que la comida tradicional o típica permite conocer las características sociales y económicas de la localidad, además permite apreciar el modo de vida de cierto grupo social, por ello, la gastronomía típica forma parte del patrimonio intangible de una sociedad o comunidad, que es la pieza clave de un elemento cultural.

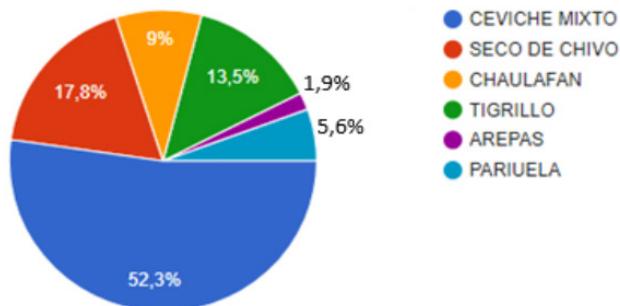
3.- ¿Conoce usted los platos típicos del cantón?

Gráfica N° 3: Conocimiento de Platos Típicos



Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Gráfica N °4: Platos Típicos



Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Se determinó que la población económicamente activa, el 83,6% conoce acerca de la variedad de la gastronomía tradicional del cantón (gráfica n° 3), mencionando los que más han consumido entre ellos (gráfica n° 4): el Ceviche Mixto que en conjunto con la segunda gráfica es el plato que se ha consumido o que se lo conoce mayormente entre los pobladores con el 52,3%; en adición también se ve reflejado que entre los platos típicos que son mencionados es la parihuela 5,6%; 17,8% Seco Chivo siendo este uno de los más sobresalientes del cantón; sin embargo existe una parte de la población que desconoce cuáles son los verdaderos platos, de los cuales manifestaron que han consumido con mayor frecuencia el Tigrillo con un 13,5% e inclusive se refleja la confusión de otros platos internacionales como el Chaulafan (Plato tradicional del Perú) con el 9%, y las Arepas (plato de Venezuela y Perú) con el 1,9%; en tal contexto la mayor población encuesta, tiene los conocimientos de cuales verdaderamente son los platos típicos, por otro lado en una minoría los individuos desconocen de dichos platos, creando una posible confusión con su identidad cultural en la materia gastronómica.

Ilustración 1 - CECICHE MIXTO



Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Ilustración 2 - SECO DE CHIVO



Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Ilustración 3 - CHAULAFAN



Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Ilustración 4 - TIGRILLO



Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Ilustración 5 - AREPAS



Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Ilustración 6 - PARIHUELA

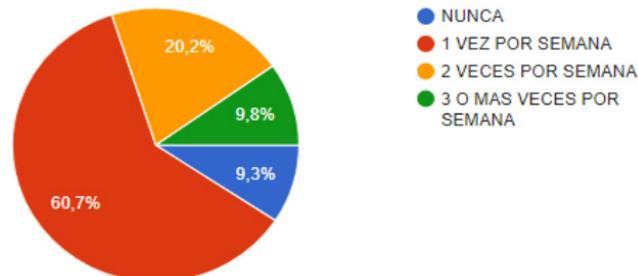


Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Por ello mencionando al autor Ortega, Yáñez, & Vaca, (2018) afirma que la gastronomía es un elemento de identidad cultural, donde se ve conformado por la transmisión de costumbres alimenticias mediante el aprovechamiento de los productos de materia prima entre ellos los agrícolas y los del mar, además de las tradiciones gastronómicas la población tiene influencia en el proceso de transformación y utilización de los ingredientes.

4.- ¿Con qué frecuencia asiste a un lugar para degustar platos típicos?

Gráfica N° 5: Frecuencia de Lugar



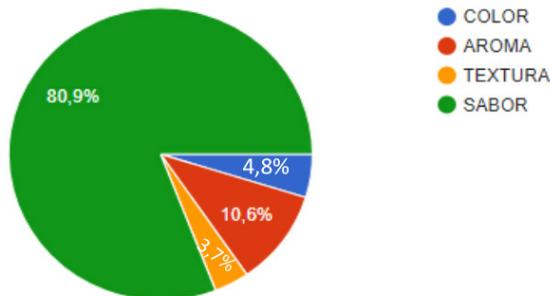
Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Se precisó la frecuencia que acuden los pobladores a los diversos establecimientos de restauración para el respectivo consumo de los platos típicos, del cual se observa que mayormente la población asiste una vez por semana con el 60,7%, de ahí desciende al 20,2% donde asisten dos veces por semana y en penúltimo con el 9,8% acuden tres veces por semana y, por último, el ítem de Nunca con el 9,3% el cual se lo puede entender que este nicho de población prefiere la preparación de los platos típicos en sus casas. Por ello en el entorno reflejado se evidencia que la población tiene la tendencia de salir a degustar los platos típicos una vez por semana, buscando primero satisfacer su necesidad de alimentarse y segundo creando interacciones entre ellos.

En tal contexto los autores Uzcátegui & otros (2018) corroboran que las personas al momento de asistir algún establecimiento de restauración buscan compartir un momento ameno entre amigos o familiares, y a la vez pueden tomar en consideración aspectos fundamentales en la decisión de asistir a estos tipos de establecimientos como el precio, ambiente y tipo de comida e inclusive menciona que, para los comensales, resulta difícil escoger algún establecimiento, porque pueden ser muy numerosos y otro por oferta comida típica, rápida e internacional.

5.- ¿Cuál es la razón en la elección de su comida?

Gráfica N° 6: Razón Sensorial



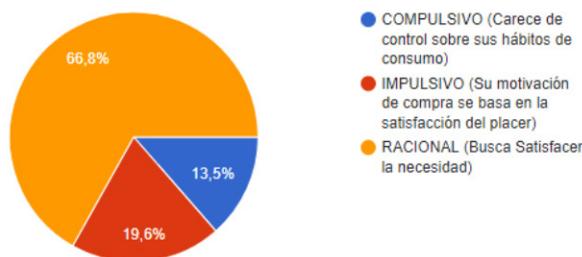
Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Se determinó que las razones para la elección de platos gastronómicos en los aspectos sensoriales en el cual se predomina con el 80,9% el Sabor, de ahí se observa la disminución en la elección el cual el aroma opta por el 10,6%, el 4,8% el color y por último la textura con el 3,7%; por lo tanto la población encuestada tienen la tendencia de escoger sus platos a través del sabor en el cual mencionaron que los condimentos o sazón de dichos alimentos son la principal atracción para ellos, sin embargo en una minoría de población tienen una diferencia de percepción para elegir los platos el cual intervienen el color, aroma y textura.

En acotación el autor Cárdenas, & Otros (2018) afirman que el análisis sensorial o evaluación sensorial ayuda a interpretar las reacciones humanas y que permiten caracterizar los alimentos y materiales que pueden ser percibidos a través de los cinco sentidos de un individuo, además se recalca que la percepción de los individuos es subjetiva y se dificulta su medición, por otra parte, la tendencia de la población mayormente tiende a la inclinación del sabor para la aprobación de los alimentos.

6.- ¿De qué manera realiza la compra de los alimentos?

Gráfica N° 7: Tipos de clientes



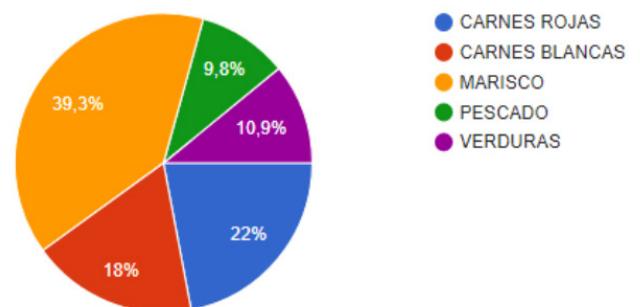
Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Se identificó acerca de la forma de adquisición de platos, el cual en mayor medida se impone el modo racional; donde busca sencillamente el de cumplir con la satisfacción de una necesidad en este caso sería el de alimentarse, por otra parte en una menor medida de la población encuestada utilizan el modo de compra impulsivo con 19,6% y el compulsivo con 13,5%; en tal situación se capta que de la población encuesta al comprar alimentos son identificados como el tipo de consumidor racional donde su punto de vista son compras responsables; sin embargo también se demuestra que existen otros tipos de consumidores entre los población, el cual el tipo de consumidor impulsivo buscando el placer de compra, donde no se ve implicado a un sentido de compra y por último, lo consumidores tipo compulsivo carece de un control al momento de adquirir algún alimento es decir que posiblemente no lleve un control en sus hábitos alimentarios.

Por ello, el autor Raiteri, (2016) hace referencia que los tipos consumidores son influenciados por el hogar, llegando a un análisis sociológico, rechazando una universalidad; donde el tipo de consumidor racional tiene el sentido o entendimiento para que compra y por qué. Aunque el autor proponga que el 80% de las compras se lo realizan de carácter de tipo impulsivo; sin embargo, dicha situación con la población encuestada es de carácter racional.

7.- ¿Qué tipo de comida es de su preferencia?

Gráfica N° 8: Tipo de comida de preferencia



Fuente: Trabajo de Campo. 2019

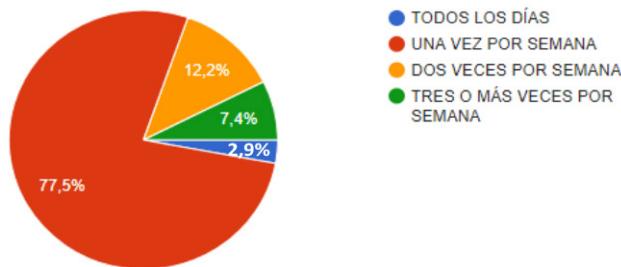
Se evidencia, que la población tiene preferencia de Mariscos con el 39,3%, se puede captar que existe una diferencia pequeña donde también la elección son de carnes rojas, de ahí se capta que los gustos de los santarroseños por carnes blancas son de 18% y en una minino sector sus elecciones son del Pescado con 9,8% y las verduras con el

10,9% ; en tal contexto, se observa que los gustos de los santarroseños por un alimento son dos de mayor rango como es el Marisco, ya que son un cantón que tienen una amplia oferta gastronómica por este tipo de materia prima y también se lo comparte con las carnes rojas.

Por ello, los autores Ortega, Yáñez, & Vaca, (2018) corroboran que la comida ecuatoriana es una cocina que predomina una variedad de ingredientes, el cual tienen acceso a 3 diferentes tipos de recursos culinarios, como pescado, granos y carnes, en tal contexto la mayor aceptación por parte de los santarroseños son los mariscos y carnes rojas, en el cual por parte del primer elemento han creado platos típicos, el cual han sido trascendentales en la gastronomía ecuatoriana, siendo aceptada por los turistas nacionales e internacionales.

8.- ¿Qué frecuencia consume comida rápida o fast food (Hamburguesas, Papas fritas, Hot dog pizza. entre otros)?

Gráfica N° 9: Frecuencia de comida rápida



Fuente: Trabajo de Campo. 2019

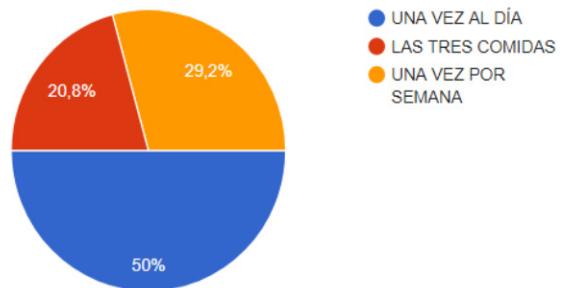
Se observa que el hábito de consumo por comida rápida el cual la población (gráfica n° 9) la mayor frecuencia es de una vez por semana con el 77,5% mayoritariamente, sin embargo cierta parte de la población decide aumentar su hábito de consumo de comida rápida entre estos ítems se encuentra: dos veces por semana 12,2%; tres o más veces por semana 7,4% y por último el ítem de todos los días con el 2,9%; en tal contexto se puede captar que los santarroseños también tiene la preferencia abundante de consumir comida rápida, llegando a dar una posible conclusión sobre sus hábitos alimenticios no son los correctos, es decir de que simplemente en sus comidas buscan la satisfacción de alimentarse, más no buscan una nutrición balanceada.

Por tal motivo, citando a los autores Castañeda Castaneira & otros. (2016) mencionan que por el debido consumo

de la comida rápida puede llegar a resultados negativos como desarrollar obesidad, creando un factor de riesgo a enfermedades asociadas, por ello los santarroseños se deben de concientizar para mejorar sus hábitos alimentarios y tenga un consumo responsable, tratando de evitar las diversas enfermedades que pueden producir por el exceso de comida rápida.

9.- ¿Qué frecuencia consume vegetales (SOPAS, ENSALADAS, VEGETALES AL VAPOR)?

Gráfica N° 10: Frecuencia de consumo de vegetales



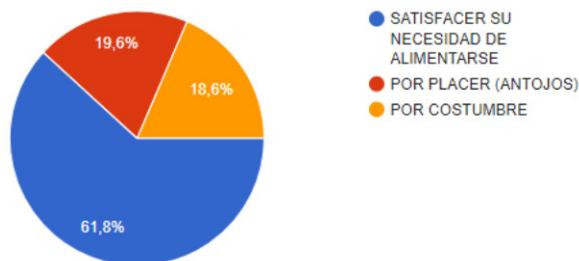
Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Se determinó, la frecuencia del consumo de vegetales por parte de la población encuestada obteniendo un resultado mayoritario que consumen por mínimo una vez por día con el 50%, por otra parte, se capta o se aprecia que dicha sociedad consume vegetales en sus distintas preparaciones, con un hábito de consumo del 29,2% una vez por semana y del 20,8% en las tres comidas necesarias, por tal motivo se puede percatar que los santarroseños consumen vegetales en diversas presentaciones una vez al día, sin embargo enfocándose a la anterior representación de comida rápida, no se permite visualizar una buena nutrición por parte del colectivo.

Por tal motivo, los autores Moñino & otros (2016) hace referencia que el consumo de vegetales, acompañado de frutas, insuficientes pueden considerarse como un factor de riesgo, donde mencionan a la Organización Mundial de la Salud en sus estudios que por la poca ingesta de vegetales y frutas ocasiona enfermedades cardiovasculares, respiratorias; pero si se consume con mayor frecuencia, reduce a un menor riesgo de enfermedades e inclusive de mortalidad.

10.- ¿Cuál es su principal motivo al hacer su compra?

Gráfica N° 11: Motivo de compra



Fuente: Trabajo de Campo. 2019

Se observa el motivo de compra, de parte de los pobladores para adquirir alimentos el cual se puede captar mayormente que la principal consideración es satisfacer la necesidad de alimentarse 61,8%; además se refleja que existen otros motivos de compra entre los pobladores como el 19,6% por la satisfacción de placer (antojos) y por otra parte también se encuentra por costumbre con un 18,6%; en tal contexto se refleje que los santarroseños buscan la satisfacción de alimentarse cumpliendo con una necesidad básica estipulada por la pirámide de Maslow.

Por tal motivo el autor Tosi & Serrano (2017) afirma acerca de la decisión de compra por parte del consumidor, se consideran las características del producto, donde se incluye varios aspectos interdisciplinarios, donde la sociedad es evolutiva, en especial sus gustos y preferencias lo cual son muy dinámicas debido a la globalización, por lo que los hábitos se han ido renovando a través del tiempo.

Análisis de entrevistas

De las entrevistas realizadas a los establecimientos representativos de la ciudad como son “Restaurante El Chivo” y “Picantería Jambelí” donde se ha obtenido la siguiente información, la cual ha sido pertinente, la cual se visualiza, entre los criterios de ambos establecimientos, son similares, donde en sus métodos de preparación para la gastronomía local, no ha surgido ningún cambio desde que adquirieron dichas técnicas culinarias, el cambio que de pronto ha surgido es mejorar la seguridad alimentaria que se le debe brindar a los clientes, los cuales en los establecimientos tienen consumidores o clientes locales, turistas nacionales y extranjeros.

Además, al tema de la materia prima representativa del

cantón en ambos establecimientos concuerdan que son los mariscos, coincidiendo con los gustos de los pobladores por otro lado con la competencia de comida extranjera no se han visto afectados, ya que tienen sus clientes potenciales fijos y mencionan que las preferencias de los pobladores hacia la comida local tendrán mayoritariamente preferencia.

CONCLUSIÓN

A manera de conclusión, se pudo identificar los gustos y preferencias alimenticias de los habitantes y cómo influyen las culturas extranjeras en la gastronomía del Cantón Santa Rosa. Se obtuvo como producto final de la investigación, que los ciudadanos prefieren degustar de los mariscos y también de carnes rojas, donde sus elecciones se basan mayormente por el sabor, además que la mayoría no tiene un buen control en sus hábitos alimenticios ya que el consumo de vegetales se pudo evidenciar que es mínimo generalmente. En tal contexto no es nada sencillo determinar los gustos y preferencias de las personas pues son subjetivas y complejas, donde se debe considerar aspectos importantes como las características del producto, la situación de compra y características del tipo de comprador en el cual los pobladores sobresalen por ser racionales al momento de la compra; en otras palabras, la alimentación es un aspecto interdisciplinario que abarca varios campos como la medicina, turismo, nutrición y la antropología. Otro aspecto importante a rescatar es que la colectividad conoce cuales son los platos típicos del cantón, donde los más mencionados han sido el Seco de Chivo y el Ceviche Mixto.

En adición de las encuestas realizadas, también se pudo determinar la materia prima representativa y que es base para la preparación de los platos típicos del Cantón, se pudo determinar que algunos establecimientos de restauración que tienen trayectoria brindando comida típica, donde el alimento que consideraron representativo siendo los mariscos coincidiendo con las respuestas de los pobladores; Por otra parte con el contexto de las culturas extranjeras gastronómicas entre la población, no tiene mayor relevancia con las preferencias, aunque en una minoría se inclinan por esta tendencia, no tienen mayor referencia al momento de la compra de los habitantes y en competencia con los establecimientos de restauración local.

REFERENCIAS

Alaguna, L., & Pinilla, N. (2017). Motivos y creencias que orienta el consumo ostentoso de dispositivos móviles "Smartphone" en jóvenes universitarios de pregrado Caso: Universidades Privadas de Bogotá. Universidad Santo Tomás, Bogotá. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2975/AlagunaLizeth2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Araya, L., & Pedreros, M. (2013). Análisis de las Teorías de Motivación de Contenido: Una aplicación al mercado Laboral de Chile del año 2009. *Revista de Ciencias Sociales*, IV (142), 45 - 61. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/153/15333870004.pdf>

Cárdenas, N., Cevallos, C., Salazar, J., Romero, E., Gállegos, P., & Cáceres, M. (Julio de 2018). Uso de pruebas afectivas, discriminatorias y descriptivas de evaluación sensorial en el campo gastronómico. *Revista Ciencias Técnicas y Aplicadas*, 4(3), 253 - 263. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6560198.pdf>

Castañeda Castaneira, E., Ortiza Pérez, H., Robles Pinto, G., & Molina Frechero, N. (2016). Consumo de alimentos chatarra y estado nutrición en escolares de la ciudad de México. *Revista Mexicana Pediatría*, 83(1), 15 - 19. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/pediat/sp-2016/sp161d.pdf>

Cordero, G. A. (2013). Aplicación del Análisis Sensorial de los Alimentos en la cocina y en la industria Alimentaria. (G. Cordero-Buseo, Ed.) Madrid, España. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Gustavo_Cordero-Buseo/publication/262561546_APLICACION_DEL_ANALISIS_SENSORIAL_DE_LOS_ALIMENTOS_EN_LA_COCINA_Y_EN_LA_INDUSTRIA_ALIMENTARIA/links/0a85e537fdb346e28d000000/APLICACION-DEL-ANALISIS-SENSORIAL-DE-LOS-ALIMENTOS

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Ruíz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 162 - 167. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

GAD DE SANTA ROSA. (2014 - 2017). Actualización del Plan de desarrollo ordenamiento territorial del cantón Santa Rosa. Obtenido de <http://www.santarosa.gob.ec/index.php/ins-planificacion/pdot-2014-2017?download=1621:pdot-2014-2017-santa-rosa>

Herrera, D. (2018). Investigación del Patrimonio Cultural Gastronómico del cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura. Trabajo de titulación, Universidad de las Américas. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/9771/1/UDLA-EC-TLG-2018-21.pdf>

Hurtado, A., & Perugachi, K. (2017). Estudio del Patrimonio Cultural Alimentario de las Comunidades Indígenas de la provincia de Cotopaxi y su aporte al desarrollo del turismo comunitario. Trabajo de titulación, Universidad de las Fuerzas Armadas, Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y Hotelera, Latacunga. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13308/1/T-ESPEL-ITH-0070.pdf>

López, P., & Fachelli. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. España: Universidad Autónoma de Barcelona. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf

Macías, A., Gordillo, L., & Camacho, E. (2012). Hábitos alimentarios de niños en edad escolar y el papel de la educación para la salud. *Rev Chil Nutr*, 39(3), 40 - 44. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rchnut/v39n3/art06.pdf>

Meléndez Torres, J., & Cañez De la Fuente, G. (2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios Sociales Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, (1), 182 - 204. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/417/41712087008.pdf>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2013). Patrimonio Alimentario ¿Qué es el Patrimonio Alimentario? Quito: El Telégrafo.

Moñino, E. R., MS, T., A, D., F, V., A, C., & París F, M. N.

- (2016). Evaluación de las actividades de promoción de consumo de frutas y verduras en 8 países miembros de la Alianza Global de Promoción al Consumo de Frutas y Hortalizas "5 al día". *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 20(4), 281 - 297. doi:10.14306/renhyd.20.4.242
- Ortega, Y., Yáñez, C., & Vaca, S. (enero - junio de 2018).** IDENTIDAD ÉTNICA A TRAVÉS DE LA CULTURA GAS-TRONÓMICA. MEMORIALIA. Artículo:17(15), 161 - 172. Obtenido de <http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-I/ARTICULO17.pdf>
- Pedraza, V., Peñardo, L., Rodríguez, A., & Marulanda, C. (enero / junio de 2018).** El Neuromarketing: Influencia en el consumidor y su importancia en el mundo del marketing en Colombia. *Convicciones*. Obtenido de <http://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/260/433>
- Picallo, A. (2009).** Análisis sensorial de los alimentos. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Obtenido de http://repositorioubi.sisbi.uba.ar/gsd/collect/encruci/index/assoc/HWA_257.dir/257.PDF
- Puig, M., Sabater, P., & Rodríguez, N. (2012).** Necesidades Humanas: Evolución del concepto según la perspectiva social. *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, 54. Obtenido de <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/monpuigllob.pdf>
- Quintero, J. (S.f.).** Teoría de las necesidades de Maslow. Obtenido de https://eva.udelar.edu.uy/pluginfile.php/607233/mod_folder/content/0/Teor%C3%ADa%20de%20Maslow.pdf
- Quintero, L. (2015).** El Sector Retail, los puntos de venta y el comportamiento de compra de los consumidores de la base de la pirámide en la comuna IO de la ciudad de Medellín. *Revista Ciencias Estratégicas*, 23(33), 109 - 118. doi: <http://dx.doi.org/10.18566/rces.v23n33a08>
- Raiteri, M. (2016).** El comportamiento del consumidor actual. Trabajo de Investigación, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza. Obtenido de http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitaes/8046/raiteri-melisa-daniela.pdf
- Reynolds, L. (octubre de 2013).** Percepciones y preferencias del consumidor de palmito fresco. Caso: Unión de asociaciones de productores de plantines y palmito. *Perspectivas* (32), 61 - 104. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941262003.pdf>
- Sàiz, M., Fornons, D., Medina, X., & Aguilar, A. (Julio de 2014).** Análisis del servicio de comedor y la opinión de los usuarios. *Nutrición Hospitalaria*, 30(1), 213 - 218. doi: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=309231672028>
- Salaverry, O. (julio - septiembre de 2012).** Alimentos Nativos: Plantas Peruanas. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 29(3), 406 - 408. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/363/36325041016.pdf>
- Sangucho, E. (2014).** Diseño de un Recetario Gastronómico basada en la comida Típica del Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi. Universidad Regional Autónoma de los Andes Uniandes, Ambato. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2699/1/TUAESC009-2014.pdf>
- Tosí, A., & Serrano, A. (2017).** Alimentación fuera del hogar, consumo y preferencias de la población de Cuenca sobre la restauración comercial. *Revista de la Facultad de Ciencias Químicas* (16), 30 - 43. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29782/1/3.%201584-4801-1-PB.pdf>
- Unigarro, C. (2010).** Patrimonio cultural alimentario (María Balladares ed.). Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Cultura. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=52870>
- Uzcátegui, C., Pérez, M., Zambrano, Á., & Morocho, J. (03 de mayo de 2018).** Hábitos y preferencias del consumidor de alimentos y bebidas preparadas en restaurantes. *Revista Arjé. Revista de Postgrado FACE-UC*, 12(22), 333 - 341. Obtenido de <http://arje.bc.uc.edu.ve/arje22e/art31.pdf>
- Vivar, L. (1992).** Análisis del Proceso de decisión del consumidor para la estrategia comercial de la empresa. *Dialnet*, 75-96. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=786117>