

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN GASTRONÓMICA

TEMA:

**“CREACIÓN DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**

**Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de Licenciatura en
Administración Gastronómica.**

AUTOR:

Carlos Hernando Maldonado Correa

TUTOR:

Ing. Marco Eduardo Valdés Alarcón

Quito - Ecuador

2013

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación certifico:

Que el Trabajo de Graduación “CREACIÓN DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS” presentado por Carlos Hernando Maldonado Correa, estudiante de la carrera de Administración Gastronómica, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado, que se designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 10 de Enero 2013

TUTOR

Ing. Marco Eduardo Valdés Alarcón

C.C. 172068760-5

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Gastronomía, declaro que los contenidos de este Trabajo de Graduación, requisito previo a la obtención del Grado de Licenciatura en Administración Gastronómica , son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 10 de Enero 2013

Carlos Hernando Maldonado Correa

CC: 171538342-6

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, aprueban la tesis de graduación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica “ISRAEL” para títulos de pregrado.

Quito,

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE

MIEMBRO 1

MIEMBRO 2

DEDICATORIA

A quienes en el futuro
tengan interés de seguir
investigando sobre el
tema.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica
Israel por la oportunidad que me
dio para actualizar conocimientos.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
CAPITULO I _____	6
1. EL PROBLEMA _____	1
1.1. Antecedentes _____	6
1.2. Formulación del problema _____	8
1.3. Sistematización _____	9
1.3.1. Diagnóstico _____	9
1.3.1.1. Macro Entorno _____	9
1.3.2. Pronóstico _____	21
1.3.3. Control al pronóstico _____	22
1.4. Objetivos _____	23
1.4.1. Objetivo general _____	23
1.4.2. Objetivos específicos _____	23
1.5. Justificación _____	24
1.5.1. Teórica _____	24
1.5.2. Práctica _____	26
1.5.3. Metodológica _____	28
1.6. Alcance y Limitaciones _____	29
1.6.1. Alcance _____	29
1.6.2. Limitaciones _____	32
1.7. Factibilidad de la investigación _____	32
1.7.1. Técnica _____	32
1.7.2. Operativa _____	33
1.7.3. Económica _____	33

CAPITULO II	34
2. MARCO DE REFERENCIA	34
2.1. Marco teórico	34
2.2. Marco conceptual	41
2.3. Marco legal	43
2.4. Marco espacial	49
CAPITULO III	50
3. METODOLOGÍA	50
3.1. Proceso de investigación	50
3.1.1. Unidad de Análisis.	51
3.1.2. Tipos de Investigación.	51
3.1.3. Método.	52
3.1.4. Técnica.	53
3.1.5. Instrumento	54
CAPITULO IV	56
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	56
4.1. Antecedentes	56
4.2. Tipos de rutas gastronómicas	60
4.3. Resultados de aplicación de la encuesta	63
4.4. Resultados oferta y demanda turística	78
4.4.1. Oferta turística	78
4.4.2. Demanda turística	81
4.5. Resultado diagnóstico situacional FODA	82
4.6. Resultados de entrevistas	90
4.7. Resultados ficha de observación	93
4.7.1. Ficha mapa de públicos	93
4.7.2. Ficha de necesidades a ser cubiertas en la ruta gastronómica	95
4.8. Diagnóstico final	97

CAPITULO V	99
5. PROPUESTA	99
5.1. Alcance	99
5.2. Objetivo	99
5.2.1. Objetivo General	99
5.2.2. Objetivos Específicos	100
5.3. Mix de Comunicación (Promoción y Publicidad)	100
5.4. Delimitación geográfica de la ruta gastronómica	108
5.5. Ruta propuesta	108
5.6. Estratégias	123
5.7. Planes de Acción y Operativos	129
CAPITULO VI	135
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	135
6.1. Conclusiones	135
6.2. Recomendaciones	137
BIBLIOGRAFÍA	138
LISTA DE REFERENCIAS	142

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
CUADRO N°1	
Organización político administrativa de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.	11
CUADRO N° 2	
N° de habitantes por parroquia de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	13
CUADRO N° 3	
N° de habitantes por cantón de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	14
CUADRO N° 4	
Principales empresas de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, según producto, Año 2011.	16
CUADRO N° 5	
Patrimonio natural de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.	19
CUADRO N°6	
Tipos de recursos de turismo cultural	35
CUADRO N° 7	
Pregunta 1 Encuestas	67
CUADRO N° 8	
Pregunta 2 Encuestas	68
CUADRO N°9	
Pregunta 3 Encuestas	69
CUADRO N°10	
Pregunta 4 Encuestas	70
CUADRO N°11	
Pregunta 5 Encuestas	71

CUADRO N°12	
Pregunta 6 Encuestas	72
CUADRO N°13	
Pregunta 7 Encuestas	73
CUADRO N°14	
Pregunta 8 Encuestas	75
CUADRO N° 15	
Pregunta 9 Encuestas	76
CUADRO N° 16	
Pregunta 10 Encuestas	78
CUADRO N° 17	
Resultados Fichas de Observación	80
CUADRO N° 18	
Calificación de Logro	82
CUADRO N° 19	
Catastro prestadores servicios en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados	86
CUADRO N° 20	
Catastro prestadores servicios en la parroquia de Alluriquín	87
CUADRO N° 21	
Matriz F.O.D.A	94
CUADRO N° 22	
Ficha mapa de públicos	100
CUADRO N° 23	
Requerimientos de información	101

CUADRO N° 24	
Recorrido y fechas de visitas al sitio de investigación	109
CUADRO N° 25	
Recursos activos para el desarrollo de un producto turístico	110
CUADRO N° 26	
Recursos pasivos para el desarrollo de un producto turístico	111
CUADRO N° 27	
Recursos activos para el desarrollo de un producto turístico	112
CUADRO N° 28	
Platos típicos y tradicionales de la ruta gastronómica parroquia de Alluriquín – ciudad de Santo Domingo/ Comuna Otongo Mapalí – ciudad de Santo Domingo	119
CUADRO N° 29	
Plan de Acción de la ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	125
CUADRO N° 30	
Objetivos Estratégicos	130
CUADRO N° 31	
Plan Operativo	132
CUADRO N° 32	
Situación Geográfica de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	148
CUADRO N° 33	
Límites de Santo Domingo de los Tsáchilas	149

CUADRO N° 34	
Fechas importantes de la creación de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.	150
CUADRO N° 35	<hr/>
Cantones y Parroquias Santo Domingo de los Tsáchilas	151
CUADRO N° 36	<hr/>
Cantones de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	152
CUADRO N° 37	<hr/>
Producción de la ganadería bovina, Año 2011	154
CUADRO N° 38	<hr/>
Comunidades Tsáchilas identificadas en la provincia de su mismo nombre	158
	<hr/>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
GRAFICO N° 1	
Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, Cantidad de animales, según tipo de ganado, Año 2011.	15
GRÁFICO N° 2	61
Gastronomía de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	61
GRÁFICO N° 3	
Atractivos culturales de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	62
GRÁFICO N° 4	
Comunidad Tsáchila	63
GRÁFICO N° 5	
Dulces típicos de la parroquia de Alluriquín	66
GRÁFICO N° 6	
Resultados Encuestas en Restaurantes	67
GRÁFICO N° 7	
Resultados Encuestas en Restaurantes	68
GRÁFICO N° 8	
Resultados Encuestas en Restaurantes	69
GRÁFICO N° 9	
Resultados Encuestas en Restaurantes	70
GRÁFICO N° 10	
Resultados Encuestas en Restaurantes	72

GRÁFICO N° 11	
Resultados Encuestas en Restaurantes	73
GRÁFICO N° 12	
Resultados Encuestas en Restaurantes	74
GRÁFICO N° 13	
Resultados Encuestas en Restaurantes	76
GRÁFICO N° 14	
Resultados Encuestas en Restaurantes	77
GRÁFICO N° 15	
Resultados Encuestas en Restaurantes	78
GRÁFICO N° 16	
Resultados Encuestas en Restaurantes	83
GRÁFICO N° 17	
Costumbres comunidad Tsáchila	90
GRÁFICO N° 18	
Mapa vial de acceso a Santo Domingo	108
GRÁFICO N° 19	
Logotipo Ruta Gastronómica	113
GRÁFICO N° 20	
Circuitos Gastronómicos	118
GRÁFICO N° 21	
Tríptico Cara externa	123
GRÁFICO N° 22	
Tríptico Interna	124

GRÁFICO N° 23	
Parroquia de Alluriquín	146
GRÁFICO N° 24	
Ciudad de Santo Domingo	153
GRÁFICO N° 25	
Deportes extremos Río Blanco	154
GRÁFICO N° 26	
Flora de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	156
GRÁFICO N° 27	
Fauna de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	157

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1.	
Conociendo un poco más acerca de Santo domingo de los Tsáchilas	145
ANEXO 2.	
Comunidades Tsáchilas	158
ANEXO 3.	
Formato Encuesta Dueños o Administradores de Restaurantes	159
ANEXO 4.	
Formato Entrevista a Expertos	162
ANEXO 5.	
Calificación de observación en sitio	163
ANEXO 6.	
Puntuación	165

GLOSARIO DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

APPCC/HACCP: Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico

ASOGAN –SD: Asociación de Ganaderos de Santo Domingo de los Tsáchilas

CACTUR: Cámara Cantonal de Turismo de Santo Domingo de los Colorados

CFR: Code of Federal Regulations

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación

FDA: Food and Drug Administration (Agencia de Alimentos y Medicamentos o Agencia de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos)

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

INHLIP: Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez

MIDUVI: Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda

MINTUR: Ministerio de Turismo del Ecuador

OMS: Organización Mundial de la Salud

PLANDETUR 2020: Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador

PT: Producto turístico

SRI: Servicio de Rentas Internas

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE GASTRONOMÍA

TEMA:

“CREACIÓN DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”

AUTOR: Carlos Hernando Maldonado Correa

TUTOR: Marco Eduardo Valdés Alarcón

RESUMEN

El presente trabajo de investigación fue realizado en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas partiendo desde la Parroquia de Alluriquín hasta la Ciudad de Santo y desde la Ciudad de Santo Domingo hasta la Comunidad Otongo Mapalí , con la finalidad de crear una Ruta Gastronómica en dicho sector que es muy diverso tanto natural como cultural utilizando como medio el análisis de la oferta actual que cuenta esta zona, para ayudar a promover el desplazamiento de los consumidores nacionales e internacionales, mismo que permitirá incentivar el crecimiento de todos los establecimientos que existen en este sector y que no cuentan con una adecuada asesoría por parte de Organismos Gubernamentales o no Gubernamentales.

Dentro de la investigación se podrá encontrar la descripción del objeto de estudio, la conceptualización de cada uno de los elementos que se deben incluir dentro de la creación de la ruta, su infraestructura, la planta que posee. También se determinó a través de una investigación de campo la situación actual de los diferentes prestadores de servicio, en las que se pudo conocer el nivel de satisfacción actual, facilidades con las que cuenta el establecimiento y evaluar el tipo de servicio que actualmente ofrecen a sus clientes, todo esto fue posible tras realizar el inventario de los locales a través del Catastro Turístico de la zona, para que estos puedan ser incluidos en el mapa de la ruta, concluyendo con el logotipo.

Para el logro positivo de la implementación de la ruta gastronómica es necesario la colaboración de las comunidades aledañas y establecimientos participantes, que deberán comprometerse en recibir de manera continua capacitaciones sobre manipulación de alimentos, atención al cliente y las mejoras que se requieran implementar para brindar y ofrecer un mejor servicio; y como es lógico será necesaria la ayuda y patrocinio de las autoridades pertinentes quienes apoyarán a diversificar el desarrollo económico y turístico actual.

PALABRAS CLAVE: ruta gastronómica, infraestructura, planta turística, prestadores de servicios, catastro turístico, manipulación de alimentos.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE GASTRONOMÍA

TEMA:

“CREACIÓN DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”

AUTOR: Carlos Hernando Maldonado Correa

TUTOR: Marco Eduardo Valdés Alarcón

ABSTRACT

This research was conducted in the province of Santo Domingo de los Tsáchilas starting from Alluriquín Parish to the city of Santo Domingo and from the city of Santo Domingo to the community Otongo Mapalí, in order to create a gastronomic route in this area which is very natural and cultural diverse. As current analysis supply we will be using the actual offer that this area has, this in order to help promoting the touristic visit of domestic and international customers allowing the progress and growth of all establishments existing in this area which do not have adequate counseling by government agencies or NGOs.

Within this investigation you may find the description of the object of this study, the conceptualization of each of the elements to be included in the creation of a route, its infrastructure and the plant which owns. Through another research we have also determine the current status of the various service providers, Here we could see the current satisfaction level, facilities with which an establish have and evaluate the type of service they currently offer to their customers, all this was possible after doing an

inventory of the establishments through the “Catastro Turistico” in the area, so they can be included in the map of the route, concluding with the logo.

For the positive achievement of the implementation of the Food Trail it is necessary the collaboration of the neighboring communities and the participating establishments to be committed and continuously receive training on food handling, customer service and the improvements that are required to provide and implement a better service, and of course it will require the support and sponsorship of the relevant authorities who will help to diversify the current economic and tourism development.

KEY WORDS: food trail, infrastructure, tourist facilities, tourism service providers, food handling, land registry.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere a la “Creación de una ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas”, a fin de aprovechar y promocionar la variedad de los productos alimenticios tradicionales de la región, la logística de establecimientos e incidencia del entorno, orientada a responder a la siguiente interrogante:

¿Será que la ruta gastronómica a desarrollar servirá de manera directa a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, dentro de los sistemas social, turístico, gastronómico y económico de la zona?

Esta investigación está estructurada en seis capítulos, cada uno de los cuales trata los temas necesarios para el logro de los objetivos propuestos en la misma, como se resume a continuación:

CAPITULO I: En el cual se plantea el problema, objetivo general y específicos, los aspectos político administrativo, demográficos, geofísicos, socioculturales, económicos, así como la fundamentación teórica, técnica y operativa de la investigación.

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, registró 430.394 habitantes al año 2010, según el VI Censo de Población y VII de Vivienda –INEC, la que fue declarada como provincia el 6 de Noviembre del 2007, ya que antes constituía un cantón de la provincia de Pichincha.

Este capítulo contiene información relevante sobre temas gastronómicos de la zona, donde se identifica claramente que dentro de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas no existe un plato típico que lo distinga, ya que su oferta es variada debido a la diversidad de su gente, entre los platos que se encuentran son: desayuno tsáchila, bandera tsáchila, chinchulines con verde, parrilladas con yuca, maduros asados que son el resultado de la mezcla de inmigrantes manabitas, lojanos, esmeraldeños e incluso colombianos.

CAPITULO II: Dentro de este capítulo se plantea el marco de referencia, conceptual, legal y espacial.

El turismo cultural abarca un sinnúmero de recursos turísticos que conforman y establecen muchos tipos de productos de turismo cultural, es de aquí donde se originan las rutas gastronómicas que actualmente están siendo consideradas como una importante alternativa para diversificar las actividades turísticas dentro del desarrollo económico de un país, mismas que integran: productores, menús regionales, restaurantes regionales y agroindustrias representativas dentro de cada sector.

Una ruta gastronómica se encuentra conformada por varios factores de carácter comunitario, participativo, atractivos turísticos, turismo rural, buenas prácticas de alimentos, atracciones y alojamiento, misma que para ser considerada como un producto turístico debe contar con ciertas características que puedan fortalecer la propuesta como es la existencia de: transporte, alojamiento, infraestructura, recursos naturales y hospitalidad, que permiten que se establezcan itinerarios que reconocen, recopilan y disfrutan de todo el proceso productivo que se encuentra inmerso en la elaboración de un determinado plato típico del lugar.

De forma paralela, toda ruta gastronómica, debe cumplir con el marco de normas legales de higiene alimentaria nacionales e internacionales, basadas en el cumplimiento de buenas prácticas de higiene y sanidad que es un factor clave para garantizar la calidad en el producto que se está ofreciendo al consumidor, por ello es necesario tomar en consideración y ajustar las estrategias al entono político de los gobiernos nacional y local para poder programar e integrar a las comunidades y permitir que exista un proceso de participación comunitario integral.

CAPITULO III: Dentro de este capítulo se plantea la metodología que se utilizará dentro del proceso de investigación para el desarrollo de la propuesta en mención.

El proceso de investigación permite utilizar conocimientos existentes, leyes y normas para aplicarlos en proyectos, en este caso el desarrollo de una ruta gastronómica dentro de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas cuya unidad de análisis será dentro de la ciudad de Santo Domingo.

A través de la investigación de campo, el levantamiento de información adecuada a través de recopilación documental, observación de campo, entrevistas, encuestas, análisis FODA y el estudio de la oferta y demanda asociadas con el origen, preparación de los diferentes platos típicos y no típicos existentes dentro de la provincia, se podrá crear una ruta gastronómica completa que en lo posterior genere grandes expectativas entre los visitantes nacionales e internacionales.

CAPITULO IV: En el cual se plantea el análisis e interpretación de resultados obtenidos, utilizando los diferentes instrumentos y técnicas, tras el proceso de investigación realizado.

A través de los estudios realizados para obtener información más certera y real sobre la factibilidad de crear una ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se determina que la provincia con su gran mercado turístico, tiene una oportunidad para desarrollarla, para la cual necesariamente, deberá fomentar una activa política que promueva el turismo rural.

Se ha identificado principalmente que la gastronomía del lugar es variada debido a la diversidad de su gente, sus platos se basan principalmente en los productos que predominan en el lugar como es: yuca, verde, maduro, carnes y pescado de agua dulce, son pocas las comunidades tsáchilas las que mantienen sus platos típicos y ancestrales que a pesar de su gran valor cultural son poco apreciados y conocidos por los turistas nacionales e internacionales.

CAPITULO V: El cual corresponde a la propuesta del presente proyecto.

El desarrollar una ruta gastronómica, va más allá de identificar la variedad de platos típicos en una zona, ya que ésta también integra varios aspectos relevantes e importantes que influyen directamente dentro del proceso de preparación de los mismos tales como: protocolos de calidad, normativas de higiene y manipulación de los alimentos enfocado a los diferentes establecimientos y sectores que se encuentran involucrados en la ruta, así como de las atenciones y prioridades que se deben brindar a los visitantes, por ello la presente investigación es un desafío que permitirá integrar varios elementos característicos y propios que hacen de este un país maravilloso.

La delimitación geográfica de la ruta gastronómica se ha establecido en dos tramos: Alluriquín – Santo Domingo y Santo Domingo – comunidad Otongo Mapalí, que debido a la existencia de diversos establecimientos, comida típica, diversidad natural y cultural propia del lugar se ha considerado importante incluirlas como una alternativa turística – gastronómica, que deberá ser difundida y promocionada a nivel nacional e internacional a través de los diferentes canales y estrategias establecidas para su fortalecimiento, con el apoyo técnico y económico conjuntamente de los gobiernos locales y los sectores privados.

CAPÍTULO VI: Contiene las principales conclusiones y recomendaciones que se desprenden del desarrollo de la investigación.

La falta de normativas legales que regulen y controlen la creación de asociaciones, formación profesional, capacitaciones y promoción de los atractivos naturales y culturales dentro de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, es lo que dará paso a la creación de normativas que promuevan y fomenten proyectos que se enfoquen en capacitar adecuadamente a los diferentes propietarios y empleados de establecimientos turísticos que integrarán la ruta gastronómica; en temas relacionados a mejorar la atención al cliente, manipulación de alimentos, cuidado, preservación y difusión de la variedad de atractivos naturales y culturales que cuenta esta provincia conjuntamente con los gobiernos autónomos.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

El turismo es, a nivel mundial, una de las actividades económicas de mayor diversidad, teniendo un crecimiento de alrededor del 5% anual, el turismo de sol y playa, visita de ciudades y sitios históricos, se ha incrementado sobre otras modalidades, sin embargo tragedias inesperadas como los atentados terroristas de los últimos años, en Estados Unidos, Indonesia y Madrid, han cambiado las pautas de conducta del turista, que podría optar por destinos más seguros o al menos no tan masivos” [1].

Las motivaciones y tendencias de los turistas en los últimos años han cambiado completamente, el tener nuevas experiencias presenciales, conocer y aprender de nuevas culturas, podrían modificar en el mediano plazo la estructura distributiva de los destinos y modalidades del turismo, lo que permitirá que se desarrollen nuevas formas de hacer turismo y con ello se cree un nuevo segmento que se debe aprovecharlo.

El turismo rural o vivencial, es una nueva forma que se ha desarrollado alrededor del mundo especialmente en países latinoamericanos donde la riqueza cultural es la que predomina, y quizá por el desarrollo que este ha tenido en los últimos años es considerado como uno de los tipos de turismo que tienen mayores posibilidades de crecimiento, las rutas alimentarias y el agroturismo, entendidos como modalidades del turismo rural, resultan de especial interés porque representan nuevas actividades en el medio rural que, agregan valor a las producciones agroalimentarias en manos de pequeños productores y en especial de aquellas que emplean procesos artesanales de elaboración.

Actualmente debido a la gran apertura comercial que ha sido gobernada por empresas multinacionales que brindan servicios de (fast-food) que han integrado dentro de sus procesos un sinnúmero de barreras sanitarias, normas internacionales, ha hecho que la existencia de muchas pequeñas agroindustrias rurales se vean amenazadas puesto que no alcanzan los niveles de productividad para competir en mercados globalizados, pero no todo está perdido ya que muchas de esas pequeñas empresas podrían tener una salida si logran articularse con el negocio del turismo rural, por medio de la prestación de productos y servicios para atender las demandas de los turistas interesados en conocer aspectos de la cultura agropecuaria y agroindustrial de una determinada región.

Ese comportamiento tiene su explicación, por una parte, el deseo de los turistas por conocer otras ofertas de viaje diferentes a los productos tradicionales de sol, mar y playa que son los más comunes, ha ingresado dentro del mercado el concepto de la ruralidad, por parte de los habitantes de las ciudades quienes demandan alimentos más sanos y paisajes menos contaminados, generando una intensa búsqueda de oportunidades para aprovechar sosteniblemente los diversos paisajes y espacios desocupados, por ello varios autores consideran que una nueva forma de capitalizar el paisaje, la cultura y los productos de una región es a través del turismo rural.

Dentro de las modalidades del turismo rural es de particular interés las denominadas rutas alimentarias, que han surgido como una alternativa de diversificación y complementarias a las actividades agrícolas y agroindustriales, con lo cual no solamente se benefician los propietarios de restaurantes y las fincas, sino también otros pobladores que, por este medio tienen nuevas fuentes de empleo, ingresos y argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales. Si bien, la participación de las rutas alimentarias es todavía débil dentro del negocio del turismo rural, existe un gran potencial por aprovechar las prácticas culturales y los procesos artesanales que resultan de mayor atracción para los turistas.

En esa línea surgen las rutas alimentarias, como itinerarios turísticos donde se combinan adecuadamente producciones agroindustriales y gastronomía regional con la belleza paisajística y atractivos históricos y culturales, de un determinado territorio. En la perspectiva de promocionar el agroturismo y las rutas alimentarias como opciones viables para las comunidades que posean atractivos relacionadas con productos artesanales, se desarrollan en esta presentación las características generales de estos conceptos y su aplicación práctica a una ruta alimentaria artesanal como es el caso del “queso Turrialba en Costa Rica” [2], que es uno de los proyectos que se han emprendido y difundido en lo que se refiere a temas gastronómicos.

1.2. Formulación del problema

La idea de plantear esta investigación es sin lugar a dudas el palpar de forma cercana y real el deterioro y la pérdida de las costumbres ancestrales tanto gastronómicas como culturales dentro de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, en las cuales se ha olvidado y dejado de lado toda la riqueza natural, cultural y gastronómica con la que cuenta este lugar importante dentro del país, quizá al ser una provincia donde los asentamientos de personas pertenecientes a distintos lugares del país han dado paso a que se introduzcan costumbres totalmente diferentes que han generado que ciertos platos propios vayan desapareciendo, siendo ahora remplazados por platos y costumbres de otras ciudades.

Se puede apreciar fácilmente como los habitantes consideran que no existen platos propios que caractericen en sí a la provincia, por lo que consideran que el hablar de una cultura gastronómica es escasa, a pesar de que la geografía que los rodea es exuberante y que cuenta con una gran diversidad de productos agrícolas que no han sido aprovechados de la mejor manera, permitiendo que la elaboración de platos típicos se las deje en el olvido o lo que es peor se las deje de practicar.

Esto conlleva a una pérdida de identidad puesto que las nuevas generaciones desconocen toda la riqueza cultural que tienen y no la ven como un recurso económico llevado de la mano del turismo gastronómico que fácilmente puede ser aplicada en estas localidades definiendo una buena organización y canalizando ideas dentro de la misma comunidad para convertirlo en un potencial atractivo de interés turístico como otros países de Latinoamérica como Argentina, Costa Rica o Perú.

PROBLEMA PRINCIPAL

¿Será que la ruta gastronómica a desarrollar servirá de manera directa a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, dentro de los sistemas social, turístico, gastronómico y económico de la zona?

1.3. Sistematización

1.3.1. Diagnóstico

1.3.1.1. Macro Entorno

Desde la época colonial, la región de Santo Domingo de Los Colorados figura como parte del extenso territorio montañoso de la cordillera occidental, conocida como "Provincia de Yumbos" donde habitaron Niguas, Yumbos y Tsáchilas.

El nombre de Santo Domingo de Los Colorados se originan por los años 60, con la presencia de la orden de religiosos Dominicanos que evangelizaron, desde la "época de cansa coto", a los primeros pueblos nativos colorados de Coca Niguas, San Miguel y Santo Domingo.

Las montañas de Santo Domingo de los Colorados poco a poco fueron ocupadas, mediante la aplicación de las primeras leyes agrarias, como la ley de 1875 referente a la colonización y apropiación de tierras baldías, y a la apertura y mantenimiento de caminos.

La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas está ubicada en la parte noroccidental de la cordillera de los Andes, en la región del trópico-húmedo, es la cuarta ciudad con más población después de Guayaquil, Quito y Cuenca, su población va creciendo rápidamente ya que cuenta con un rico comercio y el mayor mercado ganadero del país.

“Límites:

Norte: provincias Pichincha y Esmeraldas

Sur: provincias Los Ríos y Cotopaxi

Este: Los cantones Quito y Mejía

Oeste: provincia Manabí.

Altitud: 656 msnm.

Temperatura media: 22,9°C.

Clima: Goza de un clima subtropical” [3].

CUADRO N°1

Organización político administrativa de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

	CANTONES	PARROQUIAS RURALES	PRE-PARROQUIAS
1	Santo Domingo	Santo Domingo. Chiguilpe. Río Verde. Bombolí. Zaracay. Abraham Calazacón. Río Toachi	Alluriquín. Luz de América. Puerto Limón. San Jacinto de Búa. Santa María del Toachi. Valle Hermoso El Esfuerzo.
2	*La Concordia	La Concordia	Las Villegas, Plan Piloto y Monterrey.

Fuente: Consejo Provincial, Plan Desarrollo 2015. Santo Domingo de los Tsáchilas

Elaboración: Hernando Maldonado

* Aún está por ser aprobada la ley, existe el pronunciamiento de la población por pertenecer a Santo Domingo y no a Esmeraldas.

Instituciones de Gobierno: En la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas existen dependencias gubernamentales tales como: Gobernación Provincial, Direcciones Provinciales de: Educación, Salud, MIDUVI, SRI, Banco de Fomento, IESS, Ministerio Fiscal Provincial, Tribunal Provincial Electoral, Registro Civil, Correos, Comandancia Provincial de Policía, Jefatura Provincial de Tránsito y Transporte Terrestre.

Población: El proceso de poblamiento de la región radica desde fines de la década de los cincuenta hasta mediados de los setenta, razón por la cual se lo puede catalogar como explosivo, así también la ampliación e integración de la agricultura ayudando de esta manera a la economía interna y al modelo agroexportador.

La población que se asentó en la Zona de Santo Domingo provino de múltiples provincias del país, inclusive de la parte Sur de Colombia. A su vez hubo la presencia masiva de personas originarias de áreas deprimidas es decir afectadas por desastres naturales como las sequías de Manabí y Loja, y provincias caracterizadas por su pobreza y sobrepoblación como: Cotopaxi, Bolívar, Tungurahua, entre otras.

Entre la población existía una gran cantidad de campesinos, que tenían la posibilidad de poseer tierras o simplemente por la expectativa de trabajo. Como es lógico de suponer esta población se dirige básicamente al campo en tareas como desbroce de montañas, explotación de madera y cultivos de diferentes especies. Es así que la población asentada en el área rural representó las tres cuartas partes de la población total de la zona entre los años de 1950 y 1970, considerado este incremento poblacional como explosivo al alcanzar un 13.5% de crecimiento, uno de los más altos índices registrados en la región.

Los indicadores demográficos correspondientes a este período indican que al inicio del proceso de colonización existía mayor número de hombres con relación a las mujeres en el campo, mientras que para el año de 1990 se evidencia un equilibrio.

Con el pasar de los años se nota un proceso de ocupación y de migraciones internas, es decir, campo-ciudad, esto se debe a que el proceso de ocupación y explotación del campo ha determinado que el campesino se refugie en los centros poblados urbanos. Siendo así, que en el año de 1974 la población del área urbana correspondía al 30% y para el año de 1990 la población urbana ya era del 60% de la población total de cantón.

Es así que al cabo de treinta años de historia, el proceso de Colonización ha llegado a su final. Hoy en día se puede decir que Santo Domingo sigue siendo una de las ciudades de mayor crecimiento poblacional con grandes aspiraciones de desarrollo y crecimiento económico y cultural.

CUADRO N°2

N° de habitantes por parroquia de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Parroquias de Santo Domingo de los Tsáchilas	Hombre	Mujer	Total
Alluriquín	5.023	4.702	9.725
El Esfuerzo	3.020	2.743	5.763
Luz de América	5.690	5.191	10.881
Puerto Limón	4.892	4.452	9.344
San Jacinto del Bua	6.134	5.584	11.718
Santa María del Toachi	2.991	2.624	5.615
Santo Domingo de los Colorados	181.843	186.170	368.013
Valle Hermoso	4.880	4.455	9.335
Total	214.473	215.921	430.394

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda 2010.

Elaboración: Hernando Maldonado

CUADRO N°3

N° de habitantes por cantón de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Cantón	Total
Población del Cantón Santo Domingo	368.013
Población del Cantón La Concordia	42.924

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda 2010.

Elaboración: Hernando Maldonado

Clima: Se distinguen claramente dos regiones climáticas, la primera correspondiente a los lados de la Cordillera Occidental de los Andes, hasta el límite de los 1000 metros sobre el nivel del mar. Esta área se caracteriza por el abrupto de su topografía, y se encuentra ubicada entre las cuencas de los ríos Saloya, Pilatón y Toachi.

La otra zona climática es la más extensa que corresponde a la semi- llanura que se origina en las colinas de la cordillera y continúa en dirección hacia el océano Pacífico.

Originalmente la región estaba cubierta de bosques que han dado paso a cultivos de diversa índole; razón por la cual existe un clima subtropical húmedo que se ha modificado considerablemente en el transcurso del último siglo.

Su temperatura media es aproximadamente de 19 grados centígrados, y su vegetación se caracteriza por el bosque siempre verde en arbustos de pequeña altura.

Producción: “En los últimos años se han incorporado más de 200.000 hectáreas a las tareas agrícolas y ganaderas, existiendo un predominio medianas propiedades (fincas) de una extensión promedio de 42 has. con una distribución homogénea de la superficie agrícola” [4].

“Las condiciones del suelo y las características climáticas han permitido el importante desarrollo de actividades agropecuarias. El sector pecuario constituye el primer rubro de ingresos económicos del cantón, ya que con más de la mitad del territorio con pastos cultivados es uno de los principales proveedores del país de ganado en pie y de los abastecedores de carne para el faenamiento, además de ser un importante productor de leche. En la Feria de Santo Domingo se comercializa el ganado que se dirige hacia otras provincias del país, pero también ganado proveniente de otras regiones”[5].

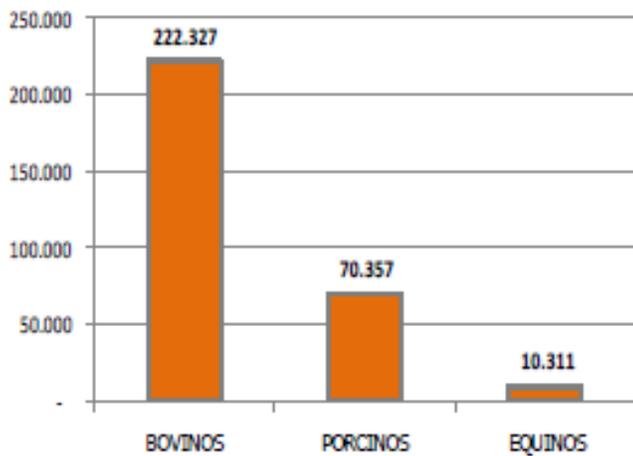


Gráfico N° 1: Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, Cantidad de animales, según tipo de ganado, Año 2011.

CUADRO N° 4

Principales empresas de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, según producto, Año 2011.

Empresas	Productos
Avandina	Pavos procesados
Pronaca	Pollos procesados, Embutidos Fritz, Don Diego, Plumrose
Frimaco	Faenamiento de cerdos
Primaca	Cerdos procesados
Siexpal	Aceite y pasta de palmito
Gapaca	Piña
Chemard Palm S.A	Extracto de palma africana
La Fabril	Aceite rojo de palma, aceite y torta de palmito, piña, harina y almidòn de yuca, broquetas de carbòn vegetal
Aveproca	Pollos procesados
Terrasol	Piña, papaya, plàtano, aceite de palma, albahacà

Fuente: Asociación de Ganaderos de Santo Domingo (ASOGAN –SD).

Elaboración: Hernando Maldonado

Turismo: El principal atractivo de Santo Domingo es la naturaleza, dotada de una alta biodiversidad, considerada por científicos ambientales como laboratorio para la investigación genética mundial ya que posee una variedad de ecosistemas que se extienden en una zona con un alto índice de especies endémicas.

Tiene cinco bosques protectores: La Perla, Delta, La Indiana, Río Lelia y Tanti ubicados en diferentes lugares de la región. Se ofrece además, la observación de pájaros y como deporte extremo el rafting por el río Toachi.

Tiene también el parque ecológico San Francisco y el monte Bombolí, convertido en el mirador natural de la ciudad. En Valle Hermoso existe una bella cascada y excelentes hosterías que son en la actualidad uno de los centros de mayor acopio de turistas y visitantes.

LUGARES TURÍSTICOS:

- Ciudad de Santo Domingo de los Colorados.
- Grupo Cultural Shinopi Bolon Tsáchila
- Alluriquín
- Puerto Limón
- San Jacinto del Búa
- Luz de América
- Valle Hermoso

CASCADAS:

- Shishink
- Napac

BOSQUES Y RESERVAS:

- Bosque Protector La Perla
- Reserva Ecológica del Cerro Bombolí
- La Isla de Pascua Miniatura

COMUNAS TSACHILA:

- Chiguilpe
- Otongo Mapali
- Peripa
- Poste
- El Búa
- El Congoma
- Filomena Aguavil
- Naranjo

MONUMENTOS:

- Indio Colorado
- Joaquín Zaracay
- Familia Tsáchila
- Ex – Reinas
- Ing. Rodrigo Chávez
- Colono
- La Madre
- Viajero
- Pileta del Indio Colorado
- Redondel El Señor De Bolívar •

CUADRO N° 5**Patrimonio natural de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.**

Parroquia	Identificación del sitio	Ubicación
Alluriquín	Bosque protector sub-cuenca río Toachi Pilatòn	Rìo Pilatòn
	Bosque protector Estaciòn Científica Guajalito	Rìo Guajalito
	Bosque protector cuenca río Lelia	Rìo Lelia
Puerto limòn	Bosque sub-cuenca Daule-Peripa	Puerto limón
Santo domingo	Bosque protector Tanti	Km 14 via Quito
	Bosque protector Delta	Sector Chiguilpe
	Bosque ríos	Santa María del Toachi, las Mercedes
	Bosque río Cajones	Nuevo Israel, Las Delicias
	Parque botánico la Carolina	Urbanizaciòn las Acacias
Valle hermoso	Cascada Valle Hermoso	Sector hosteria Kashama
La concordia	Bosque protector la Perla	Km 45 via Esmeraldas

Fuente: Gobierno Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas

Elaboración: Hernando Maldonado

Gastronómico: Santo Domingo de los Tsáchilas no tiene un único plato típico que lo distinga en el mapa ecuatoriano. Su oferta e identidad gastronómica es diversa, como su gente. El desayuno tsáchila (bolón de verde, estofado de carne o pollo, jugo y café), la bandera tsáchila, los chinchulines con verde, las parrilladas con yuca y los maduros asados con queso rallado y sal prieta son el resultado de la mezcla cultural y la sazón de inmigrantes manabitas, lojanos, esmeraldeños, colombianos que poblaron la provincia desde 1970 y que ahora deleitan a los paladares más exigentes con sus platillos.

Santo Domingo de los Tsáchilas es rico en gastronomía, es por eso que a más de ofrecer sitios de interés, ofrece una variedad de platos típicos muy apetecidos por nacionales y extranjeros.

Los diferentes platos típicos y ancestrales que se preparan a base de costumbres enseñadas por los padres de generación en generación con secretos de una receta única, unos de los platos típicos y bebidas son los que se nombran a continuación:

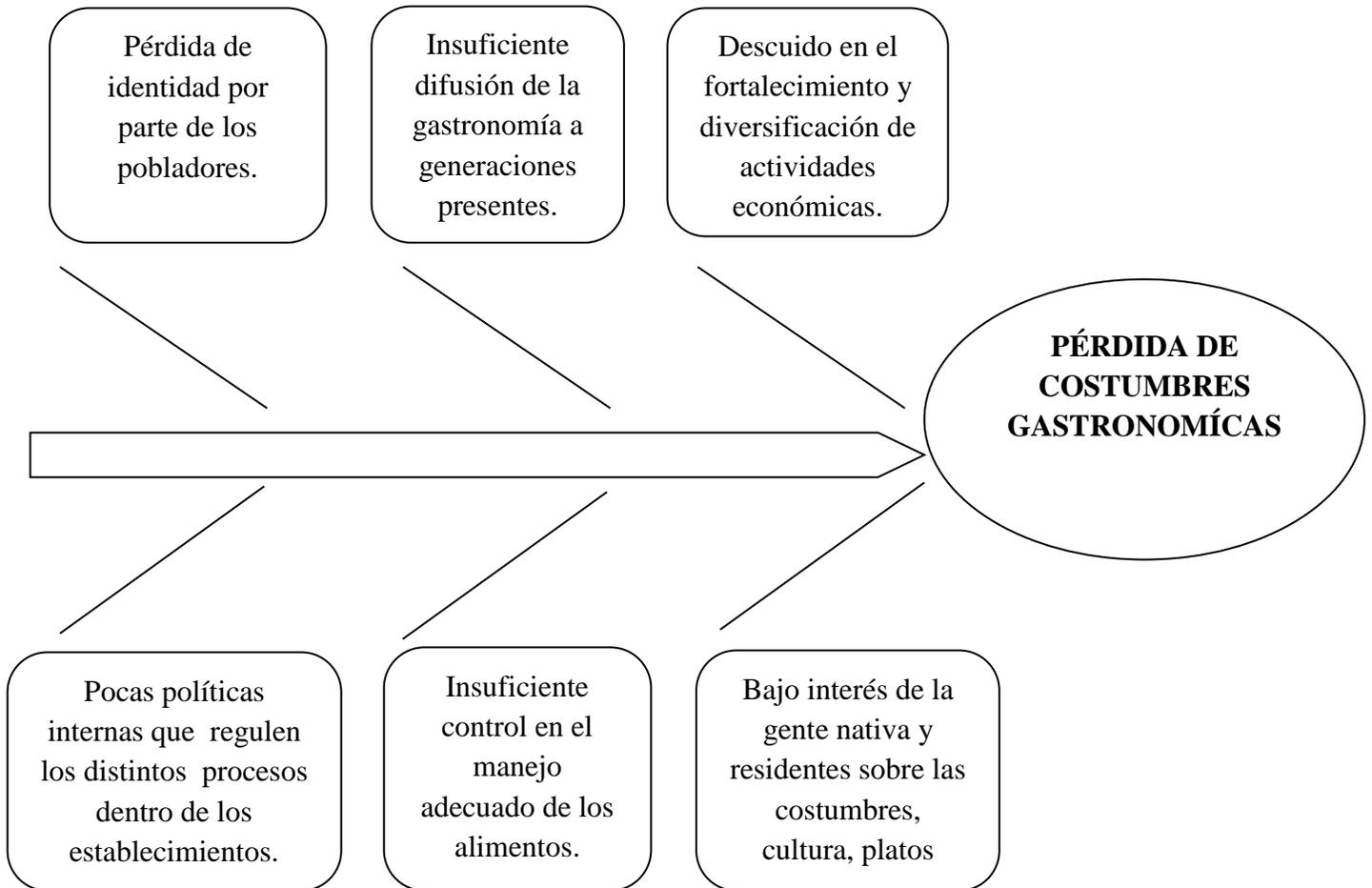
“El pandado, plato cotidiano consiste en uno o dos pescados chicos y una bala de plátano (anoilá), colocados en una hoja de bijao (bacuhua). La bala de plátano nunca falta en el hogar indígena. La masa se fabrica con verde molido, previamente cocido.

El sancocho, una de las pocas comidas líquidas que se preparan, se corta el plátano verde en trozos irregulares, lo ponen a hervir y añaden carne de loro, guanta y guatusa.

La malá, especie de cerveza fermentada de maíz o piyó, este licor fermentado puede ser también de yuca (ce'chú), cocida y masticada, usada por la comunidad en fiestas y ritos ancestrales” [6].

1.3.2. Pronóstico

Para realizar el pronóstico sobre el tema de interés se utilizará la temática de Ishikawa.



1.3.3. Control al pronóstico

- Trabajar conjuntamente con el Gobierno Provincial, para que se encargue de impulsar una adecuada promoción turística dentro del Ecuador, y se pueda desarrollar un adecuado proyecto que motive a los turistas nacionales e internacionales visitar la Provincia, y pueda ser considerado como un sitio de larga estadía turística en épocas de feriados, vacaciones y temporadas altas.
- Realizar conjuntamente con el Ministerio de Turismo el levantamiento de inventario de atractivos naturales y culturales existentes en la zona, para poder diversificar las opciones de visitas que el turista pueda realizar al momento de su visita al lugar, y de esta manera disponer de varias alternativas que sean las que marquen la diferencia con relación a otras ya existentes dentro de la oferta turística a nivel nacional.
- Rescatar las costumbres, tradiciones propias del lugar a través de una investigación de campo a personas antiguas principalmente de todos aquellos poblados rurales pertenecientes a la provincia, con la finalidad de obtener información veraz sobre todas aquellas tradiciones que no se han difundido y conservado hasta la actualidad. En el caso de la etnia Tsáchila se debería enfatizar su rescate cultural a través de proyectos que permitan preservar en tiempo sus tradiciones, y no sufran un proceso de aculturación que con el tiempo pueda llegar a extinguirse.

- Desarrollar métodos que ayuden a manejar de forma adecuada y correcta los alimentos, generando un enfoque diferente dentro del área de alimentos, la cual consiste en la aplicación de normas en base a Buenas Prácticas, que ayuden a que la manipulación de alimentos dentro de los diferentes establecimientos de expendio de alimentos sea el adecuado, para evitar de esta manera enfermedades que atenten contra la vida del ser humano.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Diseñar una ruta gastronómica apropiada, considerando la variedad de productos alimenticios tradicionales de la región, logística de establecimientos e incidencia del entorno, en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

1.4.2. Objetivos específicos

- Fundamentar teórica y conceptualmente la propuesta mediante una revisión de información relacionada con rutas gastronómicas, además de antecedentes de los entornos turísticos y accesos logísticos hacia lugares existentes en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Diagnosticar la situación actual respecto a los establecimientos gastronómicos, diversidad de platos típicos, además de gustos y preferencias de los usuarios, en las rutas principales de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

- Sugerir una propuesta aplicada a la ruta gastronómica, en base a la variedad gastronómica de la zona, el entorno turístico y buenas prácticas de alimentos enfocado a los diferentes establecimientos en la parroquia de Alluquirín y la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

1.5. Justificación

1.5.1. Teórica

Según Regina G. Schlüter, en su obra, Turismo y Patrimonio Gastronómico: Una perspectiva:

“Una sociedad trasmite a través de la gastronomía sus particulares características culturales manifestando así su identidad. La dimensión social y cultural determinó que se le haya incorporado al patrimonio cultural. El uso que hace el turismo del patrimonio hizo que la gastronomía haya adquirido cada vez mayor importancia para promover un destino y captar corrientes turísticas con rutas gastronómicas que han desarrollado nichos de turismo especializado” [7].

En base a ese criterio, las motivaciones y tendencias de los turistas en los últimos años han cambiado completamente, orientándose a tener nuevas experiencias, a través de las vivencias y el aprender de nuevas culturas, lo cual ha permitido el desarrollo de nuevas formas de hacer turismo y la exploración de nuevos nichos de mercado, en este caso gastronómico.

De acuerdo a María González (2006) un estudio publicado por el IICCA, el turismo es considerado como una oportunidad y un motor generador de desarrollo en el territorio rural, sobre todo en territorios con potencialidades como los que posee el Ecuador. En base a este criterio si bien es cierto ya existen emprendimientos exitosos en ecoturismo, turismo de aventura y deporte, turismo extremo, entre otros, de igual manera, Ecuador es un territorio apto para el desarrollo de nuevas propuestas como el turismo comunitario, turismo gastronómico y cultural, agroturismo, turismo de bienestar y salud, etc.

Siguiendo a González una ruta gastronómica, no solamente significa identificar la variedad de platos típicos en una zona o ruta, sino que se trata de un plan integral que además de las variedades gastronómicas implica considerar buenas prácticas de alimentos o de manejo de estos, atractivos del entorno, facilidades logísticas de acceso, atención al cliente, imagen de los establecimientos, etc.

Considerando lo anteriormente expuesto y los temas a desarrollarse en base al criterio de varios expertos o conceptos integrales, el presente tema a desarrollarse, además de guardar una estrecha relación con la formación académica del investigador, por lo tanto tiene una justificación teórica, porque los distintos conceptos y teorías existentes relacionadas con el tema ayudarán a la orientación de la presente propuesta.

1.5.2. Práctica

Las actuales motivaciones y tendencias de los turistas tanto nacionales como extranjeros, está basada en nuevas experiencias, a través de las vivencias y el aprendizaje de nuevas culturas especialmente en sectores rurales. Dentro de ese contexto se considera el turismo gastronómico tomando como referencia los establecimientos que guarden los requisitos mínimos para acreditarse como los más representativos en base a condiciones como el entorno turístico, buenas prácticas en alimentos, nivel de acceso, atención al cliente e imagen externa del establecimiento, entonces será posible determinar una ruta gastronómica.

“Con fecha 18 de marzo de 2011, durante el trigésimo tercer gabinete itinerante que se realizó en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, el ministro de Turismo del Ecuador, respaldado por un video que mostró los diversos atractivos turísticos de la provincia, expuso las bondades productivas, naturales y gastronómicas de Alluriquín, El Esfuerzo, Julio Moreno, Luz de América, Puerto Limón, San Gabriel de Baba, Santa María de Toachi y Valle Hermoso, señalando que Santo Domingo de los Tsáchilas cuenta con importantes destinos culturales, naturales, gente amable y trabajadora, que ve en el turismo una oportunidad de desarrollo socioeconómico” [8].

Es decir que haciendo una interpretación personal de estos datos, se determina que de acuerdo al flujo terrestre en el Ecuador, Santo Domingo la capital de la provincia es un eje económico de gran importancia complementándose con ríos y escenarios naturales únicos, que atraen a los amantes del deporte de aventura como el rafting, además de que su extraordinaria ubicación geográfica y su clima, hacen de este rincón de la patria un destino especial para el avistamiento de aves.

En base a todo lo expuesto se puede decir que de las condiciones antes mencionadas, tales como entorno turístico, nivel de acceso, atención al cliente e imagen externa del establecimiento, existen en mayor o en menor grado, lo cual luego de efectuado el estudio de campo va a permitir establecer con mayor claridad la información necesaria para conformar una ruta gastronómica que reúna todos los sitios representativos de Santo Domingo de los Tsáchilas. Ello significa que de elaborarse un plan integral dentro del contexto de una ruta gastronómica y de aplicarse de manera práctica, servirá de manera directa a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, lo cual convierte al tema propuesto en una posible solución orientada a un mayor desarrollo socio-económico de la zona.

Por otra parte las rutas gastronómicas en el país, se dan a conocer por referencias, publicaciones o por conocimiento propio, así por ejemplo tomando un artículo publicado en el portal “Ecuador inmediato”, bajo el título de 1ra. Ruta gastronómica "Baños - Zamora" [9], se hace una descripción textual y visual (fotografías) de lo que constituye aquella ruta, destacando preparaciones a base de chanco con diferentes recetas, dependiendo del lugar donde lo preparan, así como desayunos típicos u otros platos de acuerdo a la hora conviene por tanto hacer una actualización de esta información incorporando datos distintos a los publicados.

Lo rescatable del artículo es la promoción que se ha dado a la ruta ya sea reconocida por el Ministerio de Turismo (MINTUR) o simplemente porque el autor lo ha creído conveniente en base tanto a los platos diferentes como al complemento del entorno turístico o la amabilidad de la gente, aunque dispongan de locales con presentación externa modesta.

De igual forma y a manera de ejemplo se puede mencionar a dos spots, de un minuto y medio de duración cada uno, los cuales fueron presentados el 06 de julio del 2012, como parte de la “Campaña Surrealista” con la que el Ministerio de Turismo busca posicionar los tesoros naturales y culturales del país [9].

Allí se presentan escenas que hacen alusión a lo infinitos colores, texturas y sonidos del Ecuador, un país habitado por especies únicas de plantas y animales como piqueros, ballenas, tigrillos, escarabajos y muchos más, son el manto de fondo del video. “La Marca País, un ícono circular que representa las cuatro regiones y sus paisajes, gente, etnias, artesanías, gastronomía y expresiones culturales está presente a lo largo del video, grabado en diferentes texturas” [10].

Considerando la campaña del MINTUR se puede afirmar que el apoyo de difusión turística está disponible, es decir, existe material audiovisual que insertado en un blog o página web relacionada con la difusión de una ruta gastronómica en este caso de la Provincia de Santo Domingo de la Tsáchilas será posible incrementar la producción gastronómica, lo cual justifica la propuesta del tema como aplicación práctica.

1.5.3. Metodológica

Para efectos de disponer la información de campo suficiente se procederá a considerar seis dimensiones:

- Variedades gastronómicas
- Buenas prácticas de alimentos
- Entorno turístico
- Ubicación y facilidades logísticas de acceso
- Atención al cliente
- Imagen de los establecimientos

Una vez establecidas las dimensiones se efectuará una calificación ponderada, es decir, que se va a efectuar una calificación, tomando un valor máximo como referencia. Un detalle del formato se describe en el apartado correspondiente a metodología.

Además de la metodología de investigación general y en base a la técnica de encuestas, con este procedimiento, se va a calificar las respuestas de manera cuantitativa con una escala de calificación de: 0 al 100%, lo cual ofrece una mayor ventaja frente al tipo de respuestas cualitativas.

1.6. Alcance y Limitaciones

1.6.1. Alcance

El producto a obtenerse es una ruta basada en el Turismo Gastronómico, es decir, la propuesta de una manera de disfrutar del ocio, donde la gastronomía de ciertos lugares visitados, se convierte en uno de los atractivos principales. Es una aventura por la cultura de lugar por el que se viaja, una manera de conocer la historia vivir el presente y percibir el futuro, es acercarse a las poblaciones, conocer a las personas que allí viven, tomando como punto central a la gastronomía, incluyendo la participación del turista, en la observación del proceso de producción, preparación y degustación de la cocina local.

Uso de tecnologías de la información y comunicación TIC's: En razón del uso más generalizado de las nuevas tecnologías tales como los usos de PC, teléfonos portátiles y de manera más frecuente equipos inteligentes complementados con el acceso a Internet, será posible disponer de interconexión entre los involucrados. Además y por costos bajos será posible implementar una página web o un blog con la finalidad de presentar la información suficiente dirigida a todo el mundo y promocionar el proyecto, por lo que se propone que el impacto tecnológico contribuirá a la promoción de la ruta gastronómica.

Incidencia económica: El principio elemental de un negocio es que tenga rentabilidad y sustentabilidad, y para ello es necesario que exista una oferta que este en capacidad de satisfacer una demanda. Considerando este principio mientras mayor sea la capacidad de la oferta frente a la demanda, mayor será la rentabilidad del negocio por lo tanto aumentará el valor de ingresos, lo cual beneficiará a mayor número de personas. Con el presente proyecto se pretende aportar para el desarrollo productivo del sector gastronómico de una región del país, lo cual traerá consigo un mejoramiento de las condiciones de vida de los pobladores, por lo que el impacto económico para la zona es positivo.

Incidencia social: La investigación tiene un impacto social porque repercute sobre la comunidad en general y solo podrá verse como un cambio en el resultado del proceso, por lo que el mismo será medible una vez transcurrido cierto tiempo. Sin embargo se pronostica que los resultados serán positivos siempre y cuando se use adecuadamente la información para la solución de los problemas fundamentales dentro del contexto del desarrollo de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Incidencia ética: El hecho de trabajar de manera organizada varios establecimientos afines con un propósito común va a permitir el solventar principios morales que los individuos pueden usar para tomar decisiones. La ruta gastronómica hará que surjan nuevas cuestiones de ética y transparencia tanto para los individuos como para las sociedades del entorno.

Para que la ruta funcione de manera homogénea será necesario un acuerdo común o de organización, para en base a ello sugerir maneras de comportamiento frente a la situación económica (precios), respeto a la competencia, normas de comportamiento de administradores hacia sus empleados y de los empleados para una mejor atención al público y lealtad al negocio. En razón de ello el presente proyecto ofrece perspectivas positivas dado que la aplicación óptima de la ética y transparencia va a tener un impacto positivo en las personas involucradas en los negocios y por ende será transmitido a su círculo social más cercano.

Incidencia ecológica: Dado que la creación de una ruta gastronómica implica impulsar la productividad de los establecimientos en funcionamiento, significa que no se efectuarán construcciones civiles importantes, y que en cambio proporcionalmente a ello los desechos tanto de efluentes como basura que se acumula. Esto último se puede superar incluyendo en la propuesta una breve guía respecto al manejo adecuado de desechos aplicando el principio de las 4R (reciclar, reutilizar, reusar, reducir) por lo que el impacto ambiental es mínimo.

1.6.2. Limitaciones

De acuerdo al tema planteado si bien es cierto se realizará una investigación centrada en la creación de una ruta gastronómica, se va poner un mayor énfasis respecto al conocimiento de una variedad de platos típicos de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, considerando la aplicación de buenas prácticas en la manipulación de alimentos, no se analizará en profundidad temas complementarios como lo relacionado con turismo, relaciones públicas o estudio de imagen de un establecimiento.

Por consiguiente, de acuerdo al tema propuesto y los objetivos planteados, no se presentará un Manual de buenas prácticas de alimentos, ni un Manual de seguridad aplicado a la preparación de alimentos.

1.7. Factibilidad de la investigación

1.7.1. Técnica

Para que las diferentes operaciones a realizarse se efectúen bajo los parámetros técnicos ideales se requiere tener acceso a las normativas afines vigentes en el país, ya sea respecto a buenas prácticas de alimentos, como a los principios éticos antes mencionados, además de información elaborada por el Ministerio de Turismo respecto al funcionamiento de locales similares al de la presente investigación. Los textos mencionados se encuentran disponibles y al acceso de cualquier persona ya sea en la web o en las instituciones rectoras como el IESS, Ministerio de Trabajo y MINTUR.

En definitiva se puede decir que existe o se puede adquirir la tecnología necesaria para optimizar la producción.

Los equipos de cocina o espacios disponibles para dar cabida a los turistas, si está acorde la capacidad técnica requerida para soportar la posible demanda. Por lo que el presente proyecto dispone de la factibilidad técnica requerida.

1.7.2. Operativa

Considerando que el incentivo al desarrollo turístico forma parte de la política de Estado en el Ecuador, se puede decir que existe apoyo suficiente para el proyecto por parte de los órganos de gobierno local. La propuesta planteada de manera general no causará perjuicios, ni existe el riesgo de producir resultados pobres en alguna área. El presente proyecto por su orientación enfocada al desarrollo productivo no va a afectar al entorno, ni se corre el riesgo de perder control en alguna área específica, en razón de que el mismo es muy beneficioso y no va a afectar al entorno.

Finalmente los clientes actuales no se verán afectados por la implantación de esta propuesta y una vez que se inicie se podría implementar sistemas de sondeo de opiniones de los usuarios con la finalidad de optimizar los servicios buscando alternativas para que el proceso sea mejor.

1.7.3. Económica

La ruta gastronómica consiste en organizar los negocios gastronómicos y afines ya existentes, por lo que no se requiere implementar infraestructuras nuevas. Las posibles inversiones a efectuarse se las realizaría de manera conjunta y en base a estrategias de promoción, tomando en cuenta la disponibilidad gratuita para la elaboración de blogs y cierto tipo de información turística como videos del MINTUR y la colocación de enlaces a páginas disponibles en la web ya sea de organizaciones públicas o privadas. En virtud de ello y considerando el costo/beneficio de las inversiones a realizarse el presente proyecto es factible en su implementación de manera inmediata.

CAPITULO II

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco teórico

Turismo cultural: Se distinguen dos tipos de definiciones sobre turismo cultural: la conceptual y la técnica. “La definición conceptual es el traslado temporal de personas a una atracción cultural lejos de su residencia habitual con la intención de satisfacer sus necesidades culturales. Y la definición técnica es todos los traslados de personas a una atracción cultural, específica tales como, lugares patrimoniales, muestras artísticas y culturales, arte, fuera de su lugar habitual de residencia. En términos de recursos que agrupan las diferentes formas de turismo cultural, se tiene según tipos de turismo cultural, según, Swarbrooke (1996)” [11]..

CUADRO N° 6

Tipos de recursos de turismo cultural

1. Atracciones patrimoniales	Museos y centro patrimoniales
	Castillos, monumentos antiguos
	Jardines históricos
	Paisajes históricos
	Pueblos históricos
2. Festivales y Acontecimientos especiales	Artes escénicas
	Eventos deportivos
	Interés particular
	Acontecimientos tradicionales
3. Industria y Comercio	Visita a lugares de trabajo

	Atracciones de agricultura y silvicultura
	Tiendas famosas
	Mercados
	Complejos comerciales de ocio
	Fábricas
4. Lugares religiosos	Santuarios
	Iglesias
	Catedrales
5. Arquitectura	Edificios singulares
6. Idioma	Idioma indígena predominante
	Idiomas minoritarios y regionales
	Dialectos y acentos
	Escuela de idiomas
7. Arte	Artefactos históricos, creativos
8. Artesanía tradicional	Teatros
	Galerías de arte
9. Actividades deportivas y de ocio	Deportes individuales y de equipo
10. Festivos de interés especial	Activo y pasivo
	Espectador
	Juegos y deportes tradicionales
	Balnearios
	En el hogar

	Fuera del hogar
11. Comida y bebida	Gastronomía local
12. Excursiones e itinerarios temáticos	Cosechas
13. Cultura popular moderna	Producto procesado
	Platos tradicionales
	Centros de catering
	Exteriores de cine
	Exteriores de TV
	Parques temáticos

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Swarbrooke citado en Richard (1996)

Mientras Smith completa y modifica la perspectiva de Swarbrooke y demuestra que muchas de las categorías mencionadas se pueden agrupar. Así las consideraciones en las definiciones y los tipos de recursos culturales son, como se acabó de ver, bastante extensas.

“De este modo al haber muchos tipos de recursos de turismo cultural, también hay muchos tipos de producto de turismo cultural. Por ejemplo:

- Quedarse en una casa de una familia local
- Visitar centros de trabajo cultural
- Asistir a festivales y acontecimientos tradicionales
- Realizar excursiones turísticas basadas en atracciones de patrimonio cultural.
- Conocer **rutas gastronómicas** o vinícolas
- Tomarse vacaciones educativas para aprender sobre algún aspecto de las costumbres o la cultura.
- Participar en actividades tradicionales de ocio.

- Desplazarse para aprender y practicar idiomas nacionales o regionales que no sean la lengua materna del turista.
- Matricularse en un curso de verano organizado por una universidad” [12].

La ruta gastronómica: La inmensa mayoría de los productores dedicados al turismo rural ofrecen su propia producción en el plato a un turista, agregándole al bien primario el mayor valor posible. Aunque no resulte siempre obvio, la vinculación entre el sector alimentario y el turismo es muy estrecha. “Los turistas tienen en la alimentación uno de los mayores gastos y frecuentemente deciden su viaje en función de los alimentos que las regiones ofrecen, la evidencia más palpable se verifica en la existencia de las Rutas Alimentarias: Rutas de los Quesos, Rutas de las Bodegas, Rutas de la Carpa Frita, etc” [13].

Las rutas alimentarias se integran por:

- Productores agropecuarios que en sus establecimientos reciben turistas y les brindan servicios de alimentación;
- Restaurantes regionales que privilegian en sus menús los platos tradicionales basados en la producción primaria local
- Agroindustrias de la zona que abren sus puertas al turismo, brindan degustaciones y venden.

Es decir que, son una interesante opción para fortalecer la organización territorial, focalizar la acción gubernamental y generar empleo y una mayor fuente de ingresos en la Comunidad de Santo Domingo de los Tsáchilas. “Una Ruta Alimentaria es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, expresiones de la identidad cultural nacional” [14].

Existen factores que caracterizan una ruta alimentaria:

- “La existencia de un número mínimo de integrantes en cada ruta que justifique su apertura.
- La existencia de una normativa reglamentaria que norma el funcionamiento de los integrantes.
- Un Menú Regional cuyos platos han sido elaborados con los productos que caracterizan a la ruta.
- Una organización local que brinda información sobre la ruta
- Un sistema de señalización de la ruta.
- La oferta en la Carta de restaurantes y de los establecimientos de turismo rural de al menos un Menú Regional (compuesto por una entrada, un plato principal y un postre), el que deberá estar basado en el alimento que caracteriza la ruta” [15].

“Tomando en consideración, la información revisada respecto a prácticas culinarias se ha identificado que a más de desarrollar una ruta gastronómica con variedad de platos típicos en una zona, se debe cubrir dos aspectos, se propone considerar de acuerdo a Reyes (2009)” [16].

- La calidad e higiene de los alimentos directamente relacionados con la manipulación para integrar los sistemas de seguridad e higiene.
- La estandarización de las prácticas sanitarias es decir de las rutinas de desempeño que los dueños de los restaurantes y negocios que participan en la ruta deben cumplir para hacer de esta ruta gastronómica en Santo Domingo de los Tsáchilas.

Es decir que luego del respectivo diagnóstico tanto de la calidad e higiene, como de la infraestructura y las prácticas sanitarias actuales, se realizará la ruta

gastronómica para los restaurantes, sitios participantes atendiendo las necesidades respectivas.

La ruta gastronómica como producto turístico (PT)

Para esta investigación se entiende al PT como un “conjunto de bienes y servicios puestos a disposición de los visitantes” [17]. Estos bienes y servicios son de diversa naturaleza y cumplen distintas funciones en el producto, ya sea como atractivos naturales o culturales, como servicios básicos o como los servicios propiamente denominados ‘turísticos’; todos ellos indispensables para la existencia de lo que se ha llamado el producto turístico.

“Al ser la ruta gastronómica un producto turístico deberá estar formado por cinco componentes: transporte, alojamiento, infraestructura, recursos naturales y hospitalidad. (Cooper, 2001)” [18], “además que el producto turístico debe estar compuesto por subproductos Kamjford, 1993 citado en (De Esteban, 2008, pág. 110)” [19].

Atracciones: Los recursos básicos son la naturaleza, la cultura, el comercio, la industria. Además, las atracciones consisten en una experiencia que puede ser dividida en: ver, hacer, ser y aprender. De esta manera, la experiencia puede ser activa o pasiva.

Alojamientos: Habitaciones y demás servicios ofrecidos por los equipamientos hoteleros y extra hoteleros

Manipulación de alimentos e higiene (inocuidad APPCC)

La higiene alimentaria en el sector de turístico orientado a la gastronomía demanda un diseño, planificación y gestión de un modo higiénico e integrado de cocina de todo tipo de establecimientos: desde el más pequeño y artesanal bar hasta la más grande y sofisticada cocina central, tomando como referencia en este caso, el sistema APPCC. Cuando se habla de inocuidad de los alimentos se hace referencia a todos los riesgos, sean crónicos o agudos, que pueden hacer que los alimentos sean nocivos para la salud del consumidor.

“El concepto de calidad abarca todos los demás atributos que influyen en el valor de un producto para el consumidor. Engloba, por lo tanto, atributos negativos, como estado de descomposición, contaminación con suciedad, decoloración y olores desagradables, pero también atributos positivos, como origen, color, aroma, textura y métodos de elaboración de los alimentos. Esta distinción entre inocuidad y calidad tiene repercusiones en las políticas públicas e influye en la naturaleza y contenido del sistema de control de los alimentos más indicado para alcanzar objetivos nacionales predeterminados” [20].

“Los Principios Generales de Higiene de los Alimentos del Codex Alimentarius (Código de Alimentación Internacional)” [21] constituyen una firme base para garantizar la higiene de los alimentos, haciendo hincapié en los controles esenciales en cada fase de la cadena alimentaria y recomendando la aplicación del sistema de análisis de riesgos y de los puntos críticos de control (APPCC)

“Desde 1961 se crearon las normas alimentarias por la FAO a través de la Comisión del Codex para proteger la salud de los consumidores, garantizar la inocuidad de los alimentos y asegurar prácticas equitativas en el comercio de alimentos en forma segura entre los países. De esta manera mediante las políticas adecuadas se mejora el acceso físico y económico y los alimentos están

nutricionalmente adecuados e inocuos con utilización efectiva de acuerdo a medidas sanitarias y otros acuerdos internacionales pertinentes” [22].

Por lo que respecta a la higiene de los alimentos, el texto fundamental son los Principios Generales del Codex de Higiene de los Alimentos, que introduce la utilización del análisis de peligros y de puntos críticos de control para el sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos. “El Código Internacional Recomendado de Prácticas - Principios Generales de Higiene de los Alimentos se aplica a todos los alimentos y resulta especialmente importante para la protección de los consumidores, dado que establece una firme base para la inocuidad de los alimentos y sigue la cadena alimentaria desde la producción primaria hasta el consumo final, poniendo de relieve los principales controles de higiene que son necesarios en cada etapa. (Codex Alimentarius, 2011)” [23].

“La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) tienen ahora gran interés en promover sistemas nacionales de control de los alimentos que estén basados en principios y directrices de carácter científico, y que abarquen todos los sectores de la cadena alimentaria. En el Ecuador de a poco se va prestando mayor interés en el control de alimentos y haciendo grandes cambios de legislación, jurisdicción y mejorar la vigilancia, seguimiento y cumplimiento” [24].

2.2. Marco conceptual

Diagnósticos comunitarios: “Son una herramienta que ayudaran a determinar la viabilidad de un proyecto y la aceptación de éste. Además es un medio para la obtención de información durante la investigación de campo, con la participación directa de la gente involucrada o interesada en participar en el proyecto” [25].

Diagnóstico participativo: “Es aquel que involucra a los miembros de una comunidad que son los que identifican sus necesidades, analizan las causas y efectos de sus problemas y determinan las fortalezas y debilidades en su organización en la búsqueda de soluciones” [26].

Atractivos turísticos: “Son sitios o eventos, naturales o culturales, capaces de atraer a los visitantes; tales como playas, presencia de avifauna, paso de las ballenas, centros coloniales, sitios arqueológicos, monumentos funerarios, actividad comercial de un destino, etc” [27].

Turismo rural: “Actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local” [28].

Buenas prácticas de alimentos: Aplicar conceptos de "inocuidad" y "seguridad" en la elaboración de alimentos, que complementa la construcción de una ruta gastronómica para asegurar la calidad en su producción y servicios; el nuevo modelo de consumo compuesto por clientes provenientes de mercados exigentes demanda esta tarea. Las buenas prácticas y seguridad en la elaboración de comida garantizan la calidad de los productos alimenticios, los costos de producción, y la calidad de trabajo.

En razón de lo anterior, la ruta gastronómica que incluya restaurantes, sitios de venta de comida típica deben cumplir con el marco de las normas nacionales e internacionales sobre Higiene y Sanidad de los alimentos, así como cumplir con los estándares de seguridad en cocina y personal para guiarse por un conjunto de pautas o guías que se ajuste a los organismos ecuatorianos encargados por dicho cumplimiento. De igual forma la infraestructura, los equipos y utensilios, la distribución del trabajo así como el manejo higiénico de los alimentos.

“La ruta gastronómica como producto turístico (PT): Para esta investigación se entiende al PT como un “conjunto de bienes y servicios puestos a disposición de los visitantes”. Estos bienes y servicios son de diversa naturaleza y cumplen distintas funciones en el producto, ya sea como atractivos naturales o culturales, como servicios básicos o como los servicios propiamente denominados ‘turísticos’; todos ellos indispensables para la existencia de lo que se ha llamado el producto turístico.

“Al ser la ruta gastronómica un producto turístico deberá estar formado por cinco componentes: transporte, alojamiento, infraestructura, recursos naturales y hospitalidad. (Cooper, 2001)”, “además que el producto turístico debe estar compuesto por subproductos Kamjford, 1993 citado en (De Esteban, 2008, pág. 110)”.

Atracciones: Los recursos básicos son la naturaleza, la cultura, el comercio, la industria. Además, las atracciones consisten en una experiencia que puede ser dividida en: ver, hacer, ser y aprender. De esta manera, la experiencia puede ser activa o pasiva.

Alojamientos: Habitaciones y demás servicios ofrecidos por los equipamientos hoteleros y extra hoteleros

2.3. Marco legal

En el Ecuador se inicia la implementación de los Sistemas de Inocuidad de los Alimentos en el año de 1997, en la producción de productos pesqueros en la que se aplicó la normativa americana 21 CFR 123, concerniente al sistema HACCP de la FDA. (Padilla, 2012).

El Sistema nacional ecuatoriano de vigilancia y control es el conjunto de entidades que coordinadamente realizan las actividades tanto para expedir los registros sanitarios, como para la vigilancia y control de los productos que han obtenido el Registro Sanitario y que se expenden en el mercado, a través de la Subsecretaría de Salud, Dirección General de Salud, Dirección Nacional de Control Sanitario, Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez, INHLIP (Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez), Direcciones provinciales de salud, laboratorios públicos y privados acreditados. La certificación del registro sanitario es otorgada previo un informe técnico favorable, o mediante homologación conforme a lo establecido en esta ley que a continuación se menciona.

Para regular la manufactura de alimentos, en el año 2002, se emite el Reglamento de Buenas Prácticas para alimentos procesados, mediante el Decreto Ejecutivo 3253 y publicado en el Registro Oficial 696 de 4 de Noviembre del 2002. Tanto el Ministerio de Turismo como el Gobierno Municipal de Santo Domingo de los Tsáchilas se acogen a este decreto ejecutivo.

Además es necesario considerar, las leyes, reglamentos, ordenanzas, decretos relacionados con la actividad referente a la investigación; es así que se consideran referencias específicas:

- Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador – PLANDETUR 2020- a través del Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Reglamento de alimentos vigente en el Ecuador.

Estrategias turísticas PLAN ESTRATEGICO 2020

El gobierno nacional a través del Ministerio de Turismo del Ecuador –MINTUR-, apoyaría al desarrollo de proyectos como el del presente caso, dado que específicamente en el punto 4.3. Estrategias turísticas del Plan, se menciona que:” las

estrategias que se aplicarán para la consecución de los objetivos planteados, y dentro del marco de las políticas de gobierno para el turismo, son las siguientes”:

- Transformación del sistema turístico ecuatoriano hacia el turismo sostenible, de forma integral y pionera (...) que fortalezcan el patrimonio social y natural (Plandetur 2020, numeral 3).
- Instrumentalización de la actividad turística para contribuir en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que permita extender los beneficios de la actividad a las empresas, comunidades e instituciones turísticas y relacionadas (...) con la integración de productos y servicios locales en la cadena de valor del turismo, (...) y la conservación del patrimonio natural y cultural (Plandetur 2020, numeral 4).
- Fortalecimiento de la microempresa, pequeñas empresas, de redes de MyPE´s y comunidades turísticas y proveedoras de suministros y servicios complementarios para la industria turística (Plandetur 2020, numeral 7).
- Fortalecimiento y sistematización de la gestión de promoción y mercadeo turístico de Ecuador (...) (Plandetur 2020, numeral 9).
- Capacitación y formación integral en turismo sostenible, tanto a nivel de sensibilización de la sociedad civil en general como en la adquisición de conocimientos técnicos profesionales y competencias laborales del turismo (Plandetur 2020, numeral 10).
- Establecimiento de mecanismos de consecución de fondos, incentivos económicos y mecanismos financieros y no financieros sistemas de micro crédito y de dinamización empresarial adecuados (...) (Plandetur 2020, numeral 11).

De la seguridad e Higiene, Reglamento vigente en el Ecuador

En todo proceso operativo de cocina existen altas posibilidades de la presencia de riesgos, relacionados con la falta de inocuidad, pureza y eficacia de alimentos, que si no son controlados pueden desencadenarse en accidentes y pueden afectar a las personas que los consumen; por lo que es prioridad el buen estado de las instalaciones

para evitar inconvenientes de salud de las personas y pérdidas económicas, por lo que es recomendable la aplicación de Buenas Prácticas de Higiene dentro de cocina.

Art. 47 Procesamiento de alimentos

Plantas industriales procesadoras de alimentos se denominan a aquellos establecimientos donde se procesan materias primas y/o productos intermedios para la elaboración de alimentos. El proceso comprende la selección, purificación, transformación, etiquetado y/o embalaje del producto (art. 20) por lo que todas las plantas industriales procesadoras de alimentos que funcionen en el territorio nacional deberán contar con el respectivo permiso de funcionamiento.

Art. 58 Señalética

En cuanto a la Seguridad e Higiene, todas las áreas deben ser separadas con letreros que indiquen claramente su respectiva función y avisos alusivos a higiene y seguridad industrial. No deben ser utilizados para otros fines que los asignados.

Art. 59 Manipulación de alimentos

En razón de lo anterior, en toda fábrica de alimentos se instalarán avisos visibles mediante señales, marcas, carteles, etc., para alertar a los trabajadores, personal en general y visitantes sobre la forma de prevenir posibles riesgos y peligros, especialmente en lo referente a:

- Electricidad: avisos de cargas eléctricas o equipos peligrosos y voltajes;
- Vapor: avisos sobre el uso y peligrosidad de líquidos calientes, posibles escapes de vapor.
- Maquinaria: avisos sobre manipulación, uso y mantenimiento de los equipos de producción, envases y control;

- La localización y uso de equipos de extinción de incendios;
- Talleres: instrucciones para el mantenimiento de equipos y uso adecuado de los dispositivos de protección;
- Bodegas y depósitos: avisos relativos a la ubicación dentro del área de las materias primas, productos elaborados, productos para despacho, productos que se encuentren en cuarentena; y,
- Limpieza: avisos relativos a incentivar el orden y la limpieza en todas las áreas de trabajo de la fábrica.

Art. 72 Equipos y utensilios

Dentro de la Organización de los establecimientos que formarían parte de la ruta, los equipos y utensilios que intervienen en el proceso de fabricación de alimentos, cumplirán con los siguientes requisitos:

- Deben ser de material inalterable, inoxidable y de superficies interiores lisas.
- Ser diseñados de tal manera que facilite su inspección y limpieza.
- Permanecer en buen estado de funcionamiento durante todo el proceso y evitar que cualquier sustancia utilizada en el mismo, tales como lubricantes y otros, no constituyan riesgo de contaminación para el producto alimenticio:
 - Las instalaciones estarán ordenadas de acuerdo con una línea funcional de producción y distribución;
 - El equipo se mantendrá permanentemente limpio y desinfectado antes y después de cada proceso, utilizando sustancias permitidas; Las cubiertas de las mesas de trabajo serán lisas con bordes redondeados de material impermeable, inalterable y/o inoxidable, que permita una fácil limpieza;
 - El equipo fijo deberá instalarse de tal modo que permita un acceso ágil y limpieza adecuada;

Art. 73 Personal

Para poder funcionar adecuadamente en cuanto al personal que labore dentro de las instalaciones, el Ministerio de Salud ecuatoriano a través del Reglamento de alimentos dispone que en una planta industrial procesadora de alimentos, y conforme al presente trabajo, el personal manipulador de alimentos deberá cumplir con:

- Certificado de salud conferido por la autoridad de salud correspondiente.
- Equipo de trabajo, que constará de uniforme de material apropiado: delantales, botas, gorro, mascarillas, protectores auditivos limpios y en buen estado.
- El personal que labora en las plantas industriales de procesamiento de alimentos, deberá tener el cabello recogido, unas cortadas, y sin esmalte, no portar anillos, pulseras, aretes, se dará énfasis a esta disposición, en especial al personal que realiza tareas de elaboración, envase y embalaje de alimentos.
- Toda persona que presente afecciones cutáneas, heridas infectadas o enfermedades infecto contagiosas, deberá ser excluida de las tareas de la manipulación de alimentos mientras no demuestre que esté recuperada de su salud.
- Se incrementará por parte de la administración de la fábrica, los sistemas de educación para la salud mediante avisos alusivos a la higiene personal, en sitios visibles y en las diferentes secciones de la fábrica.

Art. 90 Condiciones sanitarias y de mantenimiento

De cumplirse adecuadamente lo previsto en la normativa expuesta, los equipos y utensilios de los expendios de alimentos, deben mantenerse en buenas condiciones higiénicas, sanitarias y de mantenimiento (Reglamento de alimentos, art. 90)

Art. 130 Consumo de los alimentos

De acuerdo al Reglamento de alimentos vigente en el Ecuador, los alimentos que se ofrezcan al público deberán ser aptos para el consumo humano y cumplir con lo dispuesto en las leyes, reglamentos y normas técnicas vigentes.

El estudio de la higiene en cocinas es importante porque la cocina de un establecimiento de acuerdo a su diseño y a su capacidad de atención debe tener una gestión higiénica que permita garantizar la preparación de alimentos.

- **Seguridad:** Existen diferentes versiones diseñadas e implementadas para mejorar las prácticas de seguridad industrial en cocina, pero básicamente todas comparten los mismos principios y enfoques, con diferencias que se deben a las características particulares del lugar al que se aplican.

2.4. Marco espacial

Tomando información disponible de los últimos tres años y para cumplir el cronograma académico que se pondrá adjunto a este plan, la investigación se hará desde septiembre del 2012- enero del 2013 en el espacio geográfico de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas con la provincia de su mismo nombre; una vez concluida la investigación se delimitará la ruta gastronómica por sector geográfico. El territorio que abarca la investigación considera una posible ruta desde Quito- Alluriquín – Ciudad de Santo Domingo / Ciudad de Santo Domingo –Comunidad Otongo Mapalí.

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Proceso de investigación

El proceso se refiere a la investigación aplicada porque permite utilizar conocimientos existentes, que en caso del proyecto son las leyes y normas que rigen a la constitución del turismo en el Ecuador, para aplicarlos en proyectos, es decir, que los conocimientos adquiridos en la investigación aplicar en el desarrollo de la ruta gastronómica en Santo Domingo de los Tsáchilas. Para utilizar la investigación aplicada en el proyecto se tomó en cuenta las siguientes características:

- **Planificación:** establecer claramente los objetivos de la investigación, los instrumentos de recolección de datos (Cuestionarios y Entrevistas) y un informe de la investigación.
- **Original:** Apunta a una solución no existente en el país y por tanto aporta con una solución nueva para el desarrollo de las rutas gastronómicas.
- **Objetiva:** La solución propuesta busca el beneficio de las rutas gastronómicas en la comunidad local.
- **Resultados comprobables:** Los datos obtenidos por la investigación son totalmente comprobables y verificables, debido a que se dispone de las leyes, normas y procedimientos involucrados en el proceso de conformación de una ruta gastronómica en Santo Domingo de los Tsáchilas.

3.1.1. Unidad de Análisis.

Ciudad de Santo Domingo ubicada en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, considerando la población de turistas que visitan este destino turístico de acuerdo a las últimas estadísticas.

Cálculo del tamaño de la muestra

Población

Para efectos de las encuestas se han realizado a 22 dueños o administradores de restaurantes de manera aleatoria, es decir intencionalmente, considerando aquellos establecimientos que reúnen las características que se requieren para ejecutar el proyecto de la ruta gastronómica, por lo que no se ha requerido de la aplicación de formula alguna para el cálculo de la muestra, y en tal virtud la muestra corresponde a 22 establecimientos, que son aquellos sitios que durante la investigación se encontraron desde Alluriquín hasta Santo Domingo de los Colorados.

Para las entrevistas se han escogido de manera aleatoria a tres especialistas o personas relacionadas con el tema.

3.1.2. Tipos de Investigación.

Además, de cumplir con las características antes expuestas es necesario identificar el tipo de investigación aplicada que esté acorde con el proyecto. Los tipos de investigación son:

Descriptiva: comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual. Este tipo es aplicable al proyecto ya que se deben describir los procesos actuales para la elaboración de una ruta gastronómica. Este tipo tiene las siguientes etapas:

- Descripción del problema
- Definición y formulación del problema
- Supuestos en que se basa la Hipótesis
- Marco teórico
- Selección de técnicas de recolección de datos
- Categorías de datos, a fin de facilitar relaciones
- Verificación de validez del instrumento

Experimental: se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada, no es aplicable debido a que no es un conocimiento nuevo ni tampoco un sistema nunca antes desarrollado.

Exploratoria: Con la finalidad de tener una investigación más exacta de Santo Domingo de los Tsáchilas, se utilizará un tipo de estudio exploratorio porque pretende explorar el conocimiento sobre una realidad o fenómeno que no ha sido suficientemente estudiado, o que no existe suficiente evidencia empírica y teórica.

3.1.3. Método.

Los métodos que se aplicará en el proceso de investigación, son:

- **Método deductivo:** En este caso, se puede decir que considerando la información especializada de manera general se aplicarán conocimientos específicos aplicables a esta investigación. Es decir que se recopilará información relacionada con rutas gastronómicas, con el apoyo de

instrumentos de investigación, tomando como referencias estudios generales de la aplicación en otros sectores del país para luego adaptarlo a Santo Domingo de los Tsáchilas.

- **Método Inductivo:** Esto implica que tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se deriva una hipótesis que predice una solución al problema planteado. Es decir que una vez realizados los estudios de campo con una muestra del universo, será posible ampliar la cobertura de aplicación a un número total de la unidad de análisis escogida previamente y de igual forma los resultados podrían ser aplicados a otros grupos de personas con similares características que son los turistas que visitan Santo Domingo de los Tsáchilas.
- **Método Analítico:** En el presente estudio, se trata de estudiar un tema, con la identificación de cada una de las partes del proceso relacionado con la creación de una ruta gastronómica en Santo Domingo de los Tsáchilas, partiendo de un estudio teórico y de campo, para luego con ese conjunto de parámetros llegar a las conclusiones y verificación de los objetivos planteados inicialmente.

3.1.4. Técnica.

Entre las técnicas seleccionadas básicamente constan la recopilación documental, la observación de campo, las encuestas y entrevistas.

- **Recopilación Documental.-** La recopilación documental será a través de documentos gráficos o materiales de consulta bibliográfica como libros, revistas, artículos e información disponible en medios digitales.
- **Observación de campo.-** Se basa en la realización de observaciones personales a realizarse por parte del investigador, en sitios como posibles destinos turísticos en la ruta a crearse.

- **Entrevista.-** Se elaboraran preguntas dirigidas a expertos escogidos en forma no aleatoria, recurriéndose a un formulario o cuestionario que oriente la conversación, las mismas que estarán diseñadas en función de los objetivos de la investigación. Dichas entrevistas serán realizadas con expertos relacionados con el tema y autoridades de Santo Domingo de Tsáchilas.
- **Encuesta.-** Se realizarán encuestas a turistas que visitan Santo Domingo de los Tsáchilas con la finalidad de detectar inquietudes y obtener datos actualizados respecto al tema de la creación de una ruta gastronómica.
- **FODA.-** Es una herramienta que permite realizar un diagnóstico rápido de la situación de cualquier empresa, considerando los factores externos e internos que le afectan para delinear mejor la estrategia para el logro satisfactorio de las metas y objetivos inherentes a la empresa, para esto se considera las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades (Kotler,2002)
- **Estudio de oferta y demanda.-** es el proceso de analizar un mercado con el fin de determinar las posibilidades de venta para un producto y cómo alcanzar el éxito con él. Al nivel más elemental tal investigación puede comprender, simplemente, conversar con los posibles usuarios para determinar por lo que ella desea pagar y cuánto puede pagar para comprarlo, con la finalidad de asegurarse de que los productos pueden ser vendidos en forma rentable. (Kotler, 2004, pág. 186)

3.1.5. Instrumento

- **Cuestionario.-** Para el diseño del cuestionario se ha considerado, plantear las preguntas de tal forma que tengan relación con los objetivos específicos de la investigación. Las respuestas se recogieron de modo especial y determinadas del mismo modo, las posibles variaciones de respuestas estándares, facilitando la evaluación de los resultados por métodos estadísticos utilizando Excel.

- **Ficha de Observación.-** Se basa en la realización de observaciones personales por parte del autor, con la finalidad de recoger información relacionada con el tema y las posibles necesidades observadas de primera mano, para confrontarla con los datos recopilados previamente.
- **Matriz FODA .-** Una vez que se ha seleccionado la recopilación documental, la encuesta y la ficha de observación como instrumentos de medición confiables y válidos, se procede a obtener información de los sujetos de estudio a través de un formato previamente preparado para levantar información en el sector seleccionado basada en preguntas cerradas en relación con los objetivos , y preguntas directrices de la investigación, conociendo de esta manera, sus opiniones, actitudes y sugerencias respecto al tema, además de observaciones de interés que conllevan a esclarecer el planteamiento de soluciones desde un ángulo diferente.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Antecedentes

Los alimentos a partir de su identidad esencialmente territorial forman parte del patrimonio cultural de los pueblos y, por lo tanto, pueden adquirir el carácter de recursos turísticos. Como acertadamente propone Barrera (2006) “Las rutas alimentarias son articulaciones territoriales temáticamente formuladas en torno a un alimento. Sus objetivos exceden el marco turístico; también apuntan a promover el desarrollo local, valorizar los alimentos y a cimentar una denominación de origen (página 15)

En ese sentido Santo Domingo de los Tsáchilas, con su gran mercado turístico, tiene una oportunidad para desarrollarlas, para la cual necesariamente, deberá desenvolver una activa política que promueva el turismo rural.

Se toma como referencia a Ernesto Barrera quien define a las rutas alimentarias como un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, expresiones de la identidad cultural nacional. (Barrera, 2006)

Santo Domingo de los Tsáchilas no tiene un único plato típico que lo distinga en el mapa ecuatoriano. Su oferta e identidad gastronómica es diversa, como su gente. Su principal alimento es el plátano verde, el cual es cocinado y luego amasado, este alimento se conoce como “Bala” alimento ancestral de los Tsáchilas. Alimento que se acompaña de carnes de pescado, sahino, armadillo



Gráfico N° 2: Gastronomía de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

El desayuno y la bandera tsáchila, los chinchulines con verde, las parrilladas con yuca y los maduros asados con queso rallado y sal prieta son el resultado de la mezcla cultural y la sazón de inmigrantes manabitas, lojanos, esmeraldeños, colombianos que poblaron la provincia desde 1970 y que ahora deleitan a los paladares más exigentes con sus platillos. Destacan también las delicias preparadas con pescado, arroz blanco acompañado de carne o pescado (Diario El Comercio, 2011)



Gráfico N° 3: Atractivos culturales de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Además cuenta con platos originarios del sector como por ejemplo, el pandado es un plato cotidiano que consiste en uno o dos pescados chicos y plátano, colocados en una hoja de bijao, que tiene un delicioso sabor.

El sancocho, que incluye plátano verde cortado en trozos, carne de loro, guanta y guatusa, también es muy popular. Finalmente, la malá es una especie de cerveza fermentada de maíz o de yuca cocida y masticada. Es muy usada por las comunidades tsáchilas en las fiestas. (Diario La Hora, 2012) Además, existen ciertos platos típicos indígenas identificados dentro de las comunidades.



Gráfico N° 4: Comunidad Tsáchila

- **Uru:** Consiste en la chicha fermentada a base de yuca, además utilizan esta bebida en las ceremonias y fiestas.
- **Lucupi:** Sopa de Plátano verde.
- **Anó-ila :** Se prepara con plátano verde molido, previamente cocido. El plátano se tritura en una tabla rectangular “runza” sustituye a la piedra de moler, para triturar el plátano se utiliza un rodillo de madera, el “anó-ila” es conocido también como bala nunca falta en el hogar Tsáchila.
- **Piyú –bilú:** Consiste en moler el plátano con choclo, una vez molido, lo mezclan y lo cocinan finalmente sirven en las hojas del choclo o del plátano.
- **Jugo de Caña:** Se trituran los tallos de caña en el trapiche, que es un instrumento primitivo, una vez triturado la caña se obtiene el zumo que se lo deja en fermentación para obtener el guarapo.

- **Malun Ninpuga:** Este plato es preparado a base de gusanos “mayunes” asados, que crecen en la palma real lo acompañan con limón y maduro asado.
- **Chicachano:** Consiste en la tilapia envuelta en hojas recojidas y servido con maduro y limón.
- **Dulces:** Debido al aumento de las ventas, poco a poco se fue incrementando el número de familias que elaboraban melcocha y dulces de diferente tipo. Este lugar se fue convirtiendo en el punto de encuentro de turistas que se dirigían

de la costa a la sierra o viceversa, que adquirirían este y otros confites de colores variados. (Diario La Hora, 2012)

4.2. Tipos de rutas gastronómicas

Santo Domingo se caracteriza por ser una ciudad en la que convergen personas de diferentes regiones del país que han llevado consigo su gastronomía y sazón característica. Esta mezcla de sabores le da a este sitio un reconocimiento especial por su comida, luego de una investigación se detalla una “serie de puntos gastronómicos” en Santo Domingo de los Tsáchilas

La etnia tsáchila: ofrece el pescado de agua dulce envuelto en hojas de plátano y lo cocinan a la brasa. Se acompaña con malá (chicha), bebida típica. Este platillo puede degustarlo en ‘Aldea Colorada’, donde el propósito es rescatar las tradiciones y costumbres milenarias de esta etnia.

Santo Domingo – Los Bancos: Las Playas del Mulaute tienen restaurante, bar, cabañas de descanso y pista de baile. En este lugar, además, puede disfrutar de la naturaleza y buena comida. Algunos de sus platillos son: tilapia frita, carne asada, chuleta asada, pollo asado y caldo de gallina acompañados de arroz, menestra de fréjol, patacones y ensalada.

Los “agachaditos”, dentro de la ciudad: los reconocidos ‘agachaditos’ atienden las 24 horas del día. En cualquier momento que el cliente lo requiera puede encontrar carnes y chuletas asadas acompañadas con arroz, menestra, patacones y madura frito. También, se preparan: viches de camarón y cangrejo, sancochos, arroz con guatita, estofados de carne, tallarín con pollo, lengua, hígado y un sinnúmero de platos. Los ‘agachaditos’ tuvieron algunos cambios cuando se ‘modernizaron’. Entre estos estuvo el sistema de la comida rápida.

Es decir, que el cliente se acerca a caja, cancela primero el pedido y luego se acerca con su bandeja a recibir su comida ubicados en el Sector avenida Chone, La Y del Indio Colorado y la avenida Quito (cerca del Círculo de Los Continentes).

Carnes a la parrilla: Santo Domingo también es conocido por ser una zona ampliamente ganadera. Por este motivo, existe gran variedad de lugares donde ofrecen parrilladas con diferentes tipos de carne, se utiliza la carne y yuca de diferentes proveedores hasta elegir los que garanticen una excelente calidad. (Diario La Hora, 2011)

Los dulces de Alluriquín: Desde 2012 por una iniciativa de la población de Alluriquín se promociona con la primera feria del dulce. A los costados de la carretera se coloca a los microempresarios de la zona exponer sus productos en unas carpas blancas. Además los visitantes pueden degustar, gratuitamente, de postres y dulces como las melcochas, la miel de la caña y el queso relleno de dulce de guayaba. (Diario El Comercio , 2012)



Dulces. Con prácticas más tecnificadas se desarrolla el proyecto "Dulces Emprendedores".



Ventas. Turistas de varias partes del país hacen una parada en Alluriquín para degustar sus delicias.

Gráfico N°5: Dulces típicos de la parroquia de Alluriquín

Al momento el Gobierno Provincia local ha impulsado el servicio gastronómico de la Ruta de la Leche y Miel en Alluriquín. Se trata de un recorrido organizado en

donde se puede observar y participar del circuito productivo de la caña y de la leche, la tradicional siembra, cosecha de la caña de azúcar y el proceso de elaboración de la panela, alfeñique, miel de caña, melcocha, aguardiente, anexado al proceso del ganado lechero y elaboración de productos derivados de la leche; en el trayecto se puede disfrutar de la degustación de miel de caña y queso fresco. (Diario La Hora, 2012)

4.3. Resultados de aplicación de la encuesta

Pregunta 1. Satisfacción respecto al funcionamiento del negocio, considerando que existe una competencia permanente.

CUADRO N° 7

Opción	Frecuencia	%
Muy satisfecho	13	59%
Medianamente satisfecho	9	41%
Insatisfecho	0	0%
Total	22	100%

Fuente: Encuestas en Restaurante

Elaboración: Hernando Maldonado

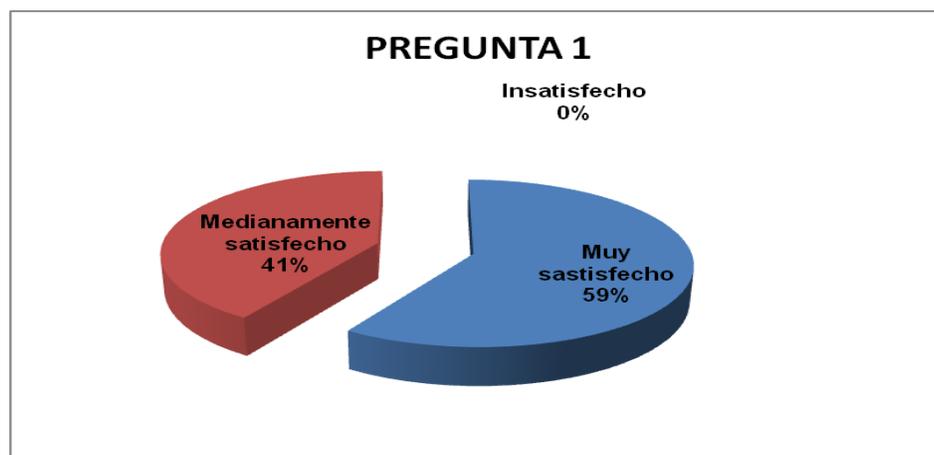


Gráfico N° 6: Resultados Encuestas en Restaurantes

Al consultarse a los propietarios o administradores de los restaurantes en estudio, respecto al funcionamiento de su negocio considerando la existencia de una competencia permanente, señalan mayoritariamente (59%) que se encuentran medianamente satisfechos.

Pregunta 2. Nivel en el que se encuentra respecto a negocios similares

CUADRO N° 8

Opción	Frecuencia	%
Alto	8	36%
Medio	13	59%
Bajo	1	5%
Total	22	100%

Fuente: Encuestas en Restaurantes

Elaboración: Hernando Maldonado

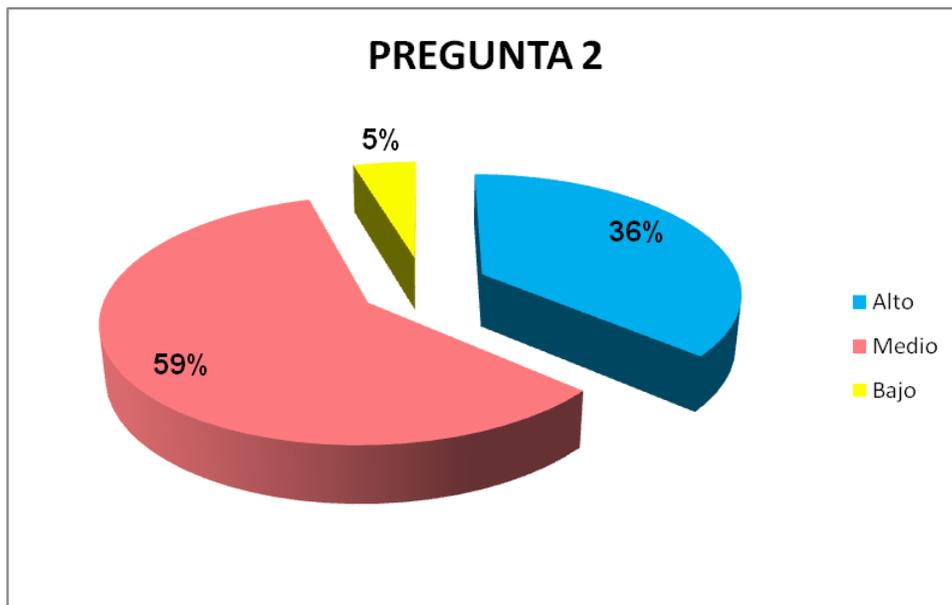


Gráfico N° 7: Resultados Encuestas en Restaurantes

La mayoría de personas consultadas manifiestan que respecto a negocios similares en la zona o dentro del mercado se encuentran en un nivel medio (59%), lo cual indica que existe un buen punto de partida considerándose la posibilidad de mejoramiento hasta alcanzar un nivel alto.

Pregunta 3. Posibilidad de mejoramiento del negocio a mediano plazo

CUADRO N° 9

Opción	Frecuencia	%
SI	21	95%
NO	1	5%
Total	22	100%

Fuente: Encuestas en Restaurantes

Elaboración: Hernando Maldonado

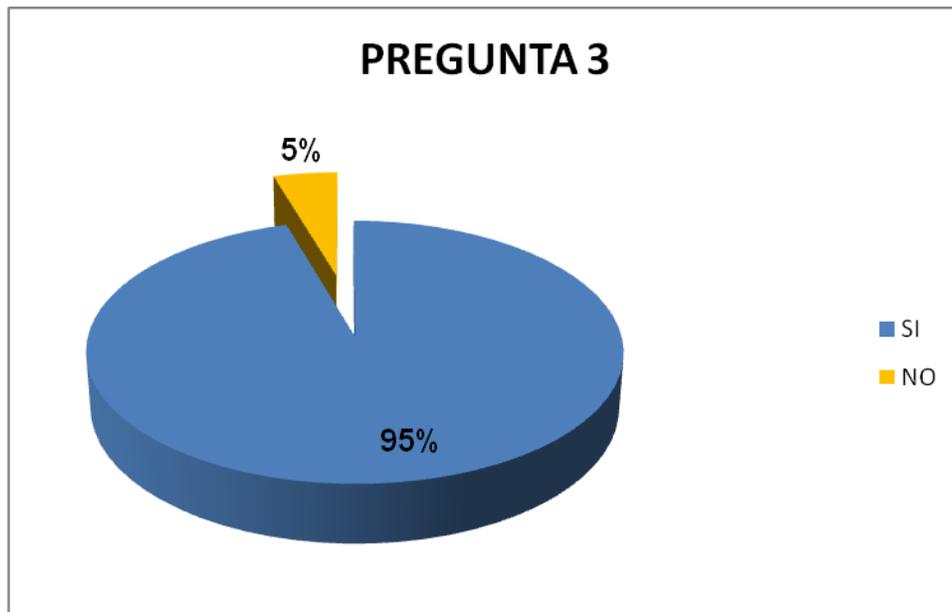


Gráfico N° 8: Resultados Encuestas en Restaurantes

Considerándose la posibilidad de un mediano plazo los encuestados creen en su gran mayoría (95%) que si pueden mejorar el potencial de su negocio, lo cual es una buena señal, considerándose que de existir un apoyo gubernamental y una buena organización grupal si será posible alcanzar dicha meta.

Pregunta 4. Disponibilidad para formar parte de una organización que agrupe a Restaurantes que se encuentren dentro del área de una ruta en Santo Domingo de los Tsáchilas.

CUADRO N° 10

Opción	Frecuencia	%
Si	22	100%
No	0	0%
Total	22	100%

Fuente: Encuestas en Restaurantes

Elaboración: Hernando Maldonado



Gráfico N° 9: Resultados Encuestas en Restaurantes

Si se diera el caso de concertarse la existencia de una organización de un grupo de Restaurantes dentro del área de Santo Domingo de los Tsáchilas, la totalidad de los dueños o administradores de los negocios manifiestan que si estarían dispuestos a trabajar conjuntamente asumiendo todas las responsabilidades que el grupo decida. Esto es un buen indicio para la implementación de un ruta gastronómica dado que existen las condiciones ideales en cuanto a iniciativa de los involucrados.

Pregunta 5. Orden de importancia de los elementos adicionales a la alimentación, como parte de la infraestructura integral para la ruta gastronómica. Con una puntuación entre 1 (menor) al 5 (mayor).

CUADRO N° 11

Opción	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5	Total
Facilidad de acceso	0	5	7	3	7	22
Alojamiento	1	2	6	8	5	22
Área natural aledaña	13	6	0	1	2	22
Infraestructura básica	0	1	7	7	7	22
Atención al cliente	8	8	2	3	1	22

Fuente: Encuestas en Restaurantes

Elaboración: Hernando Maldonado

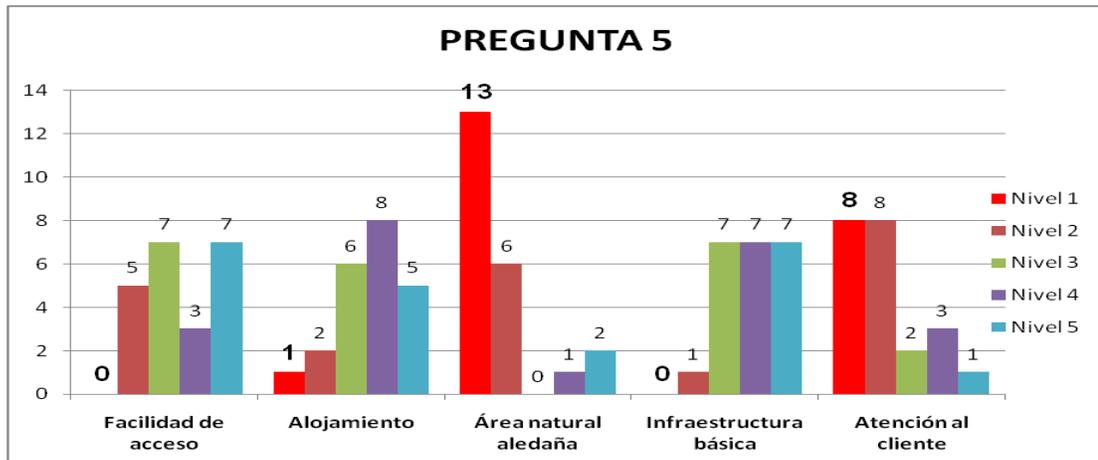


Gráfico N° 10: Resultados Encuestas en Restaurantes

Considerando que la ruta gastronómica es un producto turístico que tiene como eje principal a la alimentación, según el criterio de los dueños o administradores de los restaurantes consultados, existe una mayor atención hacia la posibilidad de disponer de infraestructura básica (entre 4 y 5 puntos), al igual que el disponer de facilidades de acceso, seguido el brindar alojamiento (entre 4 y 5 puntos), y con menor importancia el disponer de atención al cliente.

Pregunta 6. Preferencia por Organizaciones para concertar el proyecto

CUADRO N° 12

Opción	Frecuencia	%
Gobiernos locales	20	30%
Empresas particulares	19	28%
Gremios de restaurantes	12	18%
Instituciones de apoyo	16	24%
Total	67	100%

Fuente: Encuestas en Restaurantes

Elaboración: Hernando Maldonado

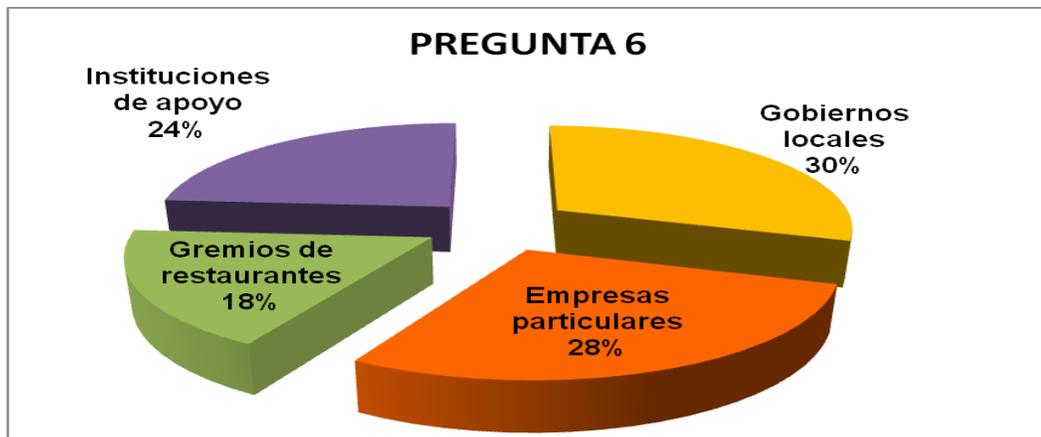


Gráfico N° 11: Resultados Encuestas en Restaurantes

De darse el caso de concretarse la unión de varios Restaurantes a través de una ruta gastronómica, se piensa que tanto los gobiernos locales como las empresas particulares son los más llamados a impulsar la idea de implementarse una ruta gastronómica, considerándose también a las instituciones de apoyo. Estas respuestas indican claramente que existiendo la predisposición individual se requiere del apoyo de las instituciones sectoriales y de la empresa privada.

Pregunta 7. Necesidades a solventar antes de implementar la ruta gastronómica

CUADRO N° 13

Opción	Frecuencia	%
Capacitación actualizada	19	34%
Mejoraría el conjunto de su establecimiento	16	29%
Información pormenorizada del proyecto	21	38%
Total	56	100%

Fuente: Encuestas en Restaurantes

Elaboración: Hernando Maldonado



Gráfico N° 12: Resultados Encuestas en Restaurantes

Considerando que antes de implementarse la ruta gastronómica se requiere contara con una infraestructura acorde al proyecto, los propietarios o administradores de los locales que formarían parte de la ruta gastronómica, manifiestan en su mayoría que principalmente requieren el informarse de manera pormenorizada respecto al proyecto, aunque de manera paralela estarían de acuerdo con recibir una adecuada capacitación, lo cual manifiesta una estrecha relación y se deduce que lo mejor sería capacitar en la parte técnica ala mismo tiempo que se informa acerca de la organización del proyecto.

Pregunta 8. Tiempo en el que debe implementarse el proyecto de la ruta gastronómica.

CUADRO N° 14

Opción	Frecuencia	%
Corto plazo	0	0%
Mediano plazo	20	91%
Largo plazo	2	9%
Total	22	100%

Fuente: Encuestas en Restaurantes

Elaboración: Hernando Maldonado

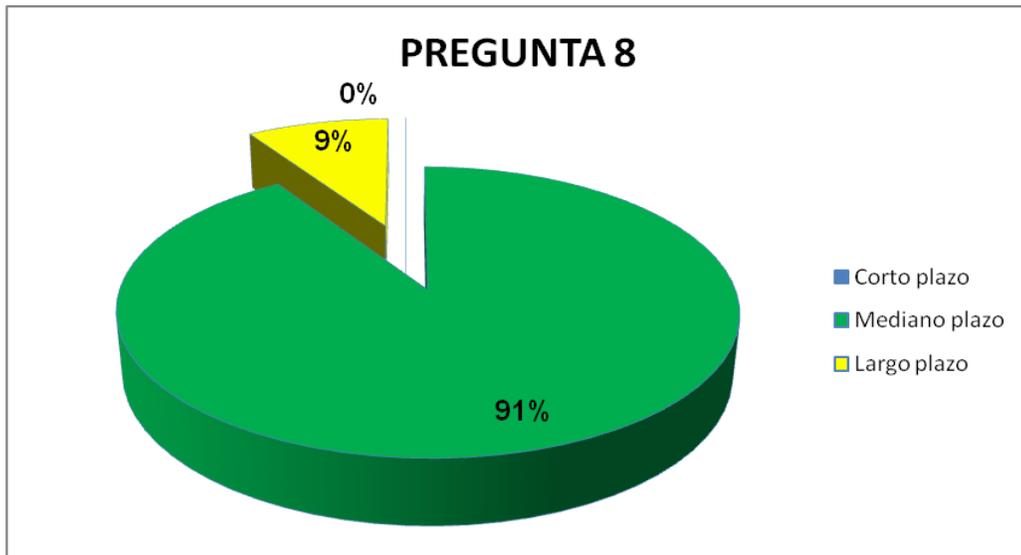


Gráfico N° 13: Resultados Encuestas en Restaurantes

En su gran mayoría (91%) las personas encuestadas manifiestan que el proyecto de una ruta gastronómica en Santo Domingo de los Tsáchilas se lo debe implementar en un mediano plazo, es decir, considerándose que se requiere dar varios pasos iniciales para efectos de una organización sólida al parecer existe un criterio adecuado para manejar el proyecto en estudio.

Pregunta 9. ¿Cuál es la especialidad respecto a platos, en la cual predomina más su negocio?

CUADRO N° 15

Opción	Frecuencia	%
Carnes	15	68%
Mariscos	5	23%
Variados	2	9%
Total	22	100%

Fuente: Encuestas en Restaurantes

Elaboración: Hernando Maldonado

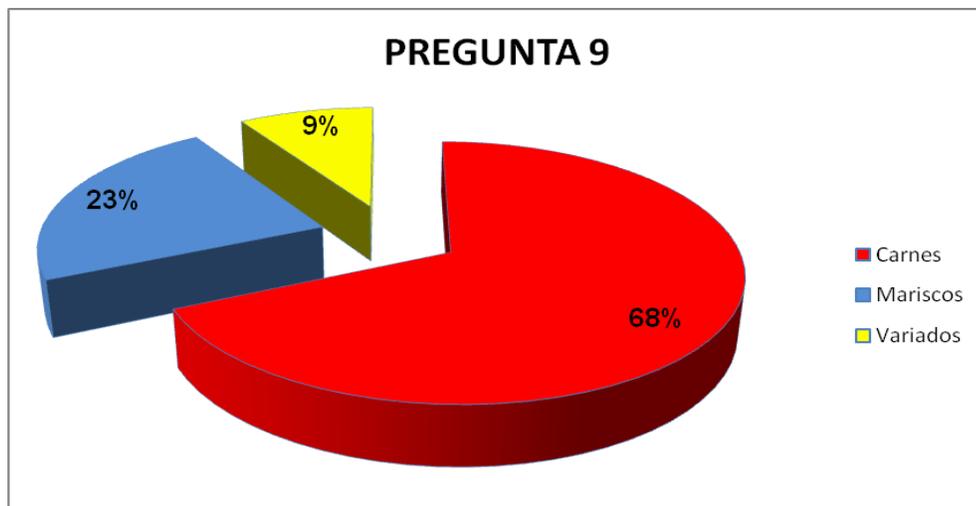


Gráfico N°14: Resultados Encuestas en Restaurantes

De acuerdo a las respuestas obtenidas la mayoría de las personas encuestas (68%) menciona que su negocio básicamente se especializa en la preparación de platos a base de carnes, lo cual se justifica dada la capacidad productiva de ganado especialmente vacuno, en la provincia de Santo domingo de los Tsáchilas. Esta tendencia será tomada en cuenta para efectos de que la ruta gastronómica se especialice en platos a base carnes.

Pregunta 10. ¿En caso de requerirse una inversión en la infraestructura de su negocio, con la finalidad de mejorar el funcionamiento del mismo, que cantidad estaría dispuesto a asumir?

CUADRO N° 16

Opción	Frecuencia	%
entre 2.000 a 5.000	8	36%
entre 5.000 a 8.000	12	55%
entre 8.000 a 15.000	2	9%
Total	22	100%

Fuente: Encuestas en Restaurantes

Elaboración: Hernando Maldonado

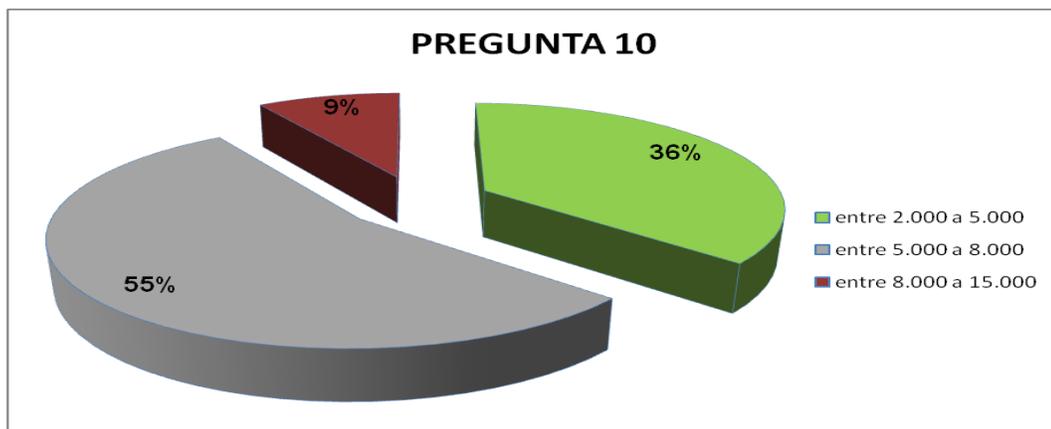


Gráfico N° 15: Resultados Encuestas en Restaurantes

Algo más de la mitad de las personas encuestadas (55%) indican que en caso de requerirse una inversión en la infraestructura de cada negocio, con la finalidad de mejorar el funcionamiento del mismo, estarían dispuestos a invertir entre 5.000 a 8.000 USD, lo cual es satisfactorio dada la importancia del proyecto a implementarse y donde necesariamente habrá que realizar inversiones en diferentes aspectos.

Calificación de observación en sitio

Para proceder a la calificación de los Restaurantes en lo referente a la aceptación de las condiciones de cada local se consultó a los administradores, empleados en base a los siguientes parámetros o dimensiones:

- Infraestructura
- Apoyo Institucional
- Interacción (relación con el usuario y entre sí)
- Motivación
- Empatía

A cada uno de estos parámetros se les ha asignado el mismo peso, es decir el 20% para cada uno. Mientras que a los sub parámetros de cada dimensión se le asignó un porcentaje de tal forma que sumado, den un total de 20% variando entre 5 y 6,7% tal como consta en los cuadros a continuación.

Para detallar cada una de las dimensiones ha sido necesario considerar varios parámetros afines o sub dimensiones, los mismos que en base al principio de método de prospectiva, es decir, una información contrastada donde opinan varias personas.

El formato correspondiente sin datos así como la puntuación registrada se adjunta en Anexos 5 y 6, por lo que a continuación se transcribe los datos finales para su análisis.

CUADRO N° 17

Resultados Fichas de Observación

FICHA- CALIFICACION DE OBSERVACION EN SITIO			
DIMENSIÓN	CALIFICACIONES		
DIMENSIÓN 1: INFRAESTRUCTURA	NOTA	MAXIMO	LOGRO
Facilidad de acceso	4,20%	5,00%	84,09%
Alojamiento	2,90%	5,00%	57,95%
Área aledaña	3,75%	5,00%	75,00%
Atención al cliente	4,32%	5,00%	86,36%
TOTAL DIMENSIÓN 1	15,17%	20,00%	75,85%
DIMENSIÓN 2: APOYO INSTITUCIONAL	NOTA	MAXIMO	LOGRO
Gobiernos locales	1,65%	5,00%	32,95%
Empresas particulares	2,33%	5,00%	46,59%
Gremios de restaurantes	2,44%	5,00%	48,86%
Instituciones de apoyo	2,05%	5,00%	40,91%
TOTAL DIMENSIÓN 2	8,47%	20,00%	42,33%
DIMENSIÓN 3: INTERACCIÓN	NOTA	MAXIMO	LOGRO
El público es amable con los empleados	5,39%	6,67%	80,85%
Los compañeros son amables y existe colaboración	5,39%	6,67%	80,85%
Los jefes son amables con el empleado	5,24%	6,67%	78,57%
TOTAL DIMENSIÓN 3	16,02%	20,00%	60,07%
DIMENSIÓN 4: MOTIVACIÓN	NOTA	MAXIMO	LOGRO
El establecimiento ofrece un menú atractivo	4,25%	5,00%	85,00%
El establecimiento esta devorado de manera atractiva.	4,06%	5,00%	81,25%
El establecimiento dispone de atractivos naturales en su entorno.	4,13%	5,00%	82,50%
El establecimiento ofrece promociones periódicamente.	4,31%	5,00%	86,25%

TOTAL DIMENSIÓN 4	16,75%	20,00%	83,75%
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA	NOTA	MAXIMO	LOGRO
El establecimiento tiene horarios de atención flexibles.	4,06%	5,00%	81,25%
El establecimiento ofrece atención personalizada al turista	3,81%	5,00%	76,25%
El establecimiento se preocupa por las inquietudes de los turistas	4,06%	5,00%	81,25%
El establecimiento trata de mantener la fidelidad de los clientes	4,63%	5,00%	92,50%
TOTAL DIMENSIÓN 5	16,56%	20,00%	82,81%
VALORACIÓN OBSERVACION EN SITIO	0,00%	100%	68,96%

Fuente: Observación directa en Restaurantes escogidos para la investigación

Elaboración: Hernando Maldonado

En base a los datos obtenidos se procede a resumirlos mediante el cálculo de un promedio para cada Dimensión y subdimensión y luego de ello a su ubicación dentro de las bandas de Mala (0-40% regular (41- 60%), Buena (61-80%), Muy Buena (81-90%) y excelente (91-100%)

CUADRO N° 18**Calificación de Logro**

CALIFICACIÓN	EFICIENCIA DE	IDENTIFICACION
(% DE LOGRO)	DIMENSIÓN	
0% - 40%	MALA	
41% - 60%	REGULAR	APOYO INSTITUCIONAL =42,33 %
61% - 80%	BUENA	INFRAESTRUCTURA = 75,85%
		INTERACCIÓN= 61%
		VALORACIÓN GENERAL = 68,96%
81% -90%	MUY BUENA	
		MOTIVACIÓN= 83,75%
		EMPATÍA = 82,81 %
91% - 100%	EXCELENTE	

Fuente: Encuestas en Restaurantes

Elaboración: Hernando Maldonado

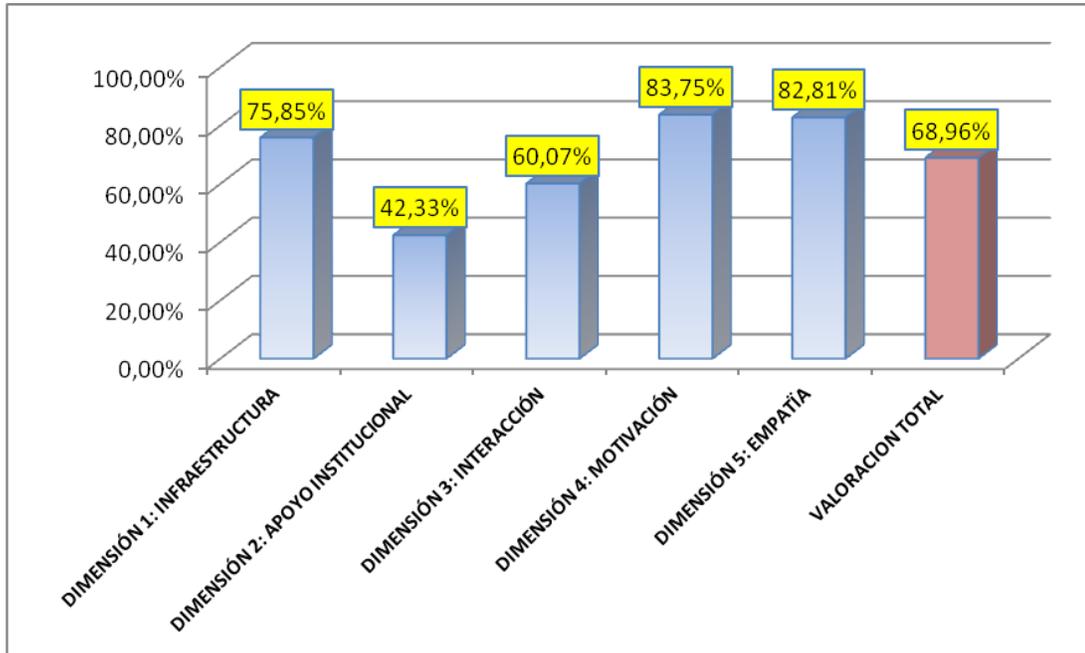


Gráfico N° 16: Resultados Encuestas en Restaurantes

Para detallar cada una de las dimensiones ha sido necesario considerar varios parámetros afines o subdimensiones, los mismos que en base al principio de método de prospectiva, es decir, una información contrastada, considerando la información recogida por el investigador, cada parámetro ha sido calificado con una escala del 1 al 5, en orden de importancia, para luego ubicar los datos (porcentajes) dentro de un rango de valores los cuales y para una apreciación visual más objetiva se le ha identificado con colores.

Se observa que desde la perspectiva del investigador la mayoría de los establecimientos en conjunto presentan una Imagen Comercial Buena (69%), que actualmente existe una motivación y una empatía (acercamiento hacia el cliente) considerada como muy buena (83%) .

Analizando de manera detallada las subdimensiones, se deduce que se destacan el que la mayoría de restaurantes tratan de mantener la fidelidad de sus clientes, ya sea a través de promociones periódicas, ofreciendo un menú atractivo, con un horario flexible, siempre atentos a las inquietudes de los clientes, lo cual se refleja de alguna manera en la reciprocidad por parte de los turistas hacia los empleados.

Sin embargo es necesario trabajar en aspectos como la escasa presencia del apoyo institucional ya sea por parte de gobiernos locales o de otras instituciones de apoyo públicas o particulares y de manera menos exigente aunque importante el mejorar la infraestructura existente, para que de manera consecuente la relación interna de cada local se vea fortalecida y con ello se incremente la rentabilidad y sustentabilidad de los negocios.

4.4. Resultados oferta y demanda turística

4.4.1. Oferta turística

Se ha considerado un análisis de la oferta turística desde Alluriquín hasta Santo Domingo de los Tsáchilas partiendo desde Quito para fijar la ruta turística, por ser la más concurrida. A pesar de ser Alluriquín uno de las parroquias más importantes y extensas se tiene descuidado el sector turístico; aunque cabe recalcar que la parroquia expone anualmente ferias, fiestas patronales y de fundación que han sido y son muy reconocidas a nivel local, regional como son: Feria de dulces (realizada en el mes de agosto desde 2012), Fiesta de Cantonización (15 de Octubre), Fiestas Patronales (agosto), Festival anual de Comida Típica (organizada por fundaciones en el mes de octubre).

Además de ser reconocido por sus varios balnearios de agua dulce, donde acuden visitantes y turistas en carnavales de cada año. Simplemente no se poseía la oferta turística necesaria para hacerle frente a la demanda, situación que es contraria a la ciudad de Santo Domingo.

En la actualidad, debido a la regeneración urbana en muchas zonas estratégicas de la ciudad, al engrandecimiento comercial del cantón, al trabajo (gestión de autoridades) para lograr conseguir obras directamente enlazadas con el turismo como son:

Construcción de Centros Comerciales, Ampliación de Autopista; se ha visto el incremento de inversión privada en hoteles, hostales, restaurantes, lugares de entretenimiento y sitios de diversión nocturna.

Planta turística

Son muchos los establecimientos que prestan servicios de restauración, hospedaje y recreación en el Cantón, pero no todos son considerados como establecimientos adecuados para la prestación de servicios turísticos, debido a los diferentes aspectos que el Ministerio de Turismo toma en cuenta para la categorización de los mismos.

A continuación se detallan los establecimientos turísticos de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados y Alluriquín, tomando en cuenta lo concerniente a restaurantes, y un sitio de entretenimiento:

CUADRO N° 19**Catastro prestadores servicios en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados**

Actividad Turística	Tipo de Actividad	Nombre
Recreación, diversión, esparcimiento	Termas y balnearios	Complejo Primavera
Comidas y bebidas	Restaurante	Parrilladas Che Luis no 2
Comidas y bebidas	Restaurante	Chelos Grill House no 2
Comidas y bebidas	Restaurante	Parrilladas Bariloche peña show
Comidas y bebidas	Restaurante	Parrilladas el Rincón del che
Comidas y bebidas	Restaurante	Cocina de leña la no 2
Comidas y bebidas	Restaurante	Asadero D' Nancy
Comidas y bebidas	Restaurante	Restaurante Agachaditos
Comidas y bebidas	Restaurante	Restaurante Divina Cocina
Comidas y bebidas	Restaurante	Restaurante Pájaro Rojo
Comidas y bebidas	Restaurante	Carnes del Manolo
Comidas y bebidas	Restaurante	Carbón y Leña

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Catastro Municipio Santo Domingo de los Tsáchilas, 2012

CUADRO N° 20

Catastro prestadores servicios de recreación, alimentos y bebidas en la parroquia de Alluriquín

Actividad turística	Tipo de actividad	Nombre
Recreación, diversión, esparcimiento	Termas y balnearios	Fikus de Santo domingo
Comidas y bebidas	Restaurante	Bar restaurante la Fonda de Agata
Comidas y bebidas	Restaurante	Nuevo Miravalle
Comidas y bebidas	Restaurante	Galpon Yosil
Comidas y bebidas	Restaurante	El Paso
Comidas y bebidas	Restaurante	Nuevo Zaracay
Comidas y bebidas	Restaurante	Parador Rosita

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Catastro Municipio Santo Domingo de los Tsáchilas

4.4.2. Demanda turística

Es muy importante conocer la demanda real que tiene el cantón Santo Domingo de los Tsáchilas, lamentablemente datos exactos o detallados sobre los visitantes no existen, el municipio no posee base de datos que indique la cantidad de personas que llegan a Santo Domingo de los Tsáchilas.

Sin embargo, las autoridades locales indicaron que, los visitantes de otros cantones aledaños se motivan principalmente por la degustación de dulces, platos típicos que se expenden en los accesos a la ciudad como es el caso de Alluriquín. Para fechas importantes y feriados se puede observar a las personas oriundas de Santo Domingo que radican en otras ciudades del país que visitan el cantón y además traen como invitados amistades que pernoctan, consumen todo tipo de servicios y visitan los atractivos turísticos que existen; el mínimo de estadía es de tres días.

Además, migrantes que retornan con su nueva familia o amigos extranjeros a disfrutar de todo lo que se ofrece en este Cantón, siendo los meses desde Julio a Septiembre y de Noviembre a Enero los preferidos por los compatriotas.

4.5. Resultado diagnóstico situacional FODA

A partir del establecimiento de tendencias es decir de factores importantes o desfavorables para la creación de la ruta turística se establecerá el FODA. Se identifican 3 tendencias importantes favorables:

Independencia provincial: El 19 de abril del 2006, el Concejo Municipal de la Ciudad de Santo Domingo de los Colorados, resolvió y solicitó al Tribunal Provincial Electoral de Pichincha, consulte a los habitantes Santo Domingo, sobre si querían o no ser provincia (Gobierno provincial Santo Domingo de los Tsáchilas, 2012).

Una vez aceptada dicha solicitud, el 9 de noviembre de este mismo año, el TPEP convocó a los habitantes de Santo Domingo a consulta popular y el 26 de noviembre, con la pregunta, ¿Está usted de acuerdo que el cantón Santo Domingo sea elevado a la categoría de provincia con la jurisdicción territorial del mismo nombre?, la consulta dio como resultado que el 93.5% de la ciudadanía estaba de acuerdo con la nueva jerarquización, por lo que el 6 de noviembre del 2007, se publica en el Registro Oficial No. 205, la ley de creación de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

A partir de noviembre del 2007 el rol político de la Ciudad Santo Domingo de los Tsáchilas, ha tomado otro giro en virtud de convertirse en el centro de muchas decisiones a favor de la provincia. A partir de ello todas las actividades que se desarrollan en la nueva provincia, parten de una identidad propia y de una u otra manera se trabaja en bienestar del entorno.

El hecho de existir una autonomía en las decisiones provinciales, hace que todas las actividades se manejen bajo una identidad y costumbres propias, por lo que hay que considerar la nueva tendencia de asumir los colores afines a los de sus bandera, figuras o fotografías de los indígenas Tsáchilas, sus vestuarios y ciertas características que lo diferencian de otras regiones del país. En este caso es necesario considerar la tendencia de identificación lo cual resulta atractivo para el turista.

- **Viajes por carretera**

En cuanto a las vías de comunicación como las carreteras, resulta interesante el que Ecuador cuente con carreteras en muy buenas condiciones para el desplazamiento de automóviles, lo cual invita a la circulación de turistas, por los sitios más atractivos. En el presente caso, la provincia de Santo Domingo de los Tachillas y especialmente su capital han sido un eje confluyente, para que desde distintos sitios del país los vehículos hagan su paso obligado, ya sea desde la provincia de Manabí, Los Ríos, Esmeraldas o Pichincha, por lo que con muy buenas carreteras los tiempos disminuyen y la seguridad aumenta, existiendo la tendencia de realizar viajes turísticos más frecuentes, lo cual ha sido considerado, tanto más si los negocios que forman parte de la ruta gastronómica se encuentran a un costado de la carretera o muy cercana a ella.

- **Turismo Comunitario**



Gráfico N° 17: Costumbres comunidad Tsáchila

Lo que más atrae al viajero, son los indígenas colorados o Tsáchilas, cuyos cuerpos y rostros pintan con una tupida red de puntos negros y rayas horizontales, en la actualidad ocupan un territorio de 8.500 hectáreas distribuidos en ocho comunas: Colorados del Búa, Cóngoma, Peripa, Los Naranjos, Chigüilpe, Otongo Mapalí, Filomena Aguavil y El Poste.

- **Incorporación de la tecnología**

La tecnología es un factor muy cambiante que se presenta en la actualidad, las decisiones y actividades para las empresas están influenciadas por la tecnología en el sentido que esto afecta en forma directa al desarrollo de los productos, la presentación, las promociones, la fijación en procesos y en el sistema de distribución o venta.

Para que un proyecto como es el caso del presente estudio, dependiendo de la actividad o campo de acción que se decida cubrir, deberá implementarse una cantidad de herramientas y equipos propios de esta actividad. Es decir si se va a ocupar de satisfacer todas las exigencias de los turistas que requieren de los servicios de restaurantes especialmente en sectores rurales o cerca de las carreteras principales, deberá contar con una serie de equipos como parte de la infraestructura básica que el caso amerita.

De igual forma se recomienda que para cualquier actividad a que se dedique se deberá contar con la implementación de un computador con programas básicos y acceso a internet, ya que si se observa este tipo de tecnología desde el punto de vista de aplicación y actualización se puede ganar mucho ya que permitirá tener acceso a información de proyectos similares, mapas digitales, recetas, sugerencias para decorar jardines, modelos de muebles para restaurantes, etc., realizados en otras latitudes.

El desarrollo tecnológico dentro de la organización de la ruta gastronómica, representa un gran reto, que le permitirá optimizar su gestión, tener una mayor competitividad e impulsar la comercialización de sus servicios.

- **Producción de cárnicos**

La carne es el tejido animal, principalmente muscular, que se consume como alimento. Se trata de una clasificación coloquial y comercial que sólo se aplica a animales terrestres (normalmente vertebrados: mamíferos, aves y reptiles).

Gran parte de los habitantes de Santo Domingo de los Tsáchilas se dedica a la actividad pecuaria, especialmente crianza de ganado vacuno, que se comercializa en Santo Domingo, junto al ganado de carne se produce leche y queso de buena calidad.

Santo Domingo antes era una zona considerada como productora de carne, pero cambió hace más de tres años cuando los ganaderos se inclinaron por las reses para leche, por el aumento del precio del litro.

Tal es así que el 15% de la producción de carne del país está en Santo Domingo. En esa provincia hay más de 200 000 cabezas de ganado, con tendencia al ganado para leche. (Diario El Comercio, 2010)

- **Cultivo y producción agrícola de yuca, plátano verde y frutas tropicales**

En Santo Domingo, las frutas tropicales como la piña, papaya, maracuyá y los cultivos de ciclo corto como el maíz y yuca, son los mayores cultivos de este cantón. En el centro urbano se puede encontrar un mercado de servicios y abastos variados, que abastecen la demanda de la zona.

El cantón es uno de los más productivos del país, en la zona rural hay sembríos de palmito, palma africana, papaya, piña, plátano, sandía, soya y más, la mayoría de exportación y que generan ingresos al país. Cada vez se incrementan más las hectáreas destinadas a la producción. En el 2000 había 127 44 y en el 2006 casi se duplicó la cifra: 253 284., esta situación se ha mantenido constante hasta el 2012. (Diario Hoy, 2007).

La presente investigación propone la implementación de una ruta gastronómica con énfasis en especialidad en la venta de platos preparados con ingredientes propios de la región, a establecerse en sitios estratégicos a lo largo de las carreteras de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, permitiéndose el fortalecimiento de la imagen de los establecimientos gastronómicos ya establecidos; con el propósito de optimizar sus contactos con el público usuario e imagen empresarial, para facilitar su consolidación a nivel local y nacional, dada su vigencia en el mercado.

En el capítulo anterior se ha descrito la situación general del proyecto, teniendo en cuenta los factores del entorno, el desarrollo de la actividad y el nivel de competencia en el sector, para luego proponer las directrices de los planes y acciones debidamente estructurados de tal forma que permitan superar las debilidades identificadas y en desarrollar una propuesta de una ruta gastronómica que responda a las necesidades.

Conviene diagnosticar la imagen integral conformada por colonos, productores, industriales, gastronómicos y otros sectores afines, para tener un mejor criterio respecto a una ruta gastronómica y de esta manera proponer planes de acción, que vienen como consecuencia de los objetivos generales, estratégicos.

CUADRO N° 21**Matriz F.O.D.A**

RUTA GASTRONOMICA			
FORTALEZAS - F-		DEBILIDADES -D-	
F1	La zona de Santo Domingo de los Tsáchilas ahora cuenta con una identidad propia.	D1	Escasa presencia de apoyo institucional, especialmente de parte de instituciones públicas.
F2	Cuenta con alternativa culinaria y turística, impulsada por la población pluricultural e intercultural de la provincia.	D2	Infraestructura de agua potable y alcantarillado en mediano estado.
F3	Predisposición unánime de parte de dueños o administradores de restaurantes para conformar una ruta gastronómica	D3	Mínima difusión de actividades de establecimientos involucrados en el proyecto.
F4	Disponibilidad de infraestructura adecuada para cumplir las operaciones a corto plazo.	D4	Limitada aplicación de TICs en las actividades de los establecimientos
F5	Existe una integración informal sólida.		
F6	Predisposición inmediata para mejorar la infraestructura a mediano plazo		
F7	Existe una actitud positiva en cuanto a atención al cliente, de parte de empleados de establecimientos hacia usuarios		

OPORTUNIDADES -O-		AMENAZAS -A-	
O1	Las zonas contiguas a las carreteras de Santo Domingo de los Tsáchilas son ejes importantes y paso obligado desde las provincias de Esmeraldas, Manabí, Los Ríos y Pichincha hacia otras regiones.	A1	Los cambios políticos nacionales
		A2	Inestabilidad de política tributaria
O2	La zona de Santo Domingo además de disponer de carne de buena calidad, yuca, plátano, frutas tropicales y otros productos de la región, cuenta con materia prima de todo el país dada su posición geográfica.	A3	Incremento de la inflación
		A4	Incremento de tasas de interés
O3	Gobierno ha establecido políticas de apoyo y normativas en beneficio de la producción	A5	Estación de lluvias con afectación a sus carreteras (Quito-Sto. Domingo)

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Archivo investigación

4.6. Resultados de entrevistas

Las entrevistas han sido realizadas a expertos en el tema.

Pregunta 1.

¿Qué opinión tiene usted respecto a las rutas gastronómicas y su impacto en las localidades aledañas?

Las personas entrevistadas en resumen piensan que en lo que respecta a la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas, se ha convertido en un eje principal dentro del desarrollo del turismo, y dentro de ello la gastronomía es uno de los puntos fuertes como parte de los paquetes turísticos, y con más fuerza en los sectores rurales por lo que es muy importante fortalecer lo que ya existe pero, planificación y ejecución y sobre todo con apoyo.

Las rutas gastronómicas como tal se constituyen en ejes integradores o elementos que engloba al sector turístico, debido a que permite diversificar ampliamente la actividad a lo largo de una ruta, beneficiándose directamente aquellas poblaciones pequeñas, con costumbres y tradiciones diferentes.

Pregunta 2.

¿Qué factores considera más importantes para la creación de una ruta gastronómica?

En resumen que dentro de la creación de una ruta gastronómica es indispensable realizar un levantamiento de la información respecto a un distintivo gastronómico o los considerados platos típicos, que son ofertados en los distintos lugares, y que tienen cierto posicionamiento en la mentalidad de los usuarios, complementándose con la identificación de actividades en las comunidades aledañas o particularidades o características, basadas en la ganadería, agricultura, y artesanía que se constituirían en el complemento perfecto dentro de la integración turística –gastronómica, como parte de la ruta gastronómica.

Pregunta 3.

¿Qué piensa respecto a la implementación de una ruta gastronómica en el sector de Santo Domingo de los Tsáchilas?

Que se convertiría en una buena oportunidad para mostrar otra alternativa culinaria y turística, impulsada por la población pluricultural de la provincia, reflejada en la gastronomía. Lo indispensable es que para que esta propuesta tenga éxito radica en la planificación que se realice de la gastronomía apoyada por aspectos como el agroturismo y turismo de aventura, para luego posicionar la ruta escogida.

Contando con que la provincia tiene una gran diversidad de gente, alimentación y producción, luego de la implementación de la ruta como tal, se lograría sustentarla realizando un trabajo de marketing bien diseñado, con una inversión promocional y un reforzamiento de la imagen interna y externa.

Pregunta 4.

¿En caso de implementarse una ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que Organismos deben apoyar el proyecto, sabiendo que existen Gobiernos locales, Instituciones de apoyo y Empresas particulares?

En cuanto a los Organismos que deben apoyar el proyecto deben ser actores comprometidos, y que se encuentren manejando directamente actividades turísticas, tales como gobiernos, comunidades involucradas, Organizaciones de emprendedores, Instituciones públicas y privadas de cooperación con auspicios serios.

Pregunta 5.

¿Antes de reunir un grupo de establecimientos para conformar la ruta gastronómica, que necesidades deberá solventarse antes de manera prioritaria, considerando capacitación, infraestructura, información sobre el proyecto u otros?

Las necesidades existentes se pueden establecer de una manera más confiable, mediante un diagnóstico participativo integrador que proyecte una buena planificación, aunque en algunos sectores donde existen necesidades básicas insatisfechas, tales como abastecimiento de agua potable y alcantarillado que actualmente la infraestructura existente no es tan satisfactorio.

4.7. Resultados ficha de observación

4.7.1. Ficha mapa de públicos

Un mapa de públicos es la herramienta específica para la selección e identificación de los usuarios prioritarios de una empresa. Con estos antecedentes, el mapa de usuarios es decir de potenciales consumidores del servicio o producto que estará dado del 1 al 10 atribuyendo importancia donde represente 0 en mínimo y 10 el máximo, de la empresa y es:

CUADRO N° 22

Ficha mapa de públicos

FACTORES DE DECISION USUARIOS						
	Sociedad	Estado	Clientes	Proveedores	Cliente Interno	Socios
Influencia sobre los resultados de la empresa.	5	0	7	7	7	8
Importancia estratégica para la organización.	6	6	9	7	7	7
Capacidad de influencia en la opinión pública.	9	6	9	7	9	7
Influencia sobre los organismos de regulación.	9	7	9	6	6	6
Capacidad de Difusión directa de los mensajes de la empresa.	9	5	9	5	8	6
PONDERACIÓN TOTAL	38	24	45	32	37	34

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Archivo investigación

A cada uno de los distintos usuarios se les ha dado una puntuación del 1 al 10 como se mencionó anteriormente de acuerdo al orden de importancia y prioridad.

La jerarquización de estos públicos se ha establecido a través de esta puntuación e indica la prioridad comunicativa con que se debe llegar a ellos. De esta manera se mide o identifica el relacionamiento observado entre los públicos de interés y poder establecer la estrategia comunicativa correcta:

4.7.2. Ficha de necesidades a ser cubiertas en la ruta gastronómica

Las necesidades de información de cada público se resumen a continuación:

CUADRO N° 23

Requerimientos de información

TIPO DE INFORMACIÓN	USUARIOS					
	Sociedad	Estado	Clientes	Proveedores	Cliente Interno	Socios
Financiera		X		X	X	X
Administrativa			X	X	X	X
Legal		X				
Fiscal	X	X	X		X	X
Publicitaria	X		X	X	X	X
Operativa			X	X	X	X

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Archivo investigación

Los destinatarios principales de la propuesta estratégica son lo públicos que se han identificado, es decir:

- El Estado, todos los organismos públicos de regulación de las actividades turística y de elaboración de alimentos.
- La sociedad, es decir todos los habitantes de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que es la plaza donde la empresa opera.
- Los empleados, todos los colaboradores o clientes internos que tiene cada establecimiento que conforma la ruta gastronómica, y que apoyan su operatividad.
- Los proveedores, que están muy claramente definidos y que entregan:
 - Materia prima para preparación de alimentos
 - Equipos para cocina, muebles para equipamiento de restaurantes
 - Obras civiles.
 - instituciones financieras con las cuales operan los establecimientos.
- Los visitantes de la ruta gastronómica (clientes), es decir las personas que tienen acceso a los servicios y adquisición de los productos que oferta la “Ruta gastronómica”, y que son ocasionales o frecuentes.
- La administración, que está constituida por los propietarios, socios o administradores de los establecimientos.

Como se ha manifestado, los públicos relacionados con la empresa son: El Estado, la sociedad, los empleados, los proveedores, los clientes y la administración.

Las variables de selección para “la ruta gastronómica” son:

- Influencia sobre los resultados del proyecto.
- Importancia estratégica para la organización.
- Capacidad de influencia en la opinión pública.
- Influencia sobre los organismos de regulación.
- Capacidad de difusión directa de los mensajes de la empresa.

4.8. Diagnóstico final

El turismo valoriza los alimentos y consecuentemente el trabajo de los actores de la cadena gastronómica, comenzando por el de los agricultores; esa valorización es una vía más para aumentar la biodiversidad y la oferta turística de los pueblos.

Las Rutas Alimentarias, es una licencia literaria que permite soslayar la sesgada visión turística sobre la gastronomía, son vías interesantes para lograr el objetivo. Son, por concepción, un producto de la ruralidad por tanto forman parte de la oferta de turismo rural de los territorios (Barrera, 2006:3). El punto de partida para su desarrollo pasa por comprender el carácter patrimonial del alimento.

Por lo tanto, es necesario complementar cada punto gastronómico con un atractivo turístico para lo cual se realizó un inventario, además en cooperación con los establecimientos que cuentan con los permisos respectivos y están calificados se han considerado 22 establecimientos ubicados entre Alluriquín y Santo Domingo de los Colorados.

También se consideró a los productores de dulces de Alluriquín, los restaurantes en la ciudad de Santo Domingo y la comunidad Otongo Mapali que es la más cercana en la ruta Quito- Santo Domingo.

Con la construcción de las rutas alimentarias, además se deben considerar políticas que favorezcan el turismo de los alimentos, entre ellas:

- Promover una vinculación más activa entre los cluster de alimentos y bebidas con el de turismo.
- Diseñar y poner en marcha un plan estratégico.
- Investigar y desarrollar un inventario de los recursos, especialmente de los

- Establecer incentivos para los productores agropecuarios.
- Medidas de protección para los alimentos con identidad.
- Educar a la población en torno al valor turístico de los alimentos con identidad.

Santo Domingo de los Colorados es un cantón productivo, destacando la ganadería, así como el plátano y las frutas tropicales. En lo que respecta al turismo, este Cantón es un destino gastronómico importante, poseedor de gran variedad de platos típicos y muchos establecimientos de expendio que hacen posible la degustación de los mismos.

La falta de promoción e inclusión de la gastronomía local ha sido la barrera principal para que Santo Domingo de los Tsáchilas se limite al conocimiento turístico nacional e internacional. De ahí la importancia de contar con una ruta gastronómica, que indudablemente beneficia a la comunidad, no solo la que está incluida en la ruta gastronómica, sino también a todo el sector turístico y de servicios en general.

Por lo tanto hay la posibilidad de diseñar una ruta en turismo a partir del eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos turísticos; y, cuyo recorrido que tiene un objetivo: permitir admirar paisajes, recordar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos.

CAPITULO V

5. PROPUESTA DE CREACIÓN DE LA RUTA GASTRONÓMICA

5.1. Alcance

El presente proyecto tiene el propósito de que los involucrados en el mismo, implementen un entorno agradable, Buenas Prácticas de atención al cliente, de Higiene y Seguridad aplicadas en la cocina entre otras, abarcando actividades que tengan relación con el bienestar del turista y más aún cuando se trate de ofrecer productos gastronómicos, en el punto final de un recorrido en un período de tiempo, el lugar escogido deba tomar precauciones desde el inicio de la cadena alimentaria, la cual consiste en la serie de manipulaciones que sufre el alimento desde su lugar de origen, almacenamiento, recepción, acondicionamiento previo, preparación, así como también las consideraciones necesarias en cuanto a las instalaciones y seguridad con el personal involucrado.

5.2. Objetivo

Los objetivos proporcionan metas medibles que permitirán evaluar el desempeño, y tomar medidas correctivas ante el riesgo de incumplimiento; para fijar los objetivos de la propuesta de una ruta gastronómica, se han establecido objetivos generales y específicos

5.2.1. Objetivo General

Desarrollar una ruta gastronómica que estará basada en la preparación de platos con ingredientes de la región, en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, dentro del contexto del mercado del turismo, orientado al fortalecimiento de

establecimientos ya existentes, para lograr reconocimiento y mayor aceptación entre sus clientes actuales y los potenciales.

5.2.2. Objetivos Específicos

Los objetivos específicos planteados son:

- Promover la cultura gastronómica de la región mediante parámetros técnicos a con la intervención de los involucrados, dentro del contexto de una ruta gastronómica.
- Informar al público externo mediante acciones de promoción y publicidad de la ruta gastronómica para posicionamiento de la misma.
- Fortalecer el turismo gastronómico mediante la participación activa de colonos, productores, industriales, gastronómicos y otros sectores afines, dentro de la ruta.

5.3. Mix de Comunicación (Promoción y Publicidad)

Producto

A la Ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, convergen carreteras principalmente desde las Provincias de Esmeraldas, Manabí, Los Ríos y Pichincha, de las cuales se han considerado las carreteras o rutas desde o hacia la provincia de Manabí; y desde hacia o desde la provincia de Pichincha.

En razón de ello se describe a continuación el mapa de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, sitio donde va a funcionar la ruta del presente proyecto.



Gráfico N° 18: Mapa vial de acceso a Santo Domingo

Para realizar los reconocimientos de terreno de las opciones que serían analizadas en este estudio para la creación, se efectuaron los siguientes recorridos y fechas que se indican.

CUADRO N° 24**Recorrido y fechas de visitas al sitio de investigación**

RECORRIDO	NOMBRE	FECHA DE VISITA
Recorrido 1	Recorrido Quito- Alluriquín	11-10-2012
Recorrido 2	Recorrido Alluriquín- Santo Domingo de los Colorados	11-10-2012
Recorrido 3	Recorrido Comunidad Otongo Mapali- Santo Domingo de los Colorados	11-10-2012

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Investigación

Durante ese recorrido se identificaron atractivos naturales, terrestres y culturales.

CUADRO N° 25**Recursos activos para el desarrollo de un producto turístico**

Ruta Gastronómica: Tramo Alluriquín Santo Domingo de los Tsáchilas	Atractivos naturales	Atractivos Terrestres	Atractivo Cultural (gastronómico)
Alluriquín	Cascada Napa, Río Pilaton unido al Toachi.	Producción de caña de azúcar, en los conocidos trapiches. Fábricas de panela.	Melcochas, miel de la caña y el queso relleno de dulce de guayaba.
Comunidad Otongo Mapali	Hojas y flores de uso terapéutico: Fibian Luano, Artocarpus comuns, Huaco Cornarachili para curar distintas enfermedades.	Viviendas rusticas construidas con caña guadua y al aire libre Minas de barro para fabricar figuras..	Bebida de chicha en Fiesta denominada Kasama (caña molida) Curaciones con medicina natural. Preparación de achiote Utilización de trapiches
Cantón Santo Domingo de los Tsáchilas	Actividad ganadera con presencia de grandes pastizales. Gran presencia de aves para ser observadas.	Monumentos, parques distribuidos a lo largo de la ciudad.	Parrilladas, Variedad de comida nacional e internacional Presencia de diversas personas con distintas nacionalidades

Elaboración: Hernando Maldonado**Fuente:** Investigación

A continuación se presenta la tabla muestra de los recursos activos que se pueden desarrollar en un producto turístico rural integrado. En ese sentido la ruta gastronómica se alinea dentro de la iniciativa de La Cámara Cantonal de Turismo de Santo Domingo de los Colorados CACTUR que busca informar para tener un conocimiento de los atractivos turísticos con los que cuenta la ciudad, dónde están ubicados y los medios de acceso a cada uno de estos. (Diario La Hora, 2012)

Para elaborar una ruta gastronómica además se deben considerar posibles recursos que pudieran contribuir hacerla más interesante:

CUADRO N° 26

Recursos pasivos para el desarrollo de un producto turístico

RECURSOS NATURALES	PATRIMONIO HISTÓRICO ARTÍSTICO	MANIFESTACIONES CULTURALES
Paisaje	Monumentos	Folclore
Clima	Arquitectura típica	Gastronomía
Parque Naturales	Esculturas	Celebraciones Religiosas
Caminos, senderos	Artesanía	Festivales Artísticos
Fauna		Ferias
Flora		Costumbres y tradiciones populares

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Investigación

CUADRO N° 27

Recursos activos para el desarrollo de un producto turístico

ACTIVIDADES DEPORTIVO-RECREATIVAS	ACTIVIDADES SOCIOCULTURALES	OTROS
Senderismo	Artesanías	Fotografía
Cabalgatas	Idiomas	Actividades Ecológicas
Cicloturismo	Estudio de la Flora	Ceremonias espirituales shamánicas.
	Estudio de la Fauna	
	Estudios Medioambientales	

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Gobierno Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas

Además se creará una identidad propia para la ruta, es decir una identidad o marca y se la hará pública para que pueda posicionarse en el mercado. La creación de la marca de la ruta es lo que dará una herramienta fundamental para poder atraer al mercado, que será selectivo.

Plaza

La plaza donde operará la ruta gastronómica es la ciudad de Santo Domingo de los Colorados en Ecuador. Los aspectos relevantes y determinantes de la localización serán:

- La existencia de un mercado altamente potencial para el funcionamiento de la ruta y sus posibles proyectos de expansión.
- Alta concentración poblacional.
- Las condiciones de vialidad, perfectas para el fácil acceso y para la movilización, existe gran cantidad de: empresas de transporte, camionetas, taxis.
- La infraestructura adecuada; teléfono, Internet, red de fluido eléctrico y red de alcantarillado público.

Promoción

La promoción actual se ha limitado a una transmisión boca a boca. Por lo que luego de haber realizado el diagnóstico respectivo, se realizará una promoción de la marca de la ruta: nuevo logotipo, slogan o mensaje. El logotipo con el cual la empresa transmitirá su mensaje es:



Gráfico N° 19: Logotipo Ruta Gastronómica

El logotipo de la ruta está compuesto por un óvalo matizado de color naranja con verde, en cuyo centro se encuentra el texto de gastroruta de Santo Domingo de los Tsáchilas con la idea de identificar claramente la región donde se ubica la ruta gastronómica.

Psicología del Color

Los colores significan:

- **Naranja:** Combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo. En este caso se asocia a la alegría, el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo; que reinan en el ambiente de la gastroruta.

- **Verde:** Es el color de la esperanza, porque está compuesto por amarillo (sabiduría) y azul (espiritualidad), por lo que resulta tener un efecto “relajante” para la mente y “esperanzador.
- **Blanco:** Este color significa la luz, bondad, amabilidad y pureza; con que la institución busca servir a la comunidad en general.

5.4. Delimitación geográfica de la ruta gastronómica

La ruta gastronómica ha sido diseñada de tal forma que los visitantes puedan conocer los diferentes platos típicos existentes en la zona, mismos que se caracterizan por sus sabores, tipo de preparación y cordialidad en la atención al cliente, lo cual convierte en una ruta gastronómica que no se podrá dejar de disfrutar dentro de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en el tramo delimitado: Alluriquín – Santo Domingo, Santo Domingo – comunidad Otongo Mapalí.

5.5. Ruta propuesta

Dentro del centro urbano de Santo Domingo, la parroquia de Alluriquín y la comuna Otongo Mapalí situadas en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se ha establecido la presente ruta gastronómica, que en base a los diversos establecimientos de comida típica tradicional de la zona e incluyendo la riqueza cultural de la comunidad Tsáchila propia del lugar, se ha considerado importante diseñarla e incluirla como una alternativa turística – gastronómica.

DIA 1

QUITO-ALLURIQUIN

Traslado desde la ciudad de Quito a la Parroquia Alluriquín

Tiempo estimado duración: (3 horas)

Desayuno típico (café, muchin de yuca, bastones de queso y jugo) en el restaurante Nuevo Zaracay

Tiempo estimado duración: (1 hora)

Visita a las melcocherías de Alluriquín (degustación de melcochas, troches, alfeñiques, dulce de maní, etc)

Tiempo estimado duración: (1 hora)

Traslado en chiva ranchera desde Alluriquín hasta la Unión del Toachi para visitar la Cascada escondida Dama

Tiempo estimado duración: (2 horas)

Traslado desde Alluriquín – Santo Domingo de los Colorados

Tiempo estimado duración: (30 minutos)

Almuerzo tradicional (bandera tsáchila) en el restaurante Pájaro Rojo

Tiempo estimado duración: (1 hora)

Check in en el Hotel del Toachi

Tiempo estimado duración: (2 horas)

Visita al Cerro el Bombolí y city Tour por la ciudad

Tiempo estimado duración: (1 hora)

Cena (parrillada) en el restaurante Che Luis

Tiempo estimado duración: (2 horas)

DIA 2

SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS – COMUNIDAD OTONGO MAPALI

Desayuno típico (bolón de verde con seco de carne, chocolate y jugo de naranja)

Tiempo estimado duración: (30 minutos)

Check Out

Traslado hotel – comunidad Otongo Mapalí

Tiempo estimado duración: (45 minutos)

Exposición de la cultura y tradiciones

Danza y Música (Inclusión al grupo)

Preparación y posterior degustación de Plato típico (Ayampaco)

Ritual de limpieza (shamanismo y medicina tradicional)

Recorrido por las plantaciones de cacao.

Actividades de reforestación

Demostración de artesanías (exposición y venta)

Tiempo estimado duración: (4 horas)

Traslado comunidad- ciudad de Quito

Tiempo estimado duración: (3 horas)

COMUNIDADES TSA'CHILAS

ESMERALDAS



Gráfico N° 20: Circuitos Gastronómicos

SIMBOLOGIA



RUTA 1. Parroquia de Alluriquin – Ciudad de Santo Domingo



RUTA 2. Comuna Otongo Mapali - Ciudad de Santo Domingo

CUADRO N° 28

Platos típicos y tradicionales de la ruta gastronómica parroquia de Alluriquín – ciudad de Santo Domingo/ Comuna Otongo Mapalí – ciudad de Santo Domingo

TIPO DE PLATO		NOMBRE PLATO	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	NOMBRE ESTABLECIMIENTO COMIDA
ENTRADAS	ENTRADAS CALIENTES	Bastones de yuca	AVENIDAS, CALLES Y VÍAS	Av. Tsáchila y 29de Mayo
	ENVUELTOS	Humitas		
	FRITURAS	Patacones		
		Corviche		
	Bolón de verde			
PLATOS PRINCIPALES	ESTOFADOS	Estofado de carne	RESTAURANTES	Restaurante Oasis
	ASADOS	Carne asada		Restaurante Che Luis
		Parrillada		Restaurante Divina La Cocina
		Carne a la plancha		
		Pollo asado	MERCADO	5 Esquinas

	COCIDOS	Guatita	MARISQUERÍA	Marisquería El Padrino, Pájaro Rojo
		Encebollado		
		Fritada		
	SECOS	Seco de gallina criolla	AGACHADITOS	Restaurante Agachaditos, Paradero Rosita, Nuevo Miravalle, Nuevo Zaracay
		Seco de guanta		
		Seco de pollo		
		Bisté de carne		
		Bisté de hígado		
	MARISCOS	Tilapia frita	COMPLEJOS TURISTICOS	Complejo Primavera
		Pescado frito	RESTAURANTES	Restaurante Pájaro Rojo
		Pescado apanado		
	CALDOS	Caldo de bolas	AGACHADITOS	Restaurante Agachaditos
		Caldo de gallina criolla		Restaurante Agachaditos, Paradero Rosita, Nuevo Miravalle, Nuevo Zaracay
	SOPAS	Biche de pescado	MARISQUERÍA	Marisquería El Padrino, Pájaro Rojo
	JUGOS	Jugo de naranja	AVENIDAS, CALLES Y VÍAS	Av. Tsáchila y 29de Mayo
Jugo de coco				
Jugo de caña				

COMIDA TÍPICA - TRADICIONAL	TRADICIONALES	Anó ıla o Bala	COMUNAS	Comunas Tsáchilas
		Watsa paká o Ayampaco		
		Pincho de mayón		
		Chiachano		
		piyó bibú		
		awe malá		
DULCES	DULCES TRADICIONALES	Melcochas	ALLURIQUÍN	Poblado de Alluriquín
		Alfeñiques		
		Maní enconfitado		
		Troliches		
		Dulce de Guayabá		

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Investigación

Precio

El servicio de los restaurantes ofrecerá a su clientela una variedad de platos con un valor entre \$3,00 y \$38,00. Los precios a los que se comercializan los servicios son inferiores a los que tienen opciones similares o equivalentes en el mercado.

Mensaje

El mensaje que desea transmitir la empresa con su slogan es para que la gente pueda apreciar la gran variedad de productos con los que la ruta gastronómica cuenta como sinónimo de hospitalidad; la organización conformada hace énfasis en la importancia en la relación hacia sus usuarios, sin descuidar la calidad de los servicios a ofrecer. El lema seleccionado para transmitir este mensaje es:

“Un sitio especial para gente especial”

Esta frase sintetiza la intención de la ruta gastronómica de generar un ambiente especial, diferente para sus clientes.

- **Canales de Comercialización**

Los canales de comercialización que se utilizarán:

- Comercialización directa en las instalaciones de la ruta gastronómica.
- Comercialización On Line, en base al sitio Web.
- Comercialización por medio de vendedores comisionistas, que ofrecerán los servicios en empresas privadas y públicas.
- Comercialización por medio de referidos, quienes a su vez se beneficiarán

5.6. Estratégias

Las estrategias a implementar son:

- La identificación de una ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas
- Diseño de una ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, bajo parámetros técnicos.
- Determinar la ruta gastronómica a través de la creación de una marca.
- Promoción y publicidad de la ruta.
- Participación de todos los grupos a través de mecanismo de comunicación idóneos.
- Capacitación adecuada a los involucrados.

Alluriquín

Los visitantes pueden degustar, de postres y dulces como las melcochas, y el queso relleno de dulce de guayaba.



Santo Domingo de los Tsáchilas

Santo Domingo de los Tsáchilas tiene una identidad gastronómica diversa, como su gente. Lo distinguen sus platillos de carnes acompañados con el plátano verde "Bala".



Comunidad Otongo Mapali



Ofrece el pescado de agua dulce envuelto en hojas de plátano y lo cocinan a la brasa acompañado con maia (chicha) bebida típica.

Ruta Gastronómica

Los alimentos a partir de su identidad esencialmente territorial forman parte del patrimonio cultural de los pueblos y, por lo tanto, pueden adquirir el carácter de recursos turísticos. "Las rutas alimentarias son articulaciones territoriales temáticamente formuladas en torno a un alimento. Sus objetivos sobrepasan el entorno turístico; orientándose a promover el desarrollo local, en base a un fortalecimiento de sus recetas culinarias mostrando una cultura propia."



Ruta de la carne Santo Domingo de los Tsáchilas

2013



Alluriquín



Santo Domingo de los Tsáchilas



Comunidad Otongo Mapali



Gráfico N° 21: Tríptico Cara externa

En el siguiente gráfico se observa la cara externa del modelo de tríptico sugerido para la ruta gastronómica en Santo Domingo de los Tsáchilas. Consta de tres partes la primera parte está dedicada a parroquia de Alluriquín, Santo Domingo de los Tsáchilas y la Comunidad Otongo Mapali, La segunda parte hace una descripción de las rutas gastronómicas y su relación con la identidad del lugar; finalmente se incluyen fotos de los sitios involucrados en la ruta.



Gráfico N° 22: Tríptico Interna

Es una representación gráfica de la ruta gastronómica establecida dentro de Santo Domingo de los Tsáchilas; se incluyen fotografías relacionadas con el tema tratado: comunidad indígena participante, preparación de alimentos, plato típico, etc.

CUADRO N° 29

Plan de Acción de la ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

	Programa	OBJETIVOS	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	TACTICAS
	PLAN DE ACCION	Introducción	1. Promover la cultura gastronómica de la región mediante parámetros técnicos con la intervención de los involucrados, dentro del contexto de una ruta gastronómica.	Identificar una ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas
		Diseñar una ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, bajo parámetros técnicos		1. Detalle del circuito (s) a establecerse considerando factores como vías de acceso, transporte, entorno turístico, infraestructura y atención al público. 2. Identidad de la ruta gastronómica con la que los circuitos se identificarán
		Dar identidad propia a la ruta gastronómica a través de la creación de una marca.		1. Nueva imagen visual con unidad de estilo, implementada en todos los circuitos de identificación: sticker papelería con distintivo de la ruta. 2. Desarrollo visual de personalidad corporativa
				3. Señalética.

PLAN DE ACCIÓN	Promoción y publicidad	2. Informar al público externo mediante acciones de promoción y publicidad de la ruta gastronómica para posicionamiento de la misma.	Elaborar un plan publicitario	1. material publicitario por medios tradicionales para promoción de la imagen: flyers, dípticos, hojas volantes.
				2. material publicitario por medios NO tradicionales para promoción de la imagen: fosforeras, bolsos, imantados para refrigerador .
				3. Colocación de letreros y paletas luminosas.
			Establecer un plan promocional.	1. Descuentos por grupos grandes.
				2. Canje con empresas turísticas.
	3. Sorteos en la red.	4. paquetes económicos que incluyen alimentación o participación en actividades recreacionales.		
		5. Paquetes para grupos que incluyan estadía, comida, actividades turísticas y recreacionales.		
		1. Integración de colonos, productores, industriales, gastronómicos y otros sectores afines, en la ruta.		
	Participación de actores	Fortalecer la ruta gastronómica establecida mediante la participación activa de colonos, productores, industriales,	Aumentar el reconocimiento de la marca.	2. presencia en radios
				3. presencia en prensa escrita

		gastronómicos y otros sectores afines	Desarrollar mecanismos de comunicación con los distintos grupos.	1. Buzón de sugerencias
				2. Comunicación 2.0 en blogs, facebook, twitter, pagina web y correo electrónico.
			Elaborar planes de capacitación personal	1. Transmitir temas de manera pedagógica
				2. Implementar evaluaciones periódicas
		Desarrollar mecanismos de comunicación interna	1. dinámicas de grupos	

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Investigación

5.7. Planes de Acción y Operativos

MAPA DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS - RUTA GASTRONÓMICA N°1								
OBJETIVOS	OBJETIVO ESTRATÉGICO	TIEMPO ESTIMADO	INICIO	PRESUPUESTO	INDICADOR	RESPONSABLE	ESTRATEGIA	TACTICAS
Promover la cultura gastronómica de la región mediante parámetros técnicos con la intervención de los involucrados, dentro del contexto de una ruta gastronómica.	Identificar una ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	Un mes para el logro	01-Ene-13		% de asimilación de elementos de la ruta	Gerente General	Establecer estructura formal y ambiente de control	1. Matriz FODA de oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas en relación con el proyecto
	Diseñar una ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, bajo parámetros técnicos	Tres meses	01-Ene-13	\$ 250,00	% de asimilación de contenido por parte de Gerente y empleados	Profesional contratado	Capacitar al personal	1. Detalle del circuito (s) a establecerse considerando factores como vías de acceso, transporte, entono turístico, infraestructura y atención al público.

								2. Identidad de la ruta gastronómica con la que los circuitos se identificarán
	Dar Identidad propia a la ruta gastronómica a través de la creación de una marca.	Seis meses para el logro	01-Ene-13	\$ 235,00	Índice de satisfacción de clientes	Empresa Contratada	Posicionar en la mente de los clientes, una imagen de la empresa, que transmita estilo, personalidad y orden	1. Nueva imagen visual con unidad de estilo, implementada en todos los circuitos de identificación: sticker papelería con distintivo de la ruta.
						Todo el personal		2. Desarrollo visual de personalidad corporativa
								3. Señalética.

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Investigación

CUADRO N° 30

Objetivos Estratégicos

MAPA DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS - RUTA GASTRONÓMICA N°2									
OBJETIVOS	OBJETIVO ESTRATÉGICO	TIEMPO ESTIMADO	INICIO	PRESUPUESTO	INDICADOR	RESPONSABLE	ESTRATEGIA	TACTICAS	
Informar al público externo mediante acciones de promoción y publicidad de la ruta gastronómica para posicionamiento de la misma.	Elaborar un plan publicitario	tres meses para el logro	01-Ene-13	\$ 635,00	Diseño de Organización	Gerente General	Desarrollar herramientas de apoyo a la gestión comercial de la empresa para mejorar su potencialidad en publicidad, orientado a generar servicios de alta calidad.	1. material publicitario por medios tradicionales para promoción de la imagen: flyers, dípticos, hojas volantes.	
						Todo el personal		2. material publicitario por medios NO tradicionales para promoción de la imagen: fosforeras, bolsos, imantados para refrigerador.	
								3. Colocación de letreros y paletas luminosas.	
	Establecer un plan promocional.	tres meses para el logro	01-Ene-13	Descuento entre el 10 y 20%	Índice de satisfacción de los clientes	Gerente General	Implementar mecanismos de apoyo a la gestión comercial de la empresa para mejorar su potencialidad promocional.	1. Descuentos por grupos grandes.	
									2. Canje con empresas turísticas.
				\$ 850,00					3. Sorteos en la red.
							4. paquetes económicos que incluyen alimentación o participación en actividades recreacionales.		
							5. Paquetes para grupos que incluyan estadía, comida, actividades turísticas y recreacionales.		

Fortalecer la ruta gastronómica establecida mediante la participación activa de colonos, productores, industriales, gastronómicos y otros sectores afines	Aumentar el reconocimiento de la marca.	seis meses para el logro	01-Ene-13	\$ 1.584,00	Reconocimiento de la marca por parte de clientes y público en general	Gerente General	Conseguir que mensajes lleguen al mayor número de personas	1. Integración de colonos, productores, industriales, gastronómicos y otros sectores afines, en la ruta.
						Todo el personal		2. presencia en radios
								3. presencia en prensa escrita
	Desarrollar mecanismos de comunicación con los distintos grupos.	dos meses para el logro	01-Ene-13		Respuestas de los clientes o potenciales clientes	Asistente de Gerencia	Lograr comunicación interactiva y mediante ello conocer cómo piensa el consumidor	1. Buzón de sugerencias
								2. Comunicación 2.0 en blogs, facebook, twitter, pagina web y correo electrónico.
	Elaborar planes de capacitación personal	tres meses para el logro	01-Ene-13		Reconocimiento de los valores y principios corporativos por parte del personal	Gerente General	Conseguir que mensajes lleguen a todos los colaboradores	1. Transmitir temas de manera pedagógica
						Todo el personal		2. Implementar evaluaciones periódicas
	Desarrollar mecanismos de comunicación interna	dos meses para el logro	01-Ene-13		Respuestas de los clientes internos	Gerente General	Lograr comunicación interactiva y mediante ello conocer cómo piensa el personal	1. dinámicas de grupos

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Investigación

CUADRO N° 31**Plan Operativo**

TACTICAS			
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	FECHA DE REALIZACION	COSTO
Detalle del circuito (s) a establecerse considerando factores como vías de acceso, transporte, entorno turístico, infraestructura y atención al público.	Profesional contratado	01-Ene-13	\$ 250,00
Nueva imagen visual con unidad de estilo, implementada en todos los circuitos de identificación: sticker papelería con distintivo de la ruta.	Empresa Contratada	01-Ene-13	\$ 235,00
Señalética.	Todo el personal		\$ 100,00
Material publicitario por medios tradicionales para promoción de la imagen: flyers, dípticos, hojas volantes.	Gerente General		\$ 75,00
Material publicitario por medios NO tradicionales para promoción de la imagen: fosforeras, bolsos, imantados para refrigerador.	Todo el personal		\$ 460,00

Sorteos en la red y página Web	Gerente General		\$ 850,00
Integración de colonos, productores, industriales, gastronómicos y otros sectores afines, en la ruta.	Asistente de Gerencia	01-Ene-13	\$ 400,00
Presencia en radios	Gerente General		\$ 800,00
Presencia en prensa escrita	Gerente General		\$ 384,00
TOTAL			\$ 3.554,00

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Investigación

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Del desarrollo de la presente investigación se concluye lo siguiente:

- En el Ecuador no existe ninguna disposición y normativa legal relacionada con la implementación de rutas gastronómicas.
- La provincia de Santo de los Tsáchilas, tiene potencialidades socios culturales, tradicionales y económicos para implementar y promocionar a nivel nacional e internacional una ruta gastronómica, comprendida desde Alluriquín hasta la ciudad de Santo de los Colorados y desde Santo Domingo de los Colorados hasta la comunidad Otongo Mapalí.
- No existe una asociatividad muy marcada entre los establecimientos gastronómicos, ya que actúan en forma individual y ofrecen diversidad de platos típicos; la mayoría de negocios básicamente se especializan en la preparación de platos a base de carnes por la producción ganadera de la provincia; y, no tienen identificados los gustos y preferencias de los usuarios.
- Los propietarios y/o administradores de los establecimientos gastronómicos tienen poca capacitación, así como los potenciales inversionistas en este tipo de negocio no cuenta con asistencia técnica específica especializada antes de emprender un proyecto.

- Existe una predisposición positiva de los propietarios y/o administradores de los negocios gastronómicos y de aquellos relacionados con esta actividad dentro del área de Santo Domingo de los Tsáchilas, a conformar una organización legalmente constituida y a la vez a asumir todos los derechos y obligaciones, así como a gozar de los beneficios que se deriven de la misma.

6.2. Recomendaciones

De la investigación se desprenden las siguientes recomendaciones:

- Formular y poner en vigencia una normativa que regule la organización y el funcionamiento de rutas gastronómicas, específicamente, en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Impulsar, apoyar y promover la implementación, en el mediano plazo, de la ruta gastronómica comprendida desde Alluriquín hasta la ciudad de Santo de los Colorados y desde Santo Domingo de los Colorados hasta la comunidad Otongo Mapalí, especializada en la preparación de platos a base de carnes, respaldada en la capacidad productiva de ganado, sobre todo vacuno, en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, complementada con los platos típicos de la zona que se expenden en los diferentes establecimientos que brindan servicios de alimentos en la ruta y a su entorno turístico.
- Conformar, para un mejor manejo de las rutas gastronómicas, una organización o entidad legalmente constituida que represente ante las autoridades a los establecimientos que forman parte de las mismas, considerando como prioridades el fomentar y ejecutar programas de capacitación sobre el servicio y atención al cliente, así como sobre aspectos administrativos y financieros, a dueños y empleados de los establecimientos.
- Impulsar una mayor participación e involucramiento por parte de las autoridades de los gobiernos autónomos descentralizados locales, a fin de que promuevan la preservación y cuidado de los diversos atractivos turísticos naturales, los cuales darían mayor realce e interés a ruta gastronómica propuesta.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, M. (2003). La ruta de los paladares. El patrimonio alimentario y gastronómico como recurso del desarrollo local y regional. México: Congreso Iberoamericano sobre patrimonio cultural, desarrollo y turismo .
- Barrera, E. (2006). Turismo Rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. Buenos Aires Argentina: Sudamericana.
- Cooper, C. e. (2001). Turismo: principios y prácticas. Porto Alegre: Bookman.
- De Esteban, C. (2008). Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos. Editorial Dykinson.
- Diario La Hora. (08 de Junio de 2012). Conozca Santo Domingo de los Tsáchilas.
- Elizondo, R. (2004). Como desarrollar un producto eco turístico. México: Sectur.
- García, F. (2002). El cuestionario: Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios. Editorial Limusa.
- López, C. (2002). Persona y Profesión. Procedimientos y Técnicas de Selección y Orientación. TEA Ediciones
- .Martínez, A. (1995). El diagnóstico participativo una herramienta de trabajo para las comunidades. Costa Rica: Centro Agronómico Tropical de Enseñanza.
- Mendenhall, W. R. (2012). Introduccion a la Probabilidad y Estadísticas. Cengage Learning .
- Ministerio de Salud Pública. Reglamento de alimentos. Decreto Ejecutivo 4114, Registro Oficial 984 de 22 de Julio de 1988.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, “PLANDETUR 2020”

- Perrone A., D. C. (2009). Turismos de naturaleza en la zona marino costera del Ecuador continental. Conservación Internacional Ecuador Ministerio de Ambiente del Ecuador, Ministerio de Ecuador. Guayaquil .
- Richard, G. (1996). Turismo cultural en Europa. Turismo en Progreso, recreacion y manejo hospitalario. Englad: John Willey y Sonds.
- Smith, M. (2003). Issues in Cultural Tourism Studies. London: Routledge.
- Vejarano, G. (2009). Asignatura Metodología de la Investigación. Quito.

Sitios consultados en Internet

- Cocinas Industriales. Universidad Autónoma de México. Disponible:
http://www.unam.edu.ar/2009/images/stories/documentos/seguridad_cocinas_industriales.pdf
- Codex Alimentarius. (2011). www.codexalimentarius.net.
- Diario El Comercio . (05 de Marzo de 2012). Feria de dulces en Alluriquín .
http://www.elcomercio.com.ec/pais/alluriquin-promociona-primera-feria-dulce-santo-domingo-tsachila_0_778722136.html. Quito, Ecuador: Diario El Comercio.
- Diario El Comercio. (2011). Comida mestiza de Santo Domingo.
http://especiales.elcomercio.com/2011/12/comida_mestiza_santo_domingo/ . Quito, Ecuador: El Comercio.
- Diario La Hora. (06 de Noviembre de 2012). Alluriquín entre dulces y cascadas. http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101418192/-1/Entre__dulces_y_cascadas_.html#.ULPXluR19EI . Quito, Ecuador: Diario La Hora.
<http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101342118#.ULYwI-R19EI> . Quito, Pichincha, Ecuador.
- Diario La Hora. (19 de Septiembre de 2012). Gastronomía y Turismo en Ayuriquin <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101395391/>

1/home/goRegional/Loja#.ULY-duR19EIDiario . Quito, Ecuador: Diario La Hora.

- Diario La Hora. (22 de Febrero de 2011). Santo Domingo, la ruta del sabor. <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101098931#.ULZEkOR19EI> . Quito, Ecuador: Diario La Hora.
- FAO/OMS . (2011). Garantía de la inocuidad y calidad e alimentos: directrices para el fortalecimiento de los sistemas nacionales de control de los alimentos. www.who.int/foodsafety/publications/capacity/en Spanish.
- Gobierno Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas. (2012). Alluriquín . http://www.gptsachila.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=77 . Quito, Ecuador.
- Ministerio de Educación argentino. Seguridad e higiene en cocinas industriales. Universidad Nacional de Misiones, Unidad de Gestión de Riesgo. 2008. Disponible:
- Padilla, D. (2012). Recomendaciones para la aplicación de buenas prácticas de manufactura alimentaria.
- <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/717/1/06%20NUT%20007%20ARTICULO%20CIENTIFICO.pdf>. [10 enero de 2012.
- Rodriguez, M. y. (2010). Propuesta de creación de una ruta gastronómica en el cantón Santa Rosa Provincia del Oro.
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/16192/1/PROPUESTA%20DE%20CREACION%20DE%20UNA%20RUTA%20GASTRONOMICA%20EN%20EL%20CANTON%20SANTA%20ROSA%20DE%20LA%20PROVINCIA%20DEL%20ORO%20A%20TRAVES%20DEL%20ANALISIS%20E%20INVENTARI>. Guayaquil, Ecuador: ESPE.
- Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo. Unidad de seguridad y salud. Disponible: www.mintrab.gov.ec [20 enero de 2012]

- Reyes, C. (2009). Sanidad e Higiene Alimentaria.
[www.educapalimentos.org/libros/manual_de
higiene_y_seguridad_alimentaria_todo_pdf](http://www.educapalimentos.org/libros/manual_de_higiene_y_seguridad_alimentaria_todo_pdf): ITAB.
- Segundo Foro Mundial FAO-OMS de autoridades de reglamentación sobre
inocuidad de los alimentos. (2010).
<http://www.fao.org/docrep/008/y7867s/y7867s02.htm>.

LISTA DE REFERENCIAS

- [1] Estadísticas y cuenta satélite de Turismo OMT (Organización Mundial de Turismo 2012)
- [2] Blanco, M. 2004. Diseño de la ruta alimentaria de queso Turrialba. Proyecto final. Posgrado en Turismo Rural. Universidad de Buenos Aires
- [3] Asociación de Ganaderos Santo Domingo (ASOGAN – SD), Plan Desarrollo 2015, Pág. 14.
- [4] Asociación de Ganaderos Santo Domingo (ASOGAN – SD), Plan Desarrollo 2015, Pág. 20.
- [5] Asociación de Ganaderos Santo Domingo (ASOGAN – SD), Plan Desarrollo 2015, Pág. 29.
- [6] VIAJANDO X: Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas,
http://www.viajandox.com/santo_domingo/tsachilas-colorados-comunidad.htm,
acceso 31 Julio 2012
- [7] Schlüter Regina G. (2006) Turismo y patrimonio gastronómico: una perspectiva,
http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_gastron%C3%B3mico
- [8] Viajando Ecuador. Ministro Ehlers: “Santo Domingo de los Tsáchilas es magia y belleza” Disponible: <http://www.turismo.gob.ec/comunicamos/noticias?ano=2011>.
[Viernes, 18 de Marzo de 2011]
- [9] Rivadeneira F, 1ra. Ruta gastronómica "Baños - Zamora". Disponible:
http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Rutabanios_zamora2010.html [28-agoto-2012]
- [10] [MINTUR lanza nueva campaña de promoción del destino Ecuador](http://confirmado.net/nacionales/294-nacionales/19101-mintur-lanza-nueva-campana-de-promocion-del-destino-ecuador). Disponible:
<http://confirmado.net/nacionales/294-nacionales/19101-mintur-lanza-nueva-campana-de-promocion-del-destino-ecuador>.

- [11] Richard, G. (1996). Turismo cultural en Europa. Turismo en Progreso, recreacion y manejo hospitalario. Englad: John Willey y Sonds.
- [12] Smith, M. (2003). Issues in Cultural Tourism Studies. London: Routledge.
- [13] Barrera, E. (2006). Turismo Rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. Buenos Aires Argentina: Sudamericana, pág. 45
- [14] Alvarez, M. (2003). La ruta de los paladares. El patrimonio alimentario y gastronómico como recurso del desarrollo local y regional. México: Congreso Iberoamericano sobre patrimonio cultural, desarrollo y turismo , página 10
- [15] Reyes, C. (2009). Sanidad e Higiene Alimentaria.
www.educapalimentos.org/libros/manual_de_higiene_y_seguridad_alimentaria_todo_pdf: ITAB.
- [16] Perrone A., D. C. (2009). Turismos de naturaleza en la zona marino costera del Ecuador continental. Conservación Internacional Ecuador Ministerio de Ambiente del Ecuador, Ministerio de Ecuador. Guayaquil , página 18
- [17] Cooper, C. e. (2001). Turismo: principios y prácticas. Porto Alegre: Bookman.
- [18] De Esteban, C. (2008). Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos. Editorial Dykinson, página 110
- [19] APCC Sistema de análisis de riesgos y de los puntos críticos de control
- [20] FAO/OMS . (2011). Garantía de la inocuidad y calidad e alimentos: directrices para el fortalecimiento de los sistemas nacionales de control de los alimentos.
www.who.int/foodsafety/publicatios/capacity/en_Spanish., página 7
- [21] Codex Alimentarius. (2011). www.codexalimentarius.net.
- [22] De acuerdo al segundo Foro Mundial FAO-OMS de autoridades de reglamentación sobre inocuidad de los alimentos, 2010)
- [23] Codex Alimentarius. (2011). www.codexalimentarius.net.

[24] FAO/OMS . (2011). Análisis de riesgos relativos a la inocuidad de los alimentos.
www.rlc.fao.org/.../estudio-fao-alimentacion-y-nut

[25] Elizondo, R. (2004). Como desarrollar un producto eco turístico. México: Sector.

[26] Martínez, A. (1995). El diagnóstico participativo una herramienta de trabajo para las comunidades. Costa Rica: Centro Agronómico Tropical de Enseñanza, pág. 9

[27] Perrone A., D. C. (2009). Turismos de naturaleza en la zona marino costera del Ecuador continental. Conservación Internacional Ecuador Ministerio de Ambiente del Ecuador, Ministerio de Ecuador. Guayaquil , página 18

[28] Barrera, E. (2006). Turismo Rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. Buenos Aires Argentina: Sudamericana, pág. 20

ANEXOS

ANEXO No. 1 Conociendo un poco más acerca de Santo domingo de los Tsáchilas

A continuación se incluye datos importantes relacionados con Santo Domingo de los Tsáchilas como información adicional.

Antecedentes Históricos

- Santo Domingo de los Colorados fue creada como parroquia rural de Quito, el 29 de Mayo de 1861, para luego en el año de 1883 según Decreto Legislativo pasa a ser parte del cantón Mejía. El 6 de Noviembre de 1899 es fundado institucionalmente el pueblo de Santo Domingo de los Colorados a través de la gobernación de Pichincha. En 1944 regresa nuevamente a la dependencia de la jurisdicción del cantón Quito. Finalmente el 3 de julio de 1967, mediante decreto pasa a ser el quinto cantón de la provincia de Pichincha.
- El 29 de Mayo de 1861 en la Presidencia de Gabriel García Moreno, la Asamblea Nacional del Ecuador, decreta la Ley de División Territorial, dividiendo al País en 13 Provincias, constando la de Pichincha compuesta por el Cantón Quito, dentro del cual, entre otras contemplaba la Parroquia de Santo Domingo de los Colorados.
- El 3 de Julio de 1967, Santo Domingo fue elevado a Cantón de la Provincia de Pichincha, según Decreto Nro. 079 dictado por la Asamblea Constituyente, publicado en el Registro oficial Nro. 161 de 3 de Julio de 1967, constituyéndose en Municipio.

- El 9 de noviembre del 2006 se logró que el Tribunal Provincial Electoral de Pichincha convoque al pueblo de Santo Domingo a consulta popular para el 26 de noviembre, donde se le consultó a la ciudadanía si estaba de acuerdo con la provincialización, obteniendo que el 83.61% se pronunció por el sí.
- El 16 de agosto y 2 de octubre del 2007 el Congreso Nacional aprobó en primer y segundo debate el proyecto de creación de la nueva provincia. El 6 de noviembre del 2007 se publicó en el Registro Oficial No. 205 la Ley de Creación de la Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas.

Alluriquín: Tuvo un primer impulso en 1944, al entrar en servicio la vía carrozable Quito - Chiriboga - Santo Domingo de los Colorados. Llegaron colonos colombianos y del interior del país, quienes hicieron las primeras plantaciones de caña de azúcar. Más tarde nuevos colonos, procedentes en su mayoría las provincias de Bolívar, Cotopaxi y Tungurahua, que formaron cooperativas agrícolas.

Está ubicado en el margen izquierdo del río Pilatón, se encuentra a 35 Km. de Santo Domingo, en la vía Santo Domingo-Aloag, la cual atraviesa la población. Es famoso por sus melcochas y alfeñiques. El 19 de marzo es la fiesta patronal de San José y el 8 de diciembre celebran a La Inmaculada. (Gobierno Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2012)



Gráfico N° 23: Parroquia de Alluriquín

Recibe el nombre de Tierra Dulce por la gran tradición de deliciosos dulces (melcochas, panela, maní) y aguardiente, elaborados por su gente, que inicialmente ésta labor se realizaba únicamente para compartir el producto en el hogar pero poco a poco se incentivó la actividad como un buen negocio; además la población se dedica a la agricultura, ganadería y pequeña empresa. (Diario La Hora, 2012)

La población estimada de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, según proyecciones del INEC¹ es de 415.000 habitantes en el 2011. Su capital es Santo Domingo. Para llegar desde la ciudad de Quito se toma en bus en la ruta Aloag - Santo Domingo, en un tiempo estimado de 3 horas. Mientras que desde Guayaquil son alrededor de 5 horas.

¹<http://www.inec.gov.ec/web/guest/inicio>

CUADRO N°32**Situación Geográfica de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas**

Provincia	Santo Domingo de los Tsáchilas
Capital	Santo Domingo
Ubicación	a 133 Km. de Quito
Extensión	3.5.23 Kilómetros cuadrados
Altitud	655 msnm
Temperatura media	22,9 grados centígrados
Clima	Tropical Húmedo
Población -2010	368.013 habitantes
Área urbana	2760000 habitantes
Área rural	92013 habitantes

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Municipio de Santo Domingo/ Censo de Población y Vivienda 2010

Según el censo realizado por el INEC en 2010, la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas tiene una población de 184.955 mujeres, y hombres 183.058, con un total de 368.013 habitantes.

CUADRO N° 33

Límites de Santo Domingo de los Tsáchilas

NORTE	Provincia de Esmeraldas y los cantones Puerto Quito y San Miguel de los Bancos
SUR	La Provincia de los Ríos y Cotopaxi
ESTE	Los cantones Quito y Mejía
OESTE	La Provincia de Manabí

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Municipio de Santo Domingo

Demografía: Como un dato complementario y de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010 realizado por el INEC, Santo Domingo de los Tsáchilas cuenta con una población de 450.000 habitantes, según la estimación de acuerdo con la tasa de crecimiento anual. Es una de las ciudades más prósperas y de mayor crecimiento poblacional del país.

Clima: Se encuentra en una zona climática subtropical, a una altura de 655 msnm tiene una temperatura promedio de 22, 9°C y un volumen de precipitaciones de 3000 a 4000 mm anuales.

CUADRO N° 34

Fechas importantes de la creación de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Parroquialización	29 de Mayo de 1861
Fundación Colona	6 de Noviembre de 1869
Cantonización	3 de Julio de 1967
Provincialización	6 de Noviembre del 2007

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Municipio de Santo Domingo de los Tsáchilas

CUADRO N°35

Cantones y Parroquias Santo Domingo de los Tsáchilas

Cantones	Parroquias	Ubicación
<p>Cantón La Concordia</p>	<p>Parroquias Urbanas: La Concordia.</p> <p>Parroquias Rurales: Las Villegas, Plan Piloto y Monterrey</p>	 <p>The map shows the canton of Santo Domingo de los Colorados in the center, surrounded by other cantons: La Concordia, Valle Hermoso, San Jacinto del Búa, Alluriquín, Luz de América, El Esfuerzo, Santa María del Toachi, and San Miguel de los Bancos. It also shows neighboring cantons like El Carmen, Buenafé, Valencia, Meja, and Sigchos. A legend indicates 'ZONA URBANA' (orange) and 'COMUNA TSACHILAS' (circle).</p>
<p>Cantón Santo Domingo de los Colorados</p>	<p>Parroquias Urbanas: Santo Domingo, Chiguilpe, Río Verde, Bombolí, Zaracay, Abraham Calazacón y Río Toachi.</p> <p>Parroquias Rurales: Alluriquín, Luz de América, Puerto Limón, San Jacinto del Búa, Valle Hermoso, El Esfuerzo y Santa María del Toachi.</p>	 <p>The flag features a red top half and a green bottom half, with a central shield depicting a figure. The coat of arms shows a shield with a yellow top, green bottom, and a central figure holding a staff, with the text 'SANTO DOMINGO' above it.</p>

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Municipio de Santo Domingo de Tsáchilas

Santo Domingo es la cuarta ciudad con más población después de Guayaquil, Quito y Cuenca.

CUADRO N°36

Cantones de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Variables Geográficas	Lugar	N° de Personas
Provincia	Santo Domingo de los Tsáchilas	2.576.287
Cantón	Santo Domingo de los Colorados	368.013
	La Concordia	42.924

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Municipio de Santo Domingo de los Tsáchilas

Principales Actividades: Las principales actividades de las compañías que se encuentran registradas en Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentran ubicadas dentro los sectores del comercio, agrícola, agroindustrial, inmobiliario, construcción, auto partes, producción gremial, turismo, metal – mecánica, educación, transporte, químicos, seguridad, vigilancia, comunicación, servicios, etc. (Confederación de Comerciantes Minoristas 03 Julio de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2010)



Gráfico N° 24: Ciudad de Santo Domingo

El comercio minorista de Santo Domingo se dedica especialmente a la venta de ropa confeccionada, calzado, bisutería, artesanías, plásticos, comestibles, juguetería, herramientas, artículos de bazar, confitería, refrescos, juegos de azar, limpieza de calzado, voceadores, etc.

La ciudad de Santo Domingo es calificada como “emporio de producción agropecuaria” por su fértil agricultura. Su principal cultivo es la palma africana que cubre más de 700.000 hectáreas, luego el Abacá fibra de exportación, café, plátano, cacao y variedad de frutas de las cuales sobre sale la piña con 3.000 ha. Además es el mayor productor de carne bovina en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y en el país; hay predominio de la carne de raza, también cuenta con el acopio de leche y criaderos de porcinos como de aves que surten a empresas de todo el país.

CUADRO N°37

Producción de la ganadería bovina, Año 2011

Descripción	Cantidad
Bovinos de carne y leche	280.000 animales
Producción de leche	588.000 litros diarios
Comercialización de ganado	5.300 reces por semana

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: Asociación Ganadera (ASOGAN), Productores y Faenadores Regionales (CANEFA) de Santo Domingo de los Tsáchilas



Gráfico N° 25: Deportes extremos Río Blanco

Turismo

Santo Domingo posee cinco bosques protectores: La Perla, Delta, La Indiana, Río Lelia y Tanti. Se ofrece la observación de pájaros, rafting por el río Toachi.

Tiene además el parque ecológico San Francisco y el monte Bombolí, 6 convertido en el mirador natural de la ciudad, antiguo centro de adoración de los dioses colorados y en la actualidad es el Santuario de la Virgen del Cisne y Parque Ecológico.

La Ruta de los Tsáchilas se inicia en San Juan, un pequeño pueblo a 3.500 metros sobre el nivel del mar, en la cordillera occidental de los Andes, donde inicia el descenso a la costa a través de 75 Km llenos de bosques, ríos y cascadas. Para los amantes de los deportes de riesgo y aventura, se puede practicar rafting, ciclismo y caminatas. Además entre sus atractivos ecológicos se tienen:

- El Cerro Mirador El Bomboli
- El Jardín Botánico La Carolina
- Parque Zaracay



Gráfico N° 26: Flora de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Flora y Fauna

Por encontrarse en una zona tropical y estar limitado por una rama de la cordillera de los Andes existe una alta biodiversidad y pisos ecológicos que crean una variedad infinita de ecosistemas. Tiene selvas tropicales desde Santo Domingo de los Tsáchilas y Esmeraldas. Otros hábitats de la región incluyen bosques secos, praderas y manglares; dentro de las especies vegetales se tiene el chanul, guasca, moral fino, clavellín, cuangre, chalviande, sande, mascarey, cordoncillo, sangre de gallina.



Gráfico N° 27: Fauna de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Santo Domingo se caracteriza por la guatusa, el oso hormiguero, el cuchucho, pájaros coloridos como las golondrinas, los gorriones, loros, garzas, carpintero lineado. Entre las culebras y serpientes, la mata caballo, la x, corales.

ANEXO 2. Comunidades Tsáchilas

CUADRO N° 38

Comunidades Tsáchilas identificadas en la provincia de su mismo nombre

Comunas	Dirección
Comuna Chiguilpe	Ubicado a siete kilómetros. Vía a Quevedo, entrando por el margen izquierdo. Sector Wapilu (Museo Etnográfico Tsáchila) Tierra de los Tsáchila.
Comuna Otongo Mapalí	Ubicado a siete kilómetros por el margen izquierdo más 15km de la Ciudad de Santo Domingo.
Comunidad Peripa	Se ubica a 6km. de la Vía Quevedo margen derecho más 9km vía Puerto Limón.
Comuna Poste	Se ubica a 4km. de la vía Quevedo margen derecho más 13km.
Comuna El Búa	Situada a 2km. de la vía Quininde margen derecho más 15km.
Comuna El Congoma	Se ubica 14km de la vía Quevedo margen derecho más 12km.
Filomena Aguavil	A 18km. de la Vía a Puerto Limón la entrada por el km6. De la Vía Quevedo.

Elaboración: Hernando Maldonado

Fuente: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/9297/1/34362_1.pdf

ANEXO 3. Formato Encuesta Dueños o Administradores de Restaurantes

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
FACULTAD DE GASTRONOMIA
ENCUESTAS A DUEÑOS O ADMINISTRADORES DE RESTAURANTES
Sus respuestas serán confidenciales.
INDICACIONES: Marque con una (X) la respuesta que elija.
Pregunta 1.
¿Qué tan satisfecho se encuentra usted respecto al funcionamiento de su negocio, considerando que existe una competencia permanente?
Muy satisfecho <input type="checkbox"/> medianamente <input type="checkbox"/> Insatisfecho <input type="checkbox"/>
Pregunta 2.
¿Dentro del mercado con negocios similares al suyo en que nivel se encuentra?
Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo <input type="checkbox"/>
Pregunta 3.
¿Cree usted que puede mejorar el potencial de su negocio a mediano plazo?
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

Pregunta 4.		
¿En caso de existir una organización de un grupo de Restaurantes dentro del área de Santo Domingo de los Tsáchilas, para trabajar conjuntamente usted estaría dispuesto a unirse asumiendo responsabilidades que el grupo decida?		
Si	No	<input type="checkbox"/>
Pregunta 5.		
¿Considerando que la ruta gastronómica es un producto turístico que tiene como eje principal a la alimentación, cuál de los siguientes elementos adicionales posee su establecimiento? Coloque un número del 1 al 5 junto a cada respuesta, 1 al menor y así, hasta 5 al mayor en importancia.		
Facilidad de acceso	<input type="checkbox"/>	Alojamiento <input type="checkbox"/> Área natural aledaña
Infraestructura Básica	<input type="checkbox"/>	Atención al cliente <input type="checkbox"/>
Pregunta 6.		
¿En caso de concretarse la unión de varios Restaurantes a través de una ruta gastronómica cuál de las siguientes Organizaciones deberían apoyar? Escoja una		
Gobiernos locales	<input type="checkbox"/>	Empresas particulares <input type="checkbox"/>
Gremios de restaurantes	<input type="checkbox"/>	Instituciones de apoyo <input type="checkbox"/>

Pregunta 7.			
¿Para que sus restaurante forme parte de la ruta gastronómica, que necesidades tiene que solventar antes?			
Capacitación actualizada		<input type="checkbox"/>	
Mejorar el conjunto de su establecimiento		<input type="checkbox"/>	
Información pormenorizada del proyecto		<input type="checkbox"/>	
Pregunta 8.			
¿En qué tiempo estima usted se debe implementar el proyecto de una ruta gastronómica en Santo Domingo de los Tsáchilas?			
Corto plazo	<input type="checkbox"/>	Mediano plazo	<input type="checkbox"/> Largo plazo <input type="checkbox"/>
GRACIAS POR SU ATENCIÓN!!!			

ANEXO 4. Formato Entrevista a Expertos

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
FACULTAD DE GASTRONOMIA
ENTREVISTAS A EXPERTOS
Sus respuestas serán confidenciales.
Pregunta 1.
¿Qué opinión tiene usted respecto a las rutas gastronómicas y su impacto en las localidades aledañas?
Pregunta 2.
¿Qué factores considera más importantes para la creación de la ruta gastronómica?
Pregunta 3.
¿Qué piensa respecto a la implementación de una ruta gastronómica en el sector de Santo Domingo de los Tsáchilas?
Pregunta 4.
¿En caso de implementarse una ruta gastronómica en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que Organismos deben apoyar el proyecto, sabiendo que existen Gobiernos locales, Instituciones de apoyo y Empresas particulares?
Pregunta 5.
¿Antes de reunir un grupo de establecimientos para conformar la ruta gastronómica, que necesidades deberían solventarse antes de manera prioritaria, considerando capacitación, Infraestructura, Información sobre el proyecto u otros?

ANEXO 5 Calificación de observación en sitio

FICHA CALIFICACION DE OBSERVACION EN SITIO						
DIMENSIÓN	CALIFICACIONES					
DIMENSIÓN 1: INFRAESTRUCTURA	1	2	3	4	PONDERA	NOTA
Facilidad de acceso					5,00%	
Alojamiento					5,00%	
Área aledaña					5,00%	
Atención al cliente					5,00%	
TOTAL DIMENSIÓN 1						
DIMENSIÓN 2: APOYO INSTITUCIONAL	1	2	3	4	PONDERA	NOTA
Gobiernos locales					5,00%	
Empresas particulares					5,00%	
Gremios de restaurantes					5,00%	
Instituciones de apoyo					5,00%	
TOTAL DIMENSIÓN 2						
DIMENSIÓN 3: INTERACCIÓN	1	2	3	4	PONDERA	NOTA
El público es amable con los empleados					6,67%	
Los compañeros son amables y existe colaboración					6,67%	
Los jefes son amables con el empleado					6,67%	
TOTAL DIMENSIÓN 3						
DIMENSIÓN 4: MOTIVACIÓN	1	2	3	4	PONDERA	NOTA
El establecimiento ofrece un menú atractivo					5,00%	
El establecimiento esta devorado de manera atractiva.					5,00%	
El establecimiento dispone de atractivos naturales en su entorno.					5,00%	
El establecimiento ofrece promociones periódicamente.					5,00%	
TOTAL DIMENSIÓN 4						

DIMENSIÓN 5: EMPATÍA	1	2	3	4	PONDERA	NOTA
El establecimiento tiene horarios de atención flexibles.					5,00%	
El establecimiento ofrece atención personalizada al turista					5,00%	
El establecimiento se preocupa por las inquietudes de los turistas					5,00%	
El establecimiento trata de mantener la fidelidad de los clientes					5,00%	
TOTAL DIMENSIÓN 5						
VALORACIÓN OBSERVACION EN SITIO					100,00%	

ANEXO 6. Puntuación

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	Total promedio		
INFRAESTUCTURA																						Factor	Valor	
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,36	1,25	4,20
1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2,32	1,25	2,90
1	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,00	1,25	3,75
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,45	1,25	4,32
																								15,17
APOYO INSTITUCIONAL																								
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	4	1,32	1,25	1,648
1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	1,86	1,25	2,33
1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	1,95	1,25	2,443
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	1,64	1,25	2,045
																								8,47
INTERACCIÓN																								
2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,23	1,67	5,39
2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,23	1,67	5,39
2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3,14	1,67	5,238
																								16,02

MOTIVACIÓN

1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,40	1,25	4,25
2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3,25	1,25	4,063
2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,30	1,25	4,125
2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,45	1,25	4,313
																								16,75

EMPATIA

1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3,25	1,25	4,063
1	1	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,05	1,25	3,813
1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3,25	1,25	4,063
1	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,70	1,25	4,625
																								16,56