



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALÚD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“ELABORACIÓN DE UNA GUÍA GASTRONÓMICA PARA
FOMENTAR EL TURISMO EN EL CANTÓN ALAUSÍ. PROVINCIA
DE CHIMBORAZO 2014”**

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención de título de:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

BYRON SANTIAGO MAGGI NAVAS

RIOBAMBA-ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Los miembros de tesis certifican que, el trabajo de investigación titulado "Elaboración de una guía gastronómica para fomentar el turismo en el Cantón Aulasí Provincia de Chimborazo 2014".De responsabilidad del Sr. Byron Santiago Maggi Navas, ha sido revisada y se autoriza su publicación.

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a blue oval. The signature appears to read "NATALIA VELOZ".

Ing. Natalia Veloz

DIRECTOR DE TESIS

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'R' followed by the name "Ramiro Estévez".

Lcdo. Ramiro Estévez.

MIEMBRO DE TESIS

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD

Yo, Byron Santiago Maggi Navas, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 18 de Enero del 2016



Byron Santiago Maggi Navas

C.I. 060378363-0

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a Dios, por estar conmigo y haberme dado fortaleza en todo momento.

A mi madre que con su esfuerzo y humildad supo educarme y guiarme por un buen camino y formarme un hombre de bien.

A mi esposa y mi hijo quienes me brindaron día a día cariño, amor y paciencia para culminar con éxitos mis estudios.

A mis familiares y amigos por su apoyo incondicional para alcanzar mis metas.

A la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo, principalmente a la Escuela de Gastronomía por haberme recibido y formarme profesionalmente.

A mi Directora de tesis la Ing. Natalia Veloz y al Tribunal de tesis el Lic. Ramiro Estévez por su ayuda incomparable para culminar con éxito mi Tesis.

Elaborado por: Maggi, B. 2014

DEDICATORIA

La elaboración de este trabajo va dedicada especialmente a DIOS por darme salud y sabiduría, a mi madre, que desde muy temprana edad se quedó viuda, una mujer ejemplar que supo aceptarme mis debilidades y guiarme por un buen camino, a mi esposa y mi hijo que fueron el apoyo, impulso e inspiración para seguir adelante en los mejores y peores días de mi vida.

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	OBJETIVOS.....	3
A.	OBJETIVO GENERAL	3
B.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
III.	MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL.....	4
1.1.	Restaurantes.....	4
1.1.1.	Historia de los restaurantes	4
1.1.2.	CATEGORÍA DE LOS RESTAURANTES.....	5
1.1.2.1.	Restaurantes de primera categoría.....	5
1.1.2.2.	Restaurantes de segunda categoría	6
1.1.2.3.	Restaurantes de tercera categoría.....	7
1.1.2.4.	Restaurantes de cuarta categoría.....	8
1.1.3.	TIPOS DE RESTAURANTES	9
1.1.3.1.	Restaurante Gourmet.....	9
1.1.3.2.	Restaurantes de Especialidades.....	9
1.1.3.3.	Restaurantes Familiares	9
1.1.3.4.	Restaurantes Tradicionales	9
1.1.3.5.	Restaurante Social.....	10
1.1.3.6.	Restaurante Comercial	10
1.1.3.7.	Restaurante Temático.....	11
1.2.	GUÍA	11
1.2.1.	Guía de promoción turística.....	11
1.2.1.1.	Importancia de la promoción turística	12
1.2.2.	Guía turística.....	12
1.2.2.1.	Clasificación de los guías de turismo.....	12
a.	Guías de traslado:.....	12
b.	Guías de tours	13
c.	Guías de sitio	13
d.	Guías Coordinadores.....	13
e.	Guía Gastronómica	14
1.3.	Como Diseñar una Guía Gastronómica	14
1.4.	TURISMO	14
1.4.1.	Tipos de Turismo	15

1.4.1.1. Turismo de Descanso, Sol y Playa	15
1.4.1.2. Turismo Científico	15
1.4.1.3. Ecoturismo	15
1.4.1.4. Turismo de Aventura.....	15
1.4.1.5. Turismo Cultural.....	15
1.4.1.6. Turismo Histórico	16
1.4.1.7. Turismo Religioso	16
1.4.1.8. Turismo Gastronómico:.....	16
1.4.2. Jerarquizaciones de los lugares turísticos	16
1.4.2.1. Importancia de la jerarquización de los lugares turísticos.....	16
1.4.2.2. Parámetros para la jerarquización de los lugares turísticos.....	17
1.4.2.3. NIVELES DE JERARQUÍA	19
1.4.3. Estrategias para fomentar el turismo	20
1.4.3.1. Propósitos y objetivos específicos	20
2. ALAUSÍ	21
2.1. FUNDACIÓN DEL ASIENTO DE ALAUSÍ	21
2.1.1. Reseña Histórica.....	22
2.1.2. POBLACIÓN DEL CANTÓN.....	23
2.1.3. Macro localización	24
2.1.4. Actividad Comercial del cantón Alausí.....	25
2.1.5. Recursos Naturales.....	25
2.1.6. Turismo del cantón Alausí.....	26
2.1.6.1. ATRACTIVOS DE LOS ALREDEDORES	27
a. Reloj público	27
b. Escultura monumental de San Pedro	28
c. Loma de Ilugly	29
d. Cóndor Pununa.....	29
e. Puente Negro.....	30
f. La Nariz de Diablo	30
g. La Laguna de Ozogoche.....	30
h. Atractivo de Huígra	30
i. Santa Rosa De Chicho Conchas Petrificada.....	31
j. Estación Alausí	31
2.1.6.2. IGLESIAS.....	32

a.	La Capilla del Colegio “San Francisco De Sales”	32
b.	Iglesias matriz – central	33
2.1.6.3.	PARQUES	33
a.	Parque 13 de noviembre.....	33
b.	Parque del niño.....	33
2.1.6.4.	Fiestas y Tradiciones de Alausí	34
2.1.6.5.	Establecimientos que presta el servicio de Alojamiento y Alimentación.....	34
2.1.6.6.	Transporte del cantón Alausí	34
2.1.6.7.	Agencias bancarias del cantón Alausí	35
2.1.6.8.	Gastronomía de Alausí	35
a)	MARCO LEGAL	36
2.1.6.9.	LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR.....	36
2.1.6.10.	DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES	36
2.1.7.1.	LEY 97 DEL MINISTERIO DE TURISMO: REGISTRO OFICIAL SUPLEMENTO 733 DE 27-DIC-2002	37
2.1.7.2.	PLAN DEL BUEN VIVIR	39
IV.	METODOLOGÍA	40
A.	LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN	40
B.	VARIABLES	40
1.	Identificación.....	40
2.	Definición	41
3.	Operacionalización de variable	42
C.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	43
D.	POBLACIÓN Y MUESTRA	43
E.	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS.....	44
V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	46
A.	Interpretación de datos estadísticos	46
B.	RESTAURANTES EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ Y SUS MENUS QUE OFERTAN	66
I.	CATEGORIZACIÓN A LOS RESTAURANTES.	67
II.	JERARQUIZACIÓN A LOS LUGARES TURÍSTICOS	68
C.	PROPUESTA.....	73
I.	OBJETIVO GENERAL	74
II.	OBJETIVO ESPECIFICOS	74

III.	Guía gastronómica.....	74
VI.	CONCLUSIONES	94
VII.	REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS	96
VIII.	ANEXOS	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género	46
Tabla 2 Edad.....	47
Tabla 3 Tipo de servicio	48
Tabla 4 Tiene teléfono	49
Tabla 5 Estado de conservación	50
Tabla 6 Personal capacitado.....	51
Tabla 7 Forma de pago.....	52
Tabla 8 Plato estrella	53
Tabla 9 Número de tenedores.....	54
Tabla 10 Menaje	55
Tabla 11 Categorización del restaurante	56
Tabla 12 Tipo de comida.....	58
Tabla 13 Elaboración de una guía gastronómica	59
Tabla 14 Tipo de servicio	60
Tabla 15 Estado de Conservación	61
Tabla 16 Estado de las vías	62
Tabla 17 Transporte-frecuencia	63
Tabla 18 Agencia de viajes	64
Tabla 19 Infraestructura básica.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Mapa del cantón Alausí	24
Gráfico 2 Actividad Comercial del cantón Alausí.....	25
Gráfico 3 Localización cantón Alausí	40
Gráfico 4 Género.....	46
Gráfico 5 Edad	47
Gráfico 6 Tipo de servicio	48
Gráfico 7 Tiene teléfono.....	49
Gráfico 8 Estado de conservación	50
Gráfico 9 Personal capacitado	51
Gráfico 10 Forma de pago	52
Gráfico 11 Plato estrella.....	53
Gráfico 12 Número de tenedores	54
Gráfico 13 Menaje.....	55
Gráfico 14 Categorización del restaurante.....	57
Gráfico 15 Tipo de comida	58
Gráfico 16 Elaboración de la guía gastronómica.....	59
Gráfico 17 Tipo de servicio.....	60
Gráfico 18 Estado de conservación	61
Gráfico 19 Estado de las vías	62
Gráfico 20 Transporte-frecuencia.....	63
Gráfico 21 Agencia de viajes.....	64
Gráfico 22 Infraestructura básica	65

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal la elaboración de una guía gastronómica para el fomento del turismo en el Cantón Alausí Provincia de Chimborazo, su población estuvo conformada por los 14 restaurantes y 6 lugares turísticos.

Se evidencio como problema gastronómico que existe un nivel medio de información sobre los establecimientos, lugares turísticos y servicios que ofertan al consumidor, por lo que se decidió diseñar la guía gastronómica dando un mayor enfoque e interés en los principales restaurantes y lugares turísticos, con los datos más representativos del local como la ubicación, teléfonos, plato estrella y servicios que bridan, dando a conocer más acerca de este hermoso cobijo Alauseño, promocionando el desarrollo turístico gastronómico en el cantón.

Se recomienda seguir fomentando la gastronomía de la zona, creando diversas fuentes de información como la reproducción y distribución del Guía, para así seguir promoviendo el interés del visitante en este precioso lugar de la Provincia de Chimborazo.

Su comida, tradiciones, cultura, y principalmente sus atractivos turísticos de la localidad y sobre todo la hospitalidad que ofrece su gente, hacen del Cantón Alausí un lugar donde uno quiere regresar y compartir con sus seres queridos.



SUMMARY

This research aimed mainly to design a Gastronomic Guide in order to encourage tourism in Alausí, Chimborazo province with a population of 14 restaurants and 6 tourist sites.

It was evidenced as gastronomic problem that there is a medium level of information about the establishments, tourist sites and services that offer the consumer. That is why, it was decided to design a gastronomic guide giving more focus and interest in the main restaurants and tourist sites with the most representative data of Alausí such as: location, phone, star dish and services provided and make known more about this beautiful shelter Alauseño providing tourism development in the canton.

It is recommended to continue promoting the cuisine of the area creating various sources of information such as: the production and distribution of the Guide in order to further promote tourist interest in this beautiful place in the province of Chimborazo.

Their food, traditions, culture and particularly its tourist attractions of the town and especially the hospitality offered by its people make the canton Alausí a place where tourist want to go back and share with family.



I. INTRODUCCIÓN

La gastronomía del Ecuador es variada por la forma de preparación, la cocina ecuatoriana es una combinación de las culturas antiguas del país y de las influencias europeas. Al recorrer Ecuador, el turista podrá encontrarse con una gastronomía que ofrece una gran variedad de platos con distintas combinaciones de ingredientes gracias a que el País se divide en cuatro regiones que presentan costumbres y hábitos diferentes, la comida ecuatoriana es variada y es conocida como comida criolla, rica, abundante y llena de sabor.

En el cantón Alausí provincia de Chimborazo se ofrece platos de todas las regiones y platos tradicionales propios del sector, para su elaboración se hace uso de productos agrícolas como papas, arveja, habas, maíz, mellocos, cebadas, quinua, pimiento rojo, verde, vainitas y otros; producidos en este mismo cantón.

Con la presente investigación se pretende elaborar una Guía Gastronómica para fomentar el turismo en el cantón Alausí provincia de Chimborazo estudio realizado en los 14 restaurantes y 6 lugares turísticos más representativos del cantón. Su importancia radica en presentarlos diferentes tipos de alimentación que ofrece Alausí a sus visitantes nacionales y extranjeros. Alausí es un cantón que atrae gran parte del turismo entre ella la actividad que se destacan es el servicio de alimentación.

La información obtenida es importante ya que permitirá que el viajero identifique los sectores donde se expende comida y disfrutar de la gastronomía variada de Alausí, el propósito de la guía es atraer al turista a través de la gastronomía que ofrecen en el sector.

La factibilidad de estudio se dio por la apertura de los dueños de restaurante y administradores de los lugares turísticos del cantón Alausí; para desarrollar este trabajo se realizó un exhaustivo proceso de revisión documental, de observación y análisis de antecedentes que contribuirá y facilitará la realización de este estudio.

Para el alcance del objetivo se recopiló información de los restaurantes y lugares turísticos existentes en el cantón Alausí y por último diseñar una guía gastronómica de fácil acceso a la población para fomentar el turismo del mismo. Los beneficiarios de este trabajo investigativo de manera directa son los dueños de restaurantes, administradores de los lugares turísticos y la ciudadanía en general (la población). Tiene un aporte investigativo pues se logra evidenciar la gastronomía que ofrece Alausí. Como producto final la propuesta gastronómica que se basa en presentar una guía gastronómica de fácil uso.

II. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Elaborar una guía gastronómica para fomentar el turismo en el cantón Alausí provincia de Chimborazo.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recopilar información sobre los restaurantes existentes en el cantón Alausí y los menús que ofertan.
- Categorizar mediante una base de datos a los restaurantes y lugares turísticos del cantón Alausí.
- Diseñar una guía gastronómica para fomentar el turismo en el cantón Alausí.

III. MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

1.1. Restaurantes

Se define a los restaurantes “como aquellos establecimientos, cualquiera que sea denominación, que sirvan al público, mediante precio, comidas y bebidas, para ser consumidas en el mismo local “Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina. (Ortiz, 2008).

Restaurante es aquel establecimiento cuya función principal es servir alimentos y bebidas en una zona denominada “sala o comedor” para ser consumidos a cambio de un precio cerrado, en el caso de una comida o cena tipo “menú”, o un precio abierto y diferenciado por productos a la “carta”, e ingeridos en ese mismo lugar, en un horario determinado.

1.1.1. Historia de los restaurantes

El término "RESTAURANTE" es de origen Francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, por un Francés de apellido Boulanger, vendedor de caldos y sopas, las bautizó con el nombre de 'restaurants' porque reconfortaban, así los anunciaba en el exterior de su negocio: *venite ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos*. No eran los parisinos que en el año 1775 sabían leer francés y menos latín, pero los que podían sabían que Dossier Boulanger, el propietario decía: *venid a mí, todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo restauraré*.

Algunos testimonios históricos y arqueológicos nos confirman que las tabernas existían ya en el año 1700a.c. Se han encontrado pruebas de la existencia de un comedor público en Egipto en 512a.c; que tenían un menú limitado ya que solo

servían un plato preparado con cereales, aves salvajes y cebolla.(M.Raya, 2007, pág. 61)

No obstante, los Egipcios utilizaban una amplia selección de alimentos para cocinar: guisantes, lentejas, sandía, alcachofas, lechuga, endibias, rábanos, cebollas, ajos, puerros, grasas(animales y vegetales), carne, miel, dátiles y productos lácteos, como leche, quesos y mantequilla.

1.1.2. CATEGORÍA DE LOS RESTAURANTES

De acuerdo a la legisladora en el art.15 de la Organización Mundial (O.M.) de 17 de Marzo de 1965 clasifica a los restaurantes según estas categorías.(García, García, & Mario, 2009, pág. 8)

Los establecimientos se clasifican en 5 categorías:

- Primera (cinco tenedores)
- Segunda(Cuatro tenedores)
- Tercera(Tres tenedores)
- Cuarta(Dos tenedores)
- Quinta(Un tenedor)

1.1.2.1. Restaurantes de primera categoría

Este tipo de restaurante, conocido como full service, los tendrá un toque completo de servicios de acuerdo con la categoría del establecimiento. La carta o menú; presentará de 5 a 7 diferentes tiempos de servicio, así como una variedad limitada de bebidas. Su personal, tanto de apoyo como de contacto, deberá contar con la capacitación y conocimiento adecuado de los productos que prepara y vende. Aquellos platillos que lo requieran deberán salir de la cocina con cubre fuentes y otros podrán ser preparados a la vista del comensal.

Requerimientos:

- Entrada de clientes independiente de la del personal.
- Servicio de guardarropa.
- Teléfono público en cabina aislada.
- Comedor con superficie adecuada por cliente.
- Personal capacitado.
- Decoración, vajilla y menaje de primera calidad.
- Sanitarios independiente para ambos sexos, con agua caliente y fría y aseos independientes para el personal.
- Si ocupase una planta igual o superior a la tercera o si contase con tres o más plantas deberá contar con ascensor para clientes.
- Capacidad del establecimiento.
- El personal que preste servicio al público deberá ir uniformado y algunos deberán conocer al menos dos idiomas extranjeros.(Cámara Zaragoza, 2015, pág. 1)

1.1.2.2. Restaurantes de segunda categoría

Este tipo de restaurante son los que tienen acceso independiente para comensales, puede también ser utilizado por el personal de servicio exclusivamente en las horas que no haya atención a los clientes. Con esta misma entrada será el abastecimiento a los diferentes proveedores. Su capacidad será más restringida en espacio y su carta debe contar con seis tiempos a ofrecer, como por ejemplo se describe:

1. Entremeses.
2. Sopas y cremas.

3. Verduras, huevos o pasta.
4. Especialidades de pescado.
5. Especialidades de carnes.
6. Postres, dulces o helados y fruta.

El personal de contacto como de apoyo deberá estar presentable y uniformado se identifican mediante una placa similar a la de primera categoría, en la que figurarán cuatro tenedores.

Requerimientos:

- Personal de servicio uniformado.
- Existencia de guardarropa.
- Teléfono público.
- Comedor con superficie por cliente adecuada por su capacidad.
- Calefacción y aire acondicionado.
- Decoración, vajilla y menaje de calidad.
- Servicios sanitarios independiente para ambos sexos, con agua caliente y fría en los lavabos e independiente de los del personal de servicio.
- Los menús además de estar escritos en el idioma oficial, deberán estar al menos en dos idiomas.

1.1.2.3. Restaurantes de tercera categoría

El acceso será utilizado tanto por comensales como por el personal del mismo; su mobiliario será apropiado: loza irrompible, vajilla inoxidable, cristalería sencilla y en buen estado, servilletas y mantelería presentables. Deberá tener servicios sanitarios independientes para dama y caballero. La cocina dispondrá lo necesario para la conservación de productos alimenticios, con una buena

ventilación o en su caso, con un extractor de humos. El personal portará un informe sencillo bien aseado y atenderá a los clientes adecuadamente. Su carta o menú presentará tres o cuatro tiempos de servicio.

La placa de identificación mostrará tres tenedores.

Requerimientos

- Un comedor con una superficie adecuada a su capacidad y un espacio suficiente por cliente.
- Teléfono para uso público.
- Decoración, vajilla y menaje sencillos, pero siempre en buen estado de conservación.
- Calefacción.
- Servicios sanitarios independientes para ambos sexos, con agua caliente y fría en los lavabos y diferenciados de los aseos del personal de servicio.

1.1.2.4. Restaurantes de cuarta categoría

Este establecimiento tendrá el comedor independiente, vajilla inoxidable, cristalería sencilla en buen estado de conservación, servilleta de tela o papel, servicios sanitarios independientes para ambos sexos y personal perfectamente aseado. Su carta ofrecerá platillos de tres tiempos el personal mostrará una placa de dos tenedores.

1. Sopas.
2. Guisados-especialidades.
3. Postres de la casa o frutas.

Requerimientos

- Comedor con superficie adecuada a la capacidad máxima esperada.
- Teléfono público.
- Decoración, vajilla y menaje sencillos.
- Servicios independientes para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos, que pueden ser compartidos con el personal de servicio.

1.1.3. TIPOS DE RESTAURANTES

1.1.3.1. Restaurante Gourmet

Son establecimientos de servicio completo, son considerados de lujo y se dirige a un segmento de mercado, siendo este para personas con un paladar exigente y sofisticado; Normalmente son muy caros y su servicio es excelente.

1.1.3.2. Restaurantes de Especialidades

Son considerados especiales porque su carta se limita a un tipo de alimento en particular, y se ofrece en diferentes preparaciones. Como es el caso de restaurantes de aves, mariscos, carnes o pastas.

1.1.3.3. Restaurantes Familiares

Son conocidos también como un restaurante FastFood (comida rápida), el estilo de alimentación son platillos que se elaboran en forma sencilla. Es común que los restaurantes sean de una cadena o franquicia.

1.1.3.4. Restaurantes Tradicionales

Establecimientos donde se preparan comidas habituales de casas. Suelen ser locales con una sola cocina y comedor múltiple. Dentro de su alimentación son

preparaciones propias del sector, disponen de camareros para brindar un servicio de calidad; las comidas se sirven durante unos horarios establecidos.

1.1.3.5. Restaurante Social

Se entiende por restauración social, la elaboración de cocina preparada para un colectivo que no pueden desplazarse del lugar donde desarrollan una actividad, a la hora de la comida. Como ejemplo se puede citar los comedores de escuelas, o los servicios de comida que se proporcionan en los hospitales, prisiones o empresas alejadas de núcleos urbanos, con horarios intensivos.

Las empresas que ofrecen estos servicios deben prestar una especial atención a la calidad y conservación de sus productos, ya que sus consumidores finales pueden pertenecer a grupos particularmente delicados, como son los enfermos o los niños.

1.1.3.6. Restaurante Comercial

Son empresas que preparan comida en grandes cantidades, menús precocinados que tan solo precisan ser calentados para servirlos al comensal. Suelen ofrecer un buen servicio a los clientes y realizar un seguimiento constante de sus productos para asegurarse de que llegan al consumidor final en perfecto estado. Los consumidores más habituales de este tipo de restauración son las compañías de transporte (líneas aéreas y ferroviarias). Podríamos considerar también como perteneciente a esta sección las empresas dedicadas al catering, o aquellas de reparto a domicilio sin local para consumo.

Los restaurantes están organizados por categorías, que se identifican por el número de tenedores que se les asigna, según la calidad y variedad de sus

servicios; esta graduación varía desde un tenedor a los cinco tenedores que se les otorgan a los restaurantes.

1.1.3.7. Restaurante Temático

Fórmula de restauración en la cual todos los elementos (oferta gastronómica, ambiente, decoración, etc.) giran en torno a un tema determinado (música, deportes, cine).

1.2. GUÍA

Diversas opiniones son las que se establecen entorno al origen etimológico de la palabra guía, sin embargo, una de las más sólidas y aceptadas es que dicho término proviene en concreto del gótico vitan que puede traducirse como “vigilar u observar”.

Una guía puede ser el documento que incluye los principios o procedimientos para encauzar una cosa o el listado con informaciones que se refieren a un asunto específico.

1.2.1. Guía de promoción turística

Promoción, del latín promotio, es la acción y efecto de promover (impulsar un proceso o una cosa, tomar la iniciativa para realizar algo, elevar a alguien a un cargo superior al que tenía). El término puede utilizarse para nombrar a las actividades que buscan dar a conocer o incrementar las ventas de algo.

Turístico, por su parte, es aquello perteneciente o relativo al turismo. Este concepto refiere al conjunto de las actividades que las personas desarrollan durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo que no supera el año.

1.2.1.1. Importancia de la promoción turística

- Fomentar lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar.
- Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista.
- Captar eventos de cierta relevancia para la zona.
- Incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

1.2.2. Guía turística

Este término puede tener diversos usos y puede referirse a objetos, seres humanos o elementos simbólicos. En su uso generalizado se conoce como guía tanto el manual o convenio que recopila los principios que hay que tener en cuenta para dirigir algo, como el informe con datos referentes a una cierta temática e incluso el individuo que dirige e instruye a otro para hacer una determinada cosa (WordPress, 2008).

1.2.2.1. Clasificación de los guías de turismo

Cabe mencionar que el concepto de turismo hace referencia a las actividades desarrolladas por los sujetos cuando se desplazan a un entorno diferente al habitual y permanecen allí por un plazo no superior a los doce meses.

Existen diversos tipos de guías turísticos, dependiendo del tipo de responsabilidad y la clase de acciones que deban desempeñar, algunos de ellos son:

a. Guías de traslado:

Reciben a los pasajeros en los aeropuertos o estaciones adonde arriba y les brindan información respecto al sitio que visitan; además, les reparten la programación de los eventos que se desarrollarán a lo largo de toda la estadía y

confirman los datos más importantes, nombres, teléfonos, dirección del hotel y de aquellos lugares más importantes de la ciudad, fecha de regreso, logística de las maletas.

b. Guías de tours

Llevan a los turistas a lo largo de un recorrido y les van mostrando y contando la historia de los diversos atractivos del lugar. Se requiere que sean personas capaces de expresarse y que tengan un conocimiento profundo de los aspectos más importantes del lugar, de su historia y su cultura.

c. Guías de sitio

Se especializan en un atractivo puntual (ya sea un monumento, un museo, una iglesia) y se dedican a conocerlo a fondo y mostrarlo a los turistas.

d. Guías Coordinadores

Acompañan a los turistas a lo largo de todo el circuito; suelen estar presentes desde el momento en el que parten hasta que regresan; en general son contratados por las agencias de viaje a fin de asistir a los pasajeros de forma personalizada representando a la compañía. No es necesario que conozcan el lugar de destino, ya que para ello se contratarán a los respectivos guías que puedan enseñar eficazmente el lugar, tan sólo deben estar cerca de los pasajeros para asistirlos en cualquier momento.

Otra de las clasificaciones de los guías turísticos puede hacerse en función de lo que realizan, algunos de los nombres que reciben en este caso son guía turístico a nivel nacional, internacional, de lugares culturales y arqueológicos o de lugares recreativos, (WordPress, 2008).

e. Guía Gastronómica

Es un documento que incluye un listado con información, donde se detalla a todos los oferentes de la gastronomía. Es una herramienta básica de promoción y difusión de la cocina y de los profesionales a cargo de cada una de ellas.

1.3. Como Diseñar una Guía Gastronómica

“En esta sección nos dedicamos a presentar los principales criterios que se deben tener en cuenta al diseñar una guía gastronómica. Es necesario que la información sea clara y específica”(Ofifacil.com, 2015)

El texto es un aspecto central en todo tipo de guía, ya que la función de esta pieza de promoción es brindar información suficiente y útil. De este modo se evitarán las confusiones y los lectores podrán comprender con facilidad y rápidamente el texto de una guía.

Entre los aspectos a tomar en cuenta son:

- Seleccionar la tipografía más adecuada que sea entendible.
- Decidir el corte y el plegado
- Tener en cuenta los distintos paneles que va a tener el flyer o catálogo.
- Seleccionar los colores adecuados para la guía.
- Elegir el papel para la Guía

1.4. TURISMO

Walter Hunziker- KurtKropf, dicen que el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio.

1.4.1. Tipos de Turismo

1.4.1.1. Turismo de Descanso, Sol y Playa

El turismo convencional, conocido también como el modelo de "sol y playa", es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales, son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.

1.4.1.2. Turismo Científico

El objetivo principal del viajero es elegir este tipo de turismo, abriendo más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.

1.4.1.3. Ecoturismo

El ecoturismo es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística que Jones, 1992, define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados.

1.4.1.4. Turismo de Aventura

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna de las formas con mayores expectativas genera a su alrededor quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y que se han generado en su entorno.

1.4.1.5. Turismo Cultural

Corresponde a los viajes que tienen el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

1.4.1.6. Turismo Histórico

Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.

1.4.1.7. Turismo Religioso

A diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad las ciudades santas históricamente han sido objeto de peregrinaje como Jerusalén, La Meca o Roma siguen siendo importantes puntos de referencia del sector.

1.4.1.8. Turismo Gastronómico:

Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

1.4.2. Jerarquizaciones de los lugares turísticos

El producto turístico se conforma por la oferta turística de un destino, que a su vez la componen el conjunto de atractivos, bienes, servicios y facilidades capaces de atraer al visitante.

Categorización de los recursos naturales.- Esta categoría constituye la medida fundamental de la oferta, los recursos naturales que dispone una área para uso y placer de los visitantes. Los elementos básicos en esta categoría incluyen al aire y el clima, los accidentes geográficos, el terreno, la flora, la fauna, los cuerpos de agua, las playas, las bellezas naturales.(Ochoa, Conde, & Maldonado, 2012).

1.4.2.1. Importancia de la jerarquización de los lugares turísticos

Los atractivos turísticos constituyen un reflejo de la valoración diferenciada de recursos y lugares; con el fin de considerar las posibilidades de diversificación

de la oferta turística en un destino es de vital importancia distinguir los conceptos de atractivo y producto turístico. Se define por atractivo al conjunto de bienes y servicios, materiales o inmateriales, estén o no institucionalizados bajo alguna categoría patrimonial, cuya característica definitoria es que poseen cierto grado de atraktividad para el visitante.

En lo que respecta al concepto de producto turístico, se incorporan a lo que se define como atractivo, las estructuras de soporte tanto físicas como de servicios que implican el uso y disfrute turístico. (Conti, y otros, 2009, pág. 3)

1.4.2.2. Parámetros para la jerarquización de los lugares turísticos

Tomando como base la categorización de OEA-CICATUR, presenta elementos que forman parte de la categorización los sitios naturales; manifestaciones culturales; folklore, y realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas (Ministerio de Turismo , 2006).

ATRACTIVOS	
Naturales	Montañas, planicies, costas; lagos; ríos y caídas de agua; grutas y cavernas; lugares de caza y pesca; lugares de observación de flora y fauna; caminos pintorescos, termas y parques nacionales.
Artificiales	Museos, obras de arte y técnica; lugares históricos, ruinas y lugares arqueológicos; manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias y mercados, música y danza, artesanías y arte; comidas y bebidas típicas; grupos étnicos; explotaciones mineras, agropecuarias e industriales; centros científicos técnicos, artísticos y deportivos.

Humanos 	Hospitalidad: buen trato y atenciones; orgullo por la cultura y el pueblo; precios moderados, limpieza y buena presentación.
FACILIDADES	
Alojamiento	Hoteles, hosterías, moteles, pensiones; campings; albergues, residencias, apartamentos turísticos, colonias vacacionales etc.
Alimentos y bebidas	Hoteles, hosterías, moteles, pensiones; campings; albergues, residencias, apartamentos turísticos, colonias vacacionales etc.
Entretenimiento y diversión	Clubes nocturnos, casinos, cines y teatros: plazas de toros, palenques, Parques de diversiones y deportivos.
Agencias de viaje	Detallistas y mayoristas
Arrendadoras de carros	Incluye además todo el transporte turístico para city tours y excursiones.
Capacitación	A nivel básico, técnico, superior y posgrado.
Otros	Oficinas de información, servicios de guías y comercios turísticos; cambio de moneda; dotaciones para convenciones.
ACCESIBILIDAD	
Marítimo	Barcos, cruceros; incluye transporte lacustre.
Terrestre	Ferrocarril, automóvil, autobús y otros.
Aéreo	Aviones estatales, de empresas privadas y avionetas particulares.

Fuente: Elaboración Propia a partir de descripción de Ritchie (2006) (**Ochoa, Conde, & Maldonado, 2012**).

Elaborado por: Maggi, B. 2014

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	ATRACTIVO
1. Sitios Naturales: Agrupa a los lugares geográficos que por sus atributos propios tienen gran importancia.	Montañas	Alta montaña	- Nariz del diablo
	Ambientes Lacustres	Lagunas	-Lagunas de Ozogoché
2. Manifestaciones Culturales: Son las diferentes expresiones culturales de la región, lugares arqueológicos, sitios históricos, y otros	Históricos	Arquitectura	- Reloj público - Iglesia Matriz
		Zonas Históricas	- Puente Negro
		Vestigios Arqueológicos	Monumento de San Pedro

3. Folklore: Conjunto de tradiciones, artes, y otros, del país o pueblo.	Gastronomía	Platos típicos	Nariz del Diablo (lomo de res a la plancha, sanduche de jamón). Laguna de Ozogoche (habas con queso).
		Bebidas típicas	Nariz del Diablo (batido de frutilla)
		Dulces típicos	Nariz del Diablo (dulce de higo).

Fuente: Elaboración propia a partir de la descripción de (Ministerio de Turismo , 2006)

Elaborado por: Maggi, B. 2014

1.4.2.3. NIVELES DE JERARQUÍA

Se establece 4 jerarquías para la fase de evaluación, de mayor a menor importancia turística.

Jerarquía IV: atractivo con rasgos excepcionales gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).

Jerarquía III: atractivo excepcional en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía II: atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.

Jerarquía I: atractivo sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores (Sierra, 2015, pág. 8)

Puntos	Jerarquía
1 a 25	I
26 a 50	II
51 a 75	III
76 a 100	IV

1.4.3. Estrategias para fomentar el turismo

“Esta sección puede considerarse como el compendio técnico de trabajo para la promoción turística de Ecuador para el mercado interno.” (Tourism&Leisure, 2014, pág. 3)

1.4.3.1. Propósitos y objetivos específicos

- Aumentar el número de turistas y excursionistas nacionales por año y los movimientos de visitantes de fines de semana, feriados y vacaciones de los Ecuatorianos
- Incentivar el gasto turístico y prolongar la estadía del visitante interno
- Contribuir con el turismo a dinamizar la economía local, generación de empleo y beneficios económicos.
- Fomentar la distribución de forma equitativa de los ingresos económicos por turismo interno.
- Posicionar a Ecuador como destino de Buen Vivir con sentido de pertenencia para los ecuatorianos.
- Disminución de la estacionalidad y promoción de nuevos destinos para el turismo interno.

2. ALAUSÍ

2.1. FUNDACIÓN DEL ASIENTO DE ALAUSÍ

El origen de los pueblos no se puede señalar con exactitud, la base de su procedencia son leyendas y tradiciones que ha sido transmitida de generación en generación.

Los aborígenes se remonta en época de Benalcázar que consolido el dominio de las tierras conquistadas aprovechando de sus riquezas y recomendándoles al mismo tiempo, hacia las fundaciones Españolas, con el título de “ASIENTOS” en los mismos lugares donde estaban ubicadas las poblaciones indígenas. (Ecuador ama la vida , 2014, pág. 1)

Alausí, fue una de las primeras poblaciones que los conquistadores españoles fundaron en los territorios del antiguo Reino de Quito, ceremonia que llevó a cabo Sebastián de Benalcázar el 9 de junio de 1534.

En los primeros años de la conquista fue erigida en Tenencia y mantenía bajo su jurisdicción a los pueblos de Chunchi, Guasuntos, Sibambe y Tixán.

Por su importante situación geográfica pronto se convirtió en punto de enlace entre las poblaciones de la costa y de la sierra, además de su agradable clima y su encantador paisaje está posicionado en la cuenca de Río Chanchán que fue habitado por los lausíes y tiquizambis, pueblos aborígenes amantes de la libertad. Adoraban al sol, la luna y las estrellas. Muralla natural y política para impedir la invasión desde el sur en la época de la conquista y al iniciarse las luchas por la libertad fue una de las primeras que plegaron a la Revolución del 9 de Octubre de 1820, proclamando su independencia el 13 de noviembre de ese mismo año, luego de conocer el triunfo patriota en Camino Real. Culminadas las

luchas por la independencia fue cantonizada el 25 de Junio de 1824, de acuerdo con la Ley de División Territorial de Colombia dictada por el Gral. Francisco de Paula Santander. (Radiolaceja-online, 2014)

Posteriormente continuó desarrollándose como un importante centro de actividad agrícola y comercial, sobre todo en la floreciente época del ferrocarril.

Alausí está ubicada a dos horas por carretera desde Riobamba y a tres por tren, Situada a 2.385 msnm, su clima es muy sano y agradable, por lo que constantemente es visitada por turistas de varias regiones del país.

Es un importante productor de tubérculos y cereales, y en la zona de Tixán se explotan varios yacimientos de azufre y se desarrolla la extracción de mármol.

Su cabecera es la ciudad de su mismo nombre y está integrado por las parroquias rurales "Achupallas, Guasuntos, Huígra, Multitud, Pistishí (Nariz del Diablo), Pumallacta, Sevilla, Sibambe, Tixán y Totoras. A nivel de cabecera cantonal urbana tiene una población de 6339 habitantes y en el sector rural 37759 y como Cantón 44089 habitantes aproximadamente". (Radiolaceja-online, 2014)

2.1.1. Reseña Histórica

“El origen de los pueblos no se puede señalar con exactitud, la base de su procedencia son leyendas y tradiciones que han sido transmitidas de generación en generación. “Los Aborígenes: Se cree que los primeros habitantes que poblaron esta zona fueron los Jíbaros, luego llegaron los Cayapas y Colorados, quienes predominaron debido a su mayor cultura y capacidad guerrera, pero con el paso del tiempo se mezclaron todos formando el grupo étnico de la hoya.

“El nombre de este pueblo es Alusí, se dijo porque en la lengua de ellos quiere decir “cosa de gran estima y querida”, y así lo llamaron Alusí”. (Rosas, 2014).

Parece que el nombre Alausí proviene de la lengua Mochicán que explica que LEOSI (ALAUSSI), tiene dos raíces, LEO igual culebra, y SI/luna es decir que tenía la capacidad de dioses. Se dice también que estos territorios fueron habitados por los Lausies y Tiquizambis. Los Lausíes de raza Cañari y por consiguiente de origen MAYA, se designa que Lausí es de idioma Cañari, que quiere decir “Cosa de Gran Estima y Querida”. Los Tiquizambis, eran de raza Puruhá, con el tiempo estos dos grupos llegaron a fusionarse dando lugar a un nuevo tipo racial.”(Ecuador ama la vida , 2014)

2.1.2. POBLACIÓN DEL CANTÓN.

Nombre de la ciudad: San Pedro de Alausí (Capital)

Ubicación: Provincia de Chimborazo 78° 50 41 “de latitud;

Límites: Norte: Tío Cajas

Sur: Nudo del Azuay

Este: Macas y Cevilla de Oro

Oeste: Llanuras de la costa

Al occidente: La cordillera de Moraspamba con el maciso Danas de 400 metros de altura.

Al suroeste: Los altos páramos de Zula, Pachamama y Atil

Días de feria: Jueves y Domingos.

Fiesta importante: San Pedro el 25 de Junio

Parroquias: Alausí (Matriz), Achupallas, Guasuntos, Huígra, Multitud, Pistishi, Pumallacta, Sevilla, Sibambe, y Tixán.

Alausí es un cantón de la Provincia de Chimborazo a unos 95 km de Riobamba se sitúa en una altitud promedio de 2.340 msnm. La cota más baja del cantón es de 1.225 msnm, en la parroquia Huígra y la mayor se encuentra a 3.340 metros sobre el nivel del mar en Achupallas. (GADChimborazo, 2012, pág. 8)

2.1.3. Macro localización

Para llegar a Alausí se puede partir de las ciudades de Riobamba, Cuenca y Guayaquil.

Gráfico 1 Mapa del cantón Alausí



Fuente: (Viajando x Ecuador, 2014)

Elaborado por: Maggi, B. 2014

2.1.4. Actividad Comercial del cantón Alausí

El cantón Alausí se influye por la actividad económica y el sistema de producción, su cultivo y el sistema productivo pecuario.

La actividad comercial que está en auge es la prestación de servicio tanto en alimentación como en hospedaje.

Gráfico 2 Actividad Comercial del cantón Alausí



Fuente: (Ecuador en cifra, 2014).

Elaborado por: Maggi, B. 2014

El cantón Alausí, según el censo realizado en el 2010, el 75,8% se dedican a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, por ser un lugar privilegiado tanto por su clima como por su hidrografía, y con el 1,2% se encuentra la actividad de alojamiento y servicios de comida, convirtiéndose esta en una actividad turística que atrae personas a la zona, la comida que se expende actualmente en el cantón no es muy tradicional debido a la cocina vanguardista que se ve influenciada por las preferencias de los turistas nacionales y extranjero.

2.1.5. Recursos Naturales

Según (Albán, 2005), en su libro Chimborazo y sus cantones dice que: Alausí, es un cantón agrícola por excelencia donde se cultivan productos de Sierra y

Costa como: banano, café, caña de azúcar, frejol, maíz, papas, trigo, cebada, habas, arveja, lenteja, zanahoria, remolacha, col, lechuga, coliflor, brócoli, quinua, mellocos, ocas; y frutas subtropicales como naranjas, mandarinas, limones entre otro.

La ganadería es importante principalmente ganado bovino, ovino, porcino, caballar, mular, asnal y aves, donde sobresale el ganado bovino para la producción de carne, leche, derivados, y para el trabajo agrícola. La pequeña agroindustria más importante consiste en la elaboración de quesos, guarapo, aguardiente y panela. El recurso forestal es abundante, especialmente bosques húmedos de especies nativas. Entre los recursos minerales encontramos mármol, azufre, calizas, oro, plata, cobre, arcilla y materiales de construcción.

2.1.6. Turismo del cantón Alausí

Alausí se encuentra localizada en la hoya del Chanchán, al sur de la provincia formando el lazo de unión entre la sierra y la costa; su cabecera cantonal Alausí. Al sur de la capital de la provincia de Chimborazo; es muy extenso y rico, muy accidentado y montañosos, cruzado por quebradas profundas, valles subtropicales, páramos, depresiones inmensas por las que descienden pequeños pero correntosos ríos.

Según Hernando Italiano, traduce su nombre, Alausí, como “cosa de gran estima y querida”, según el lenguaje jíbaro, sería: ak (ok), caro, ú (nd), grande; (ua) ri; cosa: cosa grande y cara.

La ciudad de Alausí es un lugar atractivo con personas muy hospitalarias; le brinda seguridad e importancia. Tiene atractivos turísticos de connotación

Nacional e Internacional, como la Nariz del diablo, Lagunas de Ozogoché, Monumento San Pedro, etc.

Posee diversos lugares con particulares microclimas, con asentamientos de comunidades quichuas milenarios, una riquísima diversidad cultural y lugares deslumbrantes de pasaje y aventura, como Nizag, Totoras, Achupallas.

En la ciudad de Alausí, con un poco de tiempo, usted podrá observar bellísimos lugares que harán inolvidable su visita.

El Turista, en pocas horas se puede trasladar desde Alausí a Riobamba, Tambo (Ingapirca), Cuenca o Guayaquil, también puede contratar servicios turísticos para cualquier lugar del País.

Brinda servicios de hotelería, alimentación, transporte, operadoras de Turismo, transferencia de dinero.

La Municipalidad, precedida por el alcalde de Soc. William Palacios, está trabajando y auspiciando múltiples actividades, proyectos; para hacer de Alausí un centro turístico a la medida de los requerimientos de quienes lo visitan.

2.1.6.1. ATRACTIVOS DE LOS ALREDEDORES

Para conocer esta bella tierra se debe internar en ella profundamente, debido a que este es el cantón más turístico de la provincia. Aquí podemos disfrutar de páramos, bosques nativos, lagunas, montañas, hasta comunidades milenarias ricas en folklore, tradiciones ancestrales, y la villa San Pedro de Alausí; llena de historia, con lo que se complementa el turismo nacional y cultural.

a. Reloj público

Tanto la construcción del edificio, como el reloj que fue colocado en la torre, se realizó cuando el Presidente del Consejo el Teniente Coronel Ermel, San Miguel

en el año 1903. Fue uno de los mejores edificios de la Región, así como el primer reloj al servicio del pueblo del cantón.

Como haberse perdido en el tiempo, con su silencio, el día lunes 9 de Junio del año 2003 el Sr. Antonio PincaySancan después de haber realizado varias sincronizaciones el reloj quedo prácticamente activo para dar las horas y su campana sonar, dio mucha alegría tener funcionando esta JOYA que ha sido construida en la República Alemana que tiene como marca J.F WEULE y fabricado por BOKENEM, EN EL AÑO 1903.

El Sr. Pincay junto a su ayudante el Sr. Arnulfo Baño, nos manifestaron que este tipo de reloj de acuerdo a las investigaciones que él ha realizado existe solamente cuatro relojes en el mundo entero, dos en América del Sur, uno en Checoslovaquia, y otro en Alemania siendo estos en la actualidad joyas de colección.

b. Escultura monumental de San Pedro

La municipalidad de Alausí construyó el monumento a SAN PEDRO, en virtud que es su patrón y dada la identidad religiosa histórica que la población siente por él, razón por la cual las fiestas en su honor se realiza en la ciudad, teniendo un reconocimiento nacional.

La escultura ha sido realizada por el escultor Eddie Crespo, en la técnica de “mosaico técnica multicolor” utilizando 103.000 piezas de 4 cm por 4 cm, sobre una estructura de cemento armado, la altura del monumento es de 15 metros, y su pedestal de 6 metros llegando así a una alzada total de 21 metros.

La escultura se encuentra ubicada en la loma de Lluglly y domina la panorámica de la ciudad, constituyendo su principal atractivo de este mirador

natural, a la vez que la obra puede ser apreciada desde todos los ingresos a la ciudad.

Es importante resaltar que esta obra se ha cristalizado gracias al aporte de los Alauseños residentes en varias ciudades de los Estados Unidos como gesto de amor imperecedero por su tierra natural.

La construcción de esta obra es parte de los trabajos de recuperación asignados a la loma de Lluglly, por muchos años abandonada.

c. Loma de Lluglly

Este es un mirador turístico de donde emerge la magnífica escultura de San Pedro; desde aquí se puede observar la ciudad y los paisajes que lo rodean.

Viene del vocablo Luili (ncu), que tiembla y estremece entre nuestros indígenas.

Se dice de una leyenda de cura sin cabeza. Conversan los mayores que el párroco de la capilla San Vicente Ferrer luego de sufrir un accidente donde perdió la cabeza andaba penando su alma en el sitio que estaba ubicada en la capilla.

d. Cóndor Pununa

Cerró vecino de la Nariz del Diablo. Sol quichua cundur, buitre Americano; Puñuni, dormir, que significa dormitorio del cóndor.

Teniendo también que nombrara otros cerros que adornan y rodean Alausí como lo son: Gampalá, Patarate, Danas y Llallaron.

e. Puente Negro

Es uno de los puentes, por donde pasa el ferrocarril, puente de estructura metálica, con una extensión de 70 m de largo, que hasta los momentos actuales se lo mantiene este tipo de pasos metálicos.

f. La Nariz de Diablo

Se encuentra ubicado a 11 Km. De la ciudad de Alausí su temperatura es de 14°C es un cerro muy importante cortado como cuchillas por el trabajo de apertura del ferrocarril; se llama así por su enorme dificultad que presentó la estructura de la vía por este sitio, así como la forma peculiar que tiene la roca.

g. La Laguna de Ozogoche

Está ubicada a 52 Km de la Ciudad de Alausí en la parroquia de Achupallas, a una altitud de 3740msnm y una temperatura de 6°C está formada por más de 45 lagunas, la más importante es la de Ozogoche o Cubillina, que tiene 5500m de largo por 1750m de ancho el nombre de Ozogoche viene del jibaro USHU QUE SIGNIFICA Glotón, deseoso de comer carne, y JUCHI estar solo, La etimología procede de una leyenda indígena, según la cual cuenta que algunas clases de aves migratorias conocidas en la región con el nombre de Cuvivi, durante los 15 días de Septiembre y todo el mes de Octubre llegan a la región y se arrojan voluntariamente a las aguas heladas de la laguna para morir allí; hecho que los nativos consideran un tributo suicida a las lagunas sagradas.

h. Atractivo de Huígra

Ubicada a 33 km. de Alausí a una altitud de 1400 msnm, en medio de un profundo cañón formado por el filo de Sigsipamba y la loma Nantza por donde corre el río Chanchán por medio pueblo, es conocida también como la “ eterna primavera”

por lo abrigado y benigno de su clima, donde se puede visitar la estación del ferrocarril, el parque, la gruta de la Virgen de Lourdes, y descansar en modestas hosterías, a este hermoso pueblo se puede llegar en vehículo o tren desde Alausí o Guayaquil es muy visitado en época de invierno de la Costa, y principalmente por extranjeros que llegan a conocer los secretos de la longevidad de sus habitantes.

i. Santa Rosa De Chicho Conchas Petrificada

“En la comunidad de Chicho Negro, ubicada a 3.995 m.s.n.m., en el sector de Ozogoché, existen varias conchas gigantes petrificadas y vestigios de moluscos marinos que encontrados en esta altura los hace únicos en el mundo. Además, se descubrió una amonita gigante que es una especie de caracol. Visite estos fósiles marinos de los Andes ecuatorianos.” (Gobierno Municipal de San Pedro de Alausí, 2015).

j. Estación Alausí

Desde la vieja casa de estación, sale los ferroviarios, visitan gran cantidad de pasajeros nacionales como extranjeros parecen que reviven los mejores tiempos del viejo ferrocarril, donde los turistas suben al techo de los vagones de carga para iniciar la marcha gradiente abajo; de pronto parece que el tren se sale de los rieles y vuela. Comienza el descenso en serpentín, llega a Chiripungo, la locomotora recupera energía y corre en busca de esa obra que hizo famoso al Presidente Eloy Alfaro.

El río se observa al fondo, llega a la montaña conocida con el nombre de Nariz del Diablo ¡y claro que se parece! Así lo ven los ojos que sufren el vértigo del viaje.

2.1.6.2. IGLESIAS

a. La Capilla del Colegio “San Francisco De Sales”

La construcción de la capilla de la comunidad de Hermanas Oblatas de San Francisco de Sales empezó en los años 1914 y 1915.

Los planos fuerondiseñados por la superiora, reverenda Madre María Esperanza de Godín, de Nacionalidad Alemana. Fue ella misma quien pintó los Ángeles actuales que están en la pared cerca del altar, era una gran Arquitecta y artista en pintura.

La capilla fue terminada totalmente en los años 1930 y 1935, es de estilo gótico. Los cuadros que representan las 15 estaciones del Vía Crucis y que están alrededor de la capilla fueron pintados en relieve por la Madre Josefina de Chontal Ormaza, hija de una distinguida familia Alauseña, ella realizó varias pinturas hermosas, lastimosamente en el terrible incendio del año 1947, todos estos cuadros fueron devorados por las llamas, como fue el museo considerado el segundo en el Ecuador.

El altar mayor fue construido por el EbonistaAlauseño, por el Sr. Meza; y las aplicaciones del altar fueron hechas por un carpintero de Riobamba.

Las bancas que hoy se encuentran, fueron hechas por el Sr. Arnulfo Arias, carpintero de Alausí y fueron donadas por la Sra. Elvia Estrada de Robayo ex alumna residente en la actualidad en los Ángeles (EE.UU).

Los vitrales actuales fueron retocados y pintados por el Sr.Ezequiel Palacios, también Alauseño. En Alausí y en colegio San Francisco de Sales se han educado la flor innata de Guayaquil y del Ecuador.

b. Iglesias matriz – central

Es la iglesia principal del cantón, ubicada en el parque 13 de noviembre, lugar donde se realizan los eventos religiosos importantes. Donde existe una placa de piedra que indica: iglesia ALAUSÍ, A CRISTO REY ABRIL 1934.

2.1.6.3. PARQUES

a. Parque 13 de noviembre.

Es considerado como uno de los mejores parques del País, atractivo turístico importante para sus pobladores y quienes lo visiten, lugar de paseo, de descanso. Su diseño anterior data del año de 1937, en los momentos actuales fue totalmente remodelado dando una nueva imagen; como lo es su monumento Central, cambiándole su busto por un monumento de una mujer agarrada la bandera de la Libertad como se puede apreciar en sus placas adornando sus cuatro lados: “LA LIBERTAD GUIANDO AL PUEBLO EL 13 DE NOVIEMBRE DE 1820= HOMENAJE A LA INDEPENDENCIA DE ALAUSÍ”.

En otra placa: ALAUSÍ “ENTRE RICOS DE LOS ANDES LA NATURA TE CREÓ...! PARA SER SU PRESTIGIO Y DE LA PATRIA BLASON...; CONCIUDADANOS NOSOTROS SOMOS ALAUSI...”.

b. Parque del niño

Dedicado este parque a los niños, cambiándole un niño sobre agua; por unos niños betuneros jugando a los toros, dándole esta obra de arte una nueva imagen a este rincón Alauseño.

Mencionando otros lugares, como atractivos turísticos; tenemos la PILETA, teniendo la forma de un parque ya que en los momentos actuales se lo cambio

el busto de José Antonio Pontón por el monumento a ELOY ALFARO por la razón que la avenida se llama 5 de junio en homenaje al liberalismo.

Adornando esta misma avenida, la plazoleta SIMÓN BOLÍVAR, lugar donde se realizan los eventos importantes en sus fiestas y otros.

Todo este cambio es a la visión artística de su alcalde William Palacios, digno Alauseño que ha logrado darle esta imagen a nivel nacional de este lindo cantón que por mucho tiempo lo han abandonado por los gobiernos de turno.

2.1.6.4. Fiestas y Tradiciones de Alausí

- Independencia 13 de Noviembre.
- Fiesta de San Pedro de Alausí, Patrono del cantón 25 de Junio.

2.1.6.5. Establecimientos que presta el servicio de Alojamiento y

Alimentación

- El Rosal ofrece alimentación y hospedaje.
- El Trigal ofrece alimentación y hospedaje.
- Hostal Panamericano ofrece alimentación y hospedaje.

2.1.6.6. Transporte del cantón Alausí

Transporte	Rutas
Transporte Alausí	Con destino a y desde: Riobamba, Quito, Guayaquil, Cuenca
Transporte Patria	Con destino a nivel Nacional
Cooperativa de Taxis Antonio Pontón	Localidad Riobamba – Alausí y sus alrededores
Cooperativa TIA (camionetas)	Guayaquil – Alausí Cuenca

Elaborado por: Maggi, B. 2014

2.1.6.7. Agencias bancarias del cantón Alausí

- Banco de Fomento
- Banco de Guayaquil
- Cooperativa de Ahorros y Créditos Riobamba Ltda.
- Cooperativa de Ahorros y Créditos Acción Rural.

2.1.6.8. Gastronomía de Alausí

Es importante la gastronomía que existe en este cantón Alausí por parte de los propietarios de restaurantes como podemos destacar los siguientes:

- Pechuga a la plancha
- Churrasco
- Gordon blue de pollo
- Spaguetti
- Camarones a la plancha
- Quimbolito con leche
- Lomo de res apanado
- Camarones apanados
- Parrilladas
- Cuarto de pollo asado en leña
- Café con humitas
- Filetes de tilapia en salsa de naranja
- Corvina apanada
- Bistec de res

Importantes servicio de alimentación que prestan los lugares turísticos de Alausí, entre ellos:

- Batido de frutilla
- Habas con queso
- Dulce de higo
- Sanduche de jamón

La comida que se expende en el cantón Alausí es comida ecuatoriana, debido a la demanda de turista nacional y extranjero que visita el lugar.

Alausí se ha convertido en el centro de degustación de la comida Ecuatoriana tanto de la Costa, Sierra y Oriente.

a) MARCO LEGAL

2.1.6.9. LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

2.1.6.10. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la Republica, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes.

- Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.
- Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos de óptima calidad y a elegirlos con libertad.
- Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.
- Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios,

características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieron prestar.

- Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales; (Ley Orgánica de Defensa del consumidor, 2000)

2.1.7.1. LEY 97 DEL MINISTERIO DE TURISMO: REGISTRO OFICIAL SUPLEMENTO 733 DE 27-DIC-2002

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

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

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos, normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá: a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley; b. Dar publicidad a su categoría; c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento; d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite

la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos. (Ministerio de Turismo, 2008)

2.1.7.2. PLAN DEL BUEN VIVIR

Desde una perspectiva social el marco legal según el objetivo 7 del PNBV 2013-2017 y su política 7.2; 7.5 Mejorar la calidad de vida de la población, factores que se asocian al bienestar, la felicidad y satisfacción individual y colectiva, con la prestación de servicios de atención que componen el Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social. (Asamblea Ciudadana Plurinacional e Intercultural, 2013)

La perspectiva del gobierno a través de la implementación de políticas mejorará el servicio que presta, garantizando la equidad del buen trato y brindando servicios eficientes generando una satisfacción plena a la población.

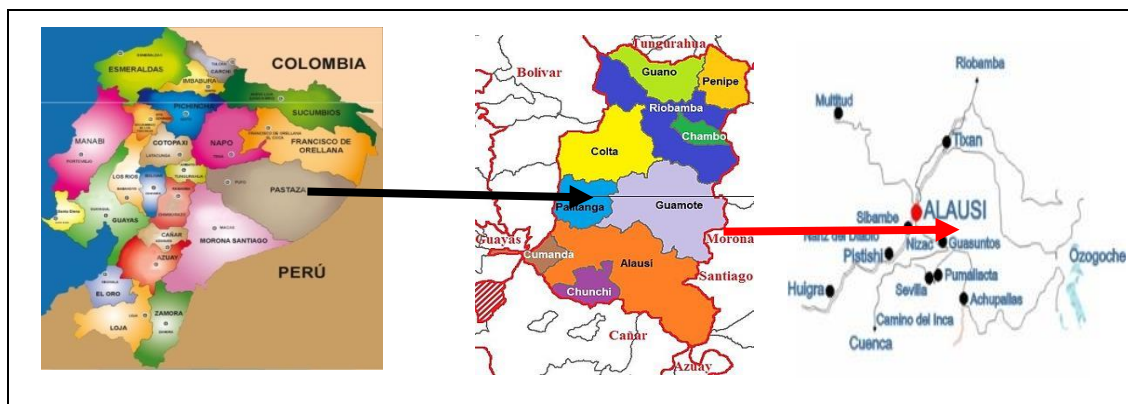
IV. METODOLOGÍA

A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

Localización:

Esta investigación se llevó a cabo en los 14 restaurantes y 6 centros turísticos abalados por el ministerio de Turismo de la parroquia Urbana del cantón Alausí provincia de Chimborazo.

Gráfico 3 Localización cantón Alausí



Fuente: <http://www.funcionjudicial-chimborazo.gob.ec/>

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Temporalización:

El presente trabajo tuvo una duración de 6 meses desde octubre 2014 a marzo 2015.

B. VARIABLES

1. Identificación.

➤ **Variable Independiente.**

Turismo Gastronómico del cantón Alausí.

➤ **Variable Dependiente.**

a. Categorías

b. Guía Gastronómica

2. Definición

Variable Independiente.

Turismo Gastronómico del cantón Alausí.- Es el conjunto de relaciones y fenómenos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio; degustando y conociendo los platos típicos de las regiones.

Variable Dependiente.

Categorías.-Rango definido por este Reglamento a fin de diferenciar las condiciones de infraestructura, equipamiento y servicios que deben ofrecer los restaurantes, de acuerdo a los requisitos mínimos establecidos. Puede ser de cinco (5), cuatro (4), tres (3), dos (2) o un (1) Tenedor. (Decreto Supremo N^o 025-2004-MINCETUR, 2004, pág. 2)

Guía Gastronómica.- Son documento especializados donde se exhiben los tipos de productos y servicios que ofrece un lugar, en el que incluye un listado de información donde se detallan una variedad de platos. (Armendariz Sanz, 2013, pág. 18)

3. Operacionalización de variable

VARIABLE	ESCALA	INDICADOR
<p>INDEPENDIENTE</p> <p>Turismo Gastronómico del cantón Alausí</p>	<p>Demografía</p> <p>Localización</p> <p>Hábitos Gastronómicos</p>	<p>Sexo</p> <p>Edad</p> <p>Ocupación</p> <p>Lugar</p> <p>Zona Comercial</p> <p>Tipos de Comida</p> <p>Cantidades de comida</p> <p>Costo por plato</p> <p>Costo por bebida</p>
<p>DEPENDIENTE</p> <p>Categorías</p> <p>Guía Gastronómica</p>	<p>Primera Categoría</p> <p>Segunda Categoría</p> <p>Tercera Categoría</p> <p>Cuarta Categoría</p> <p>Restaurantes</p> <p>Lugares Turísticos</p>	<p>Personal capacitado</p> <p>Decoración, vajilla y menaje de primera calidad</p> <p>Personal uniformado</p> <p>Capacidad del establecimiento</p> <p>Decoración, vajilla y menaje de calidad</p> <p>Comedor con superficie por cliente adecuada</p> <p>Teléfono para uso público</p> <p>Decoración, vajilla y menaje sencillos en buen estado</p> <p>Teléfono público</p> <p>Decoración, vajilla y menaje sencillos</p> <p>Inocuidad de los alimentos</p> <p>Plato estrella</p> <p>Espacios Naturales</p> <p>Afluencia de turistas nacionales y extranjeros</p>

Elaborado por: Maggi, B. 2014

C. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo descriptivo, que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

También se empleó la Investigación de “Campo”, que está aplicada para comprender y resolver las necesidades o problemas en un contexto determinado del cual se obtuvieron datos relevantes a ser analizados.

- **DISEÑO**

El diseño de la investigación es no experimental, porque no se manipulará la información, es decir, se trata de un estudio donde se identificará el número de restaurantes y lugares turísticos de la zona, se describirá de manera cuantitativa los hechos, es de corte transversal porque la información se recopiló en un periodo de tiempo.

D. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población para esta investigación estuvo conformada por los propietarios de los restaurantes y administradores de los centros turísticos del cantón Alausí.

El muestreo que se utilizó son los 14 restaurantes y 6 lugares turísticos que están abalados por el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Patrimonio que se detallan a continuación:

RAZÓN SOCIAL	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Mesón Del Tren	Cortez Nancy Rosario	Ricaurte y Eloy Alfaro	2930-557
Punta Bokana Café	Santander Antonio	Ricaurte y Antonio Mora	
El Cisne 1	Parada Lara Laura	5 de Junio y 9 de Octubre	2931-968
El Cisne 2	Parada Lara Laura	Panamericana Sur vía a Chuchí	2931-968
CafeteríaKassandra	Tucar Gilberto	Av. 5 de Junio	
Don Fausto	Silva Fausto	Panamericana Sur vía Chuchí	2930-290
Flamingo	García Carmen	9 de Octubre y Antonio Mora	2930-367
El Rosal	Sánchez Arcos Miriam	Av. 5 de Junio y Ricaurte	2931-582
Asadero Kenn Jhonny	Tixi Cortez Juan	García Moreno y Chile	2930-133
Chifa Pekin	Bin Yuan	Esteban Orozco y 5 de Junio	2931-969
Café Del Tren	Medina Nioma	Av. Eloy Alfaro y Sucre	
Bukardia	Alex Zuñiga	Guatemala107	2930-426
Panamerico Hostal	Santamaría Luis	Av. 5 de Junio y de Octubre	2930-278
El Trigal	Andrade Victor	Av. 5 de Junio diagonal al municipio	

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2014)

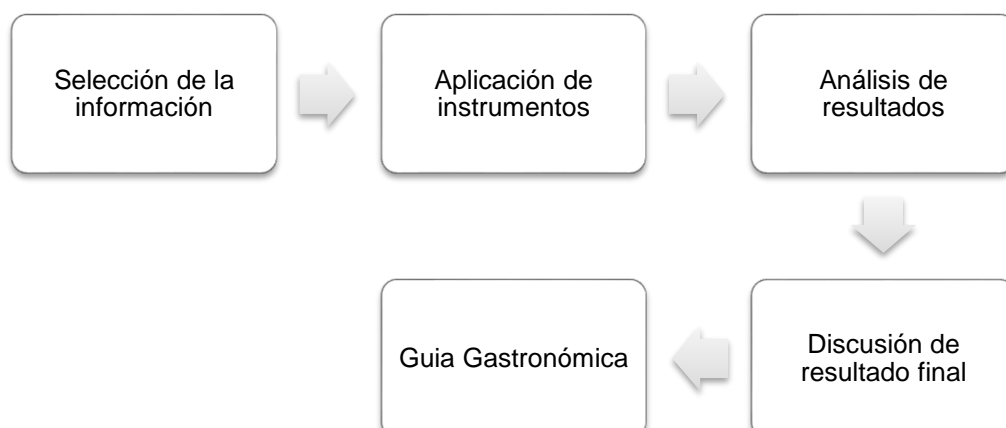
Elaborado por: Maggi, B. 2014

RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
Nariz del Diablo	Parroquia Pistishi
Puente Negro	Parroquia Matriz Alausí
Laguna de Ozogoché	Parroquia de Achupallas
Monumento San Pedro	Parroquia Matriz Alausí
Reloj Público	Parroquia Matriz Alausí
Iglesia la Matriz	Parroquia Matriz Alausí

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2014)

Elaborado por: Maggi, B. 2014

E. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS



Elaborado por: Maggi, B. 2014

1. Selección de la información.

Se recopiló información de los 14 restaurantes y 6 lugares turísticos del Cantón Alausí.

2. Aplicación de instrumentos.

Los instrumentos que se utilizaron fueron:

a.- Encuesta: La encuesta permitió conocer los puntos de vista de los establecimientos (restaurantes) e identificar los parámetros para la categorización. Ver anexo N° 03.

b.- Ficha de Observación: Las fichas de observación permitieron registrarla información general de los lugares turísticos. Ver anexo N° 04.

3. Análisis de resultados:

El análisis del resultado obtenido del trabajo de campo es un proceso que se desarrolla en dos etapas. Primero, indagar para luego, analizar y tabular la información a través de cuadros estadísticos (Morningstar, 2014).

4. Discusión de resultado final:

Se entrelaza los datos y resultados que se encontraron en la investigación con los datos o información de la base teórica y los antecedentes. Así, la discusión de resultados consiste en explicar los resultados obtenidos y comparar con datos conseguidos por otros investigadores, es una evaluación crítica de los resultados desde la perspectiva del autor tomando en cuenta los trabajos de otros investigadores y el propio (Campsil, 2011).

5. Guía gastronómica

Es el documento escrito donde se exhibieron los tipos de productos y servicios de alimentación y centros turísticos que ofrece el cantón Alausí, en el que

Incluye un listado de información donde se detallan una variedad de platos.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se analizó cada uno de los 14 restaurantes y 6lugares turísticos del cantón Alausí, se utilizó para la categorización las normas y exigencias establecidas por la legisladora de la Organización Mundial del 16 de marzo de 1965(O.M.)

A. Interpretación de datos estadísticos

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN ALAUSÍ.

1. Indique su género

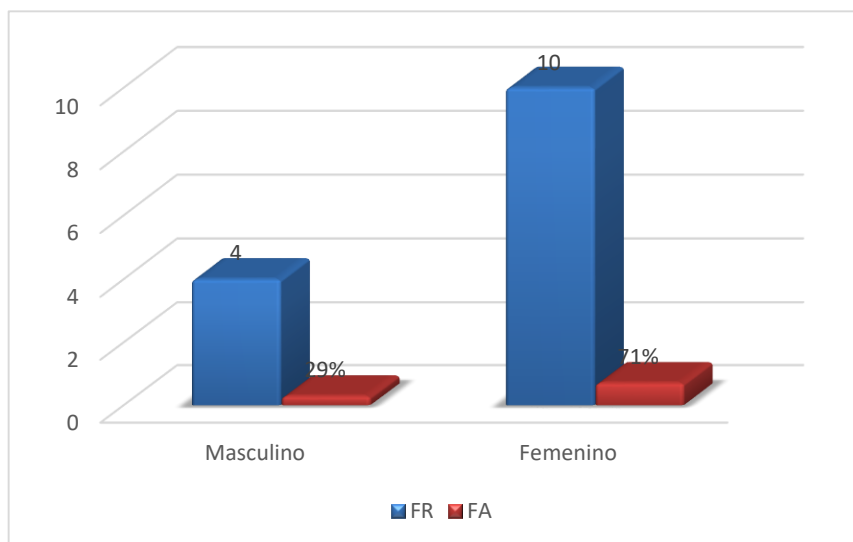
Tabla 1 Género

Genero	FR	FA
Masculino	4	29%
Femenino	10	71%
Total	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 4 Género



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

De las encuestas aplicadas se observa que el 71% corresponde al sexo femenino, mientras que el 29% al sexo masculino.

El género es una clasificación que se encuentra jerárquicamente entre la especie y la familia, la rama alimenticia está dada con mayor frecuencia por el sexo femenino que se ha visto reflejado en el arte gastronómico, siendo esta una actividad más representativa por la mujer, la intervención en las actividades culinarias es de suma importancia ya que por medio de su sencillez y creatividad expresan al cliente un servicio ético y de calidad principal fuente de atracción para que el consumidor regrese.

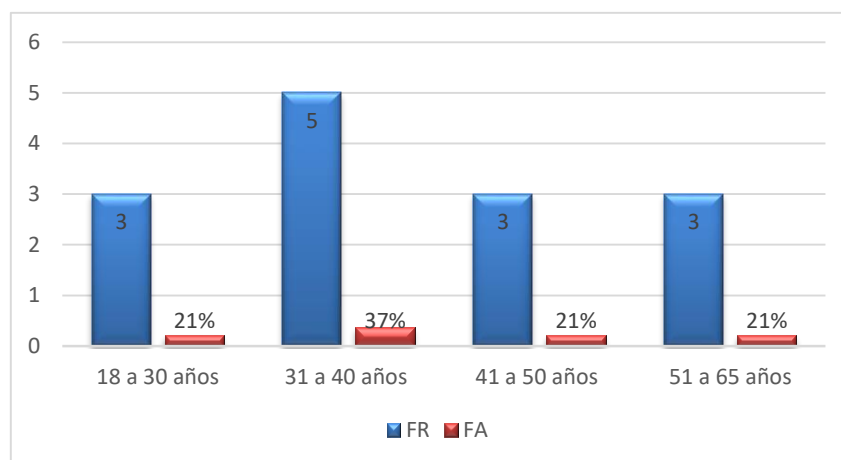
2. Edad a la que pertenece

Tabla 2 Edad

Rango de edad	FR	F A
18 a 30 años	3	21%
31 a 40 años	5	37%
41 a 50 años	3	21%
51 a 65 años	3	21%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014
Elaborado por: Maggi, B. 2014.

Gráfico 5 Edad



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014
Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 37% de los propietarios o administradores de los restaurantes es de 31 a 40 años de edad, mientras que el 21% corresponde al resto de edades.

La edad es un tiempo transcurrido a partir del nacimiento de un individuo y esta es dividida en varias etapas, personas que son económicamente activos, es decir tiene la capacidad y experiencia para desenvolverse eficazmente en cualquier área de trabajo que lo designe, de este modo tomar decisiones seguras que no repercutan en el desarrollo del establecimiento.

3. ¿Qué tipo de servicio ofrece su establecimiento?

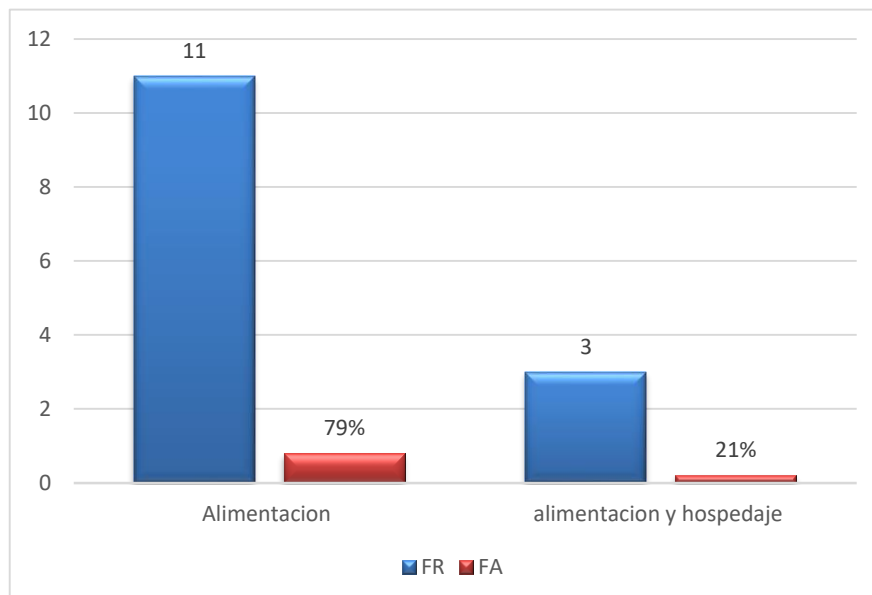
Tabla 3 Tipo de servicio

Servicios	FR	FA
Alimentación	11	79%
Alimentación y hospedaje	3	21%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 6 Tipo de servicio



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 79% de los restaurantes ofrecen alimentación mientras que el 21% brindan el servicio de alimentación y hospedaje.

Los turistas que visitan Alausí son personas pasajeras con una buena capacidad de consumo alimenticio, por tal motivo existe la mayoría de restaurantes que ofrecen solo alimentación, complementando este como un factor relevante a la hora de satisfacer las necesidades al turista considerando así como un eje principal para el desarrollo económico de los establecimientos y del cantón, mientras que los restaurantes que ofrecen hospedaje obtiene una ventaja por prestar un servicio adicional ya que es un punto muy conveniente para la satisfacción del turista.

4. ¿Cuenta con línea telefónica?

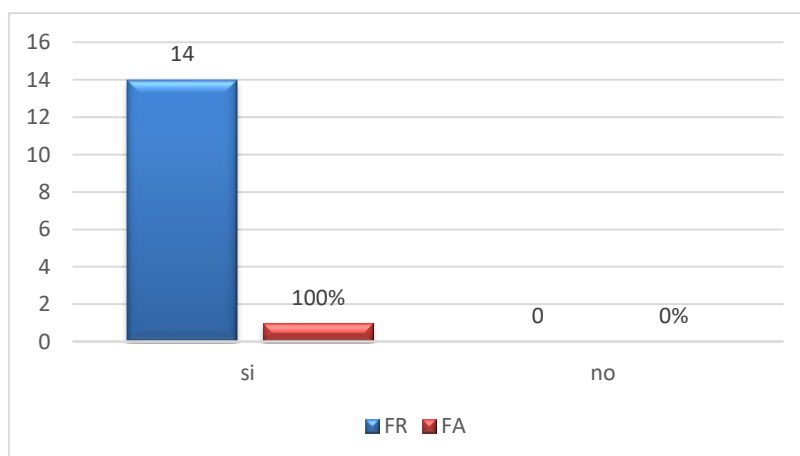
Tabla 4 Tiene teléfono

Cuenta con línea telefónica	FR	FA
Si	14	100%
No	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 7 Tiene teléfono



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

EL 100% de los restaurantes cuentan con línea telefónica ya que se ha convertido en una necesidad del cliente de esta manera se puede decir que todos los restaurantes facilitan este servicio dándole mayor confort y prestigio al sector turístico.

La línea telefónica es un circuito eléctrico de un sistema de telecomunicaciones se refiere a un cable físico o un medio de transmisión y tiene único número de teléfono. La prestación de servicio telefónico en los restaurantes es un requerimiento que es tomado en consideración al momento de la categorización del mismo.

5. ¿Cómo considera Ud. el estado de conservación de su restaurante?

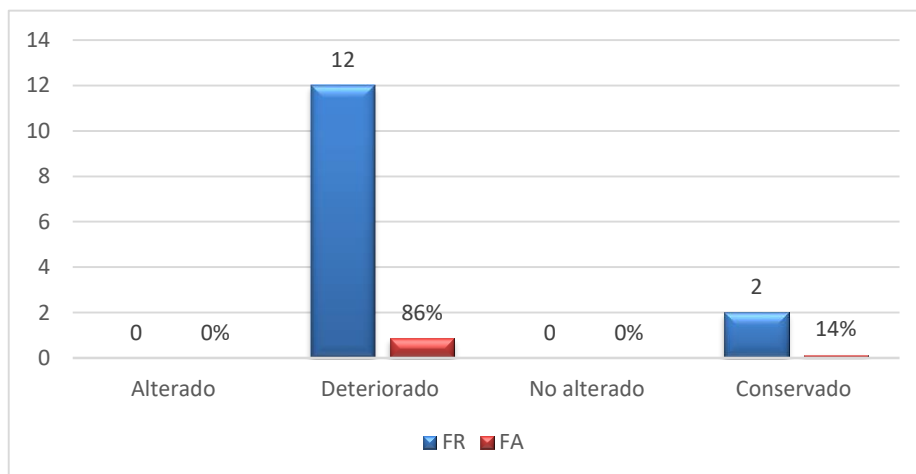
Tabla 5 Estado de conservación i

Infraestructura	FR	FA
Alterado	0	0%
Deteriorado	12	86%
no alterado	0	0%
conservado	2	14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 8 Estado de conservación



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 86% de los restaurantes se encuentra en estado deteriorado mientras que el 14% se encuentra en estado conservado.

El estado de conservación es una prevención de un lugar o cosa en el presente o en el futuro en el cantón Alausí casi en su totalidad los restaurantes se encuentran en estado deteriorado siendo un gran problema para los turistas que visitan dicho cantón, ya que es la clave del éxito y la carta de presentación de un buen servicio.

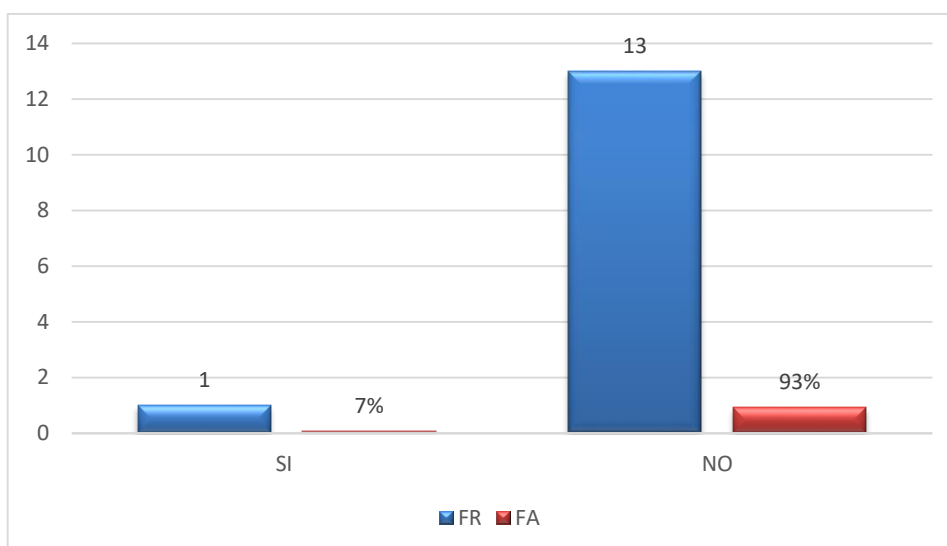
6. ¿Cuenta con personal capacitado?

Tabla 6 Personal capacitado

Categoría	FR	FA
SI	1	7%
No	13	93%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014
Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 9 Personal capacitado



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014
Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 7% de los restaurantes cuentan con personal capacitado mientras que el 93% no lo tienen.

La capacitación es el desarrollo del personal en una actividad organizada para mejorar la actitud, conocimiento, habilidades y conductas

Alausí por ser un cantón pequeño y la falta de conocimiento todos sus restaurantes cuentan con personal capacitado, esto se debe a que no existe personal que ofrezcan campañas de capacitación.

El personal capacitado confirma la calidad del servicio, el no contar con ello el restaurante podría sufrir pérdida de clientes por una mala atención.

7. ¿Cuál es su forma de pago?

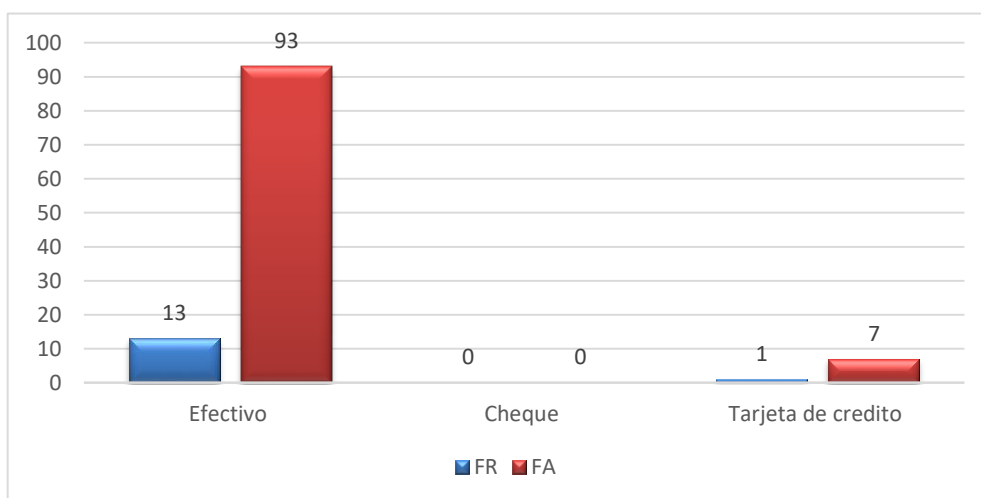
Tabla 7 Forma de pago

Forma de pago	FR	FA
Efectivo	13	93%
Cheque	0	0%
Tarjeta de crédito	1	7%
Total	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 10 Forma de pago



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En Alausí el 93% de los establecimientos realizan sus cobros en efectivo mientras que el 7% tienen el servicio extra de tarjeta de cobro.

La forma de pago en efectivo es considerado como un medio de liquidez utilizado en toda la sociedad porque es muy indispensable al momento de realizar una compra. Este flujo sirve como modalidad interna para las compras de alimentos y bebidas A&B garantizando de esta manera sus ingresos y evitando posibles pérdidas a estos establecimientos. El cobro con tarjeta de crédito es un servicio adicional viéndolo como un factor positivo para el turista ya que le da mayor comodidad y seguridad, evitándole transitar con altas cantidades de dinero.

8. ¿Cuenta su restaurante con plato estrella?

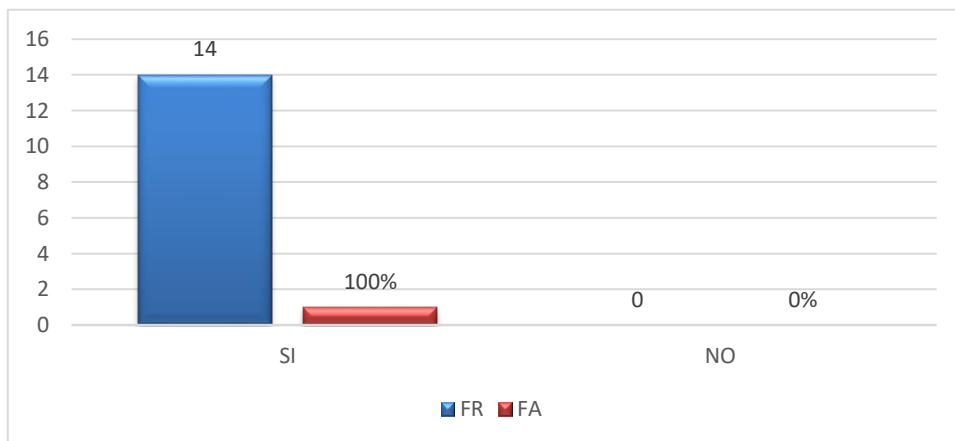
Tabla 8 Plato estrella

Plato emblemático	FR	FA
Si	14	100%
No	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 11 Plato estrella



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 100% de los restaurantes cuentan con su plato estrella.

El plato estrella es toda garantía que ofrece un restaurante a la hora de tomar una decisión de donde ir a comer, la especialización ha permitido identificar y diferenciara cada uno de ellos en el arte gastronómico, ofreciendo al turista un plato de alta calidad e innovador degustando una alimentación variada y nutritiva. De esta manera los visitantes tienen la experiencia de disfrutar de estos alimentos a través de su plato estrella que presentan; en especial con insumos regionales para salvaguardar la cadena de valor.

9. Indique el número de tenedores

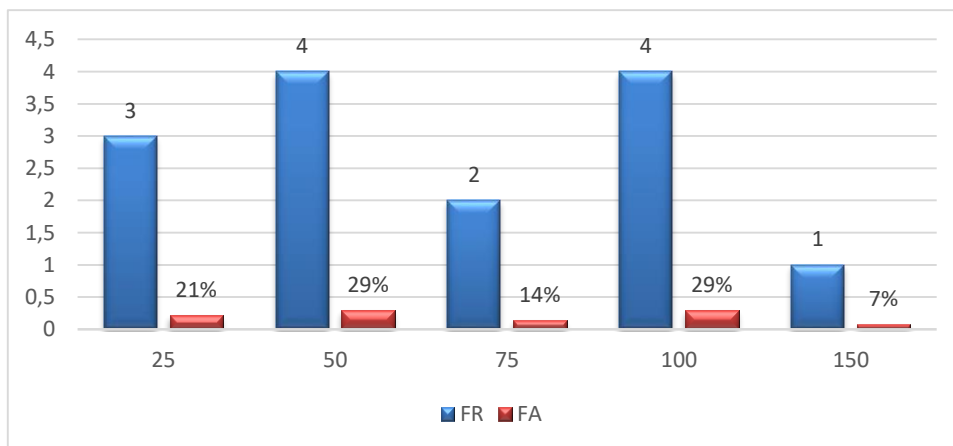
Tabla 9 Número de tenedores

Capacidad	Fr	Fa
25	3	21%
50	4	29%
75	2	14%
100	4	29%
150	1	7%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 12 Número de tenedores



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 29% de los restaurantes tienen la capacidad para 100 personas, mientras que el 7% para 150 personas.

La capacidad es la facultad de albergar ciertas cosas dentro de un lugar determinado para evitar ciertas aglomeraciones.

Los restaurantes de Alausí, está dado por la infraestructura con la que cuenta, considerando que en este cantón existe un gran número de establecimientos, es así que 1 restaurante tiene la capacidad de 150 tenedores nombrando a este como el más grande de Alausí siendo uno de los establecimientos que es más concurrido por los visitantes nacionales y extranjeros.

10. ¿Cómo considera usted estado de menaje de su restaurante?

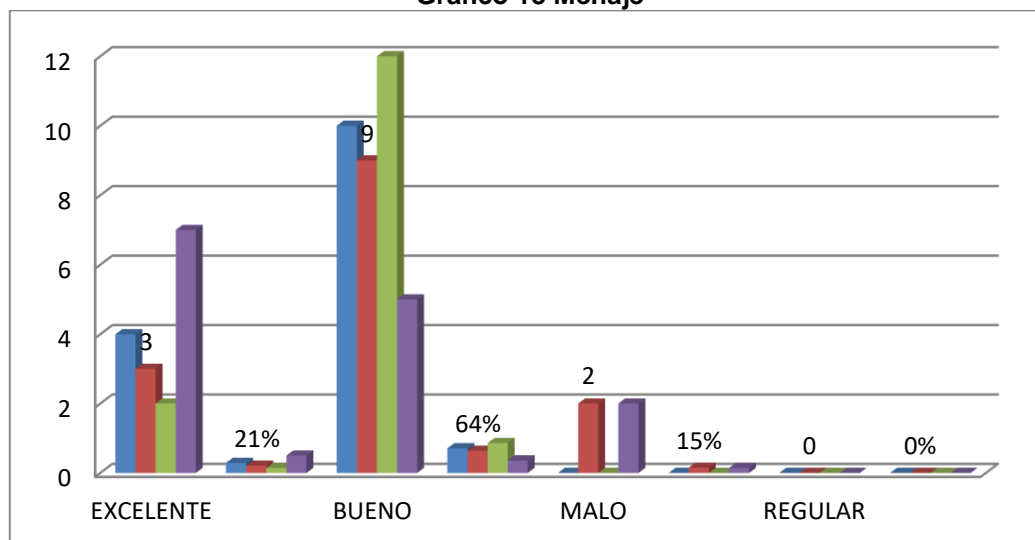
Tabla 10 Menaje

VARIABLE	EXCELENTE		BUENO		MALO		REGULAR		TOTAL	TOTAL
	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA
Vajilla	4	29%	10	71%	0	0%	0	0%	14	100%
Cristalería	3	21%	9	64%	2	15%	0	0%	14	100%
Cubertería	2	14%	12	86%	0	0%	0	0%	14	100%
Diseño de interior	7	50%	5	36%	2	14%	0	0%	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 13 Menaje



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 86% de los restaurantes cuentan con su menaje en buen estado, mientras que el 14% excelente.

El menaje es un conjunto de muebles, utensilios y demás objetos necesarios dentro de una casa o un establecimiento.

Los restaurantes del cantón Alausí de acuerdo a la categorización se puede manifestar que poseen cubertería, cristalería, utensilios en buen estado, este menaje con el que cuenta cada establecimiento está adecuado para brindar un servicio de primera a sus clientes, de esta manera el turista puede elegir a plenitud cualquier tipo de restaurante.

11. Requerimiento del restaurante para su respectiva categorización

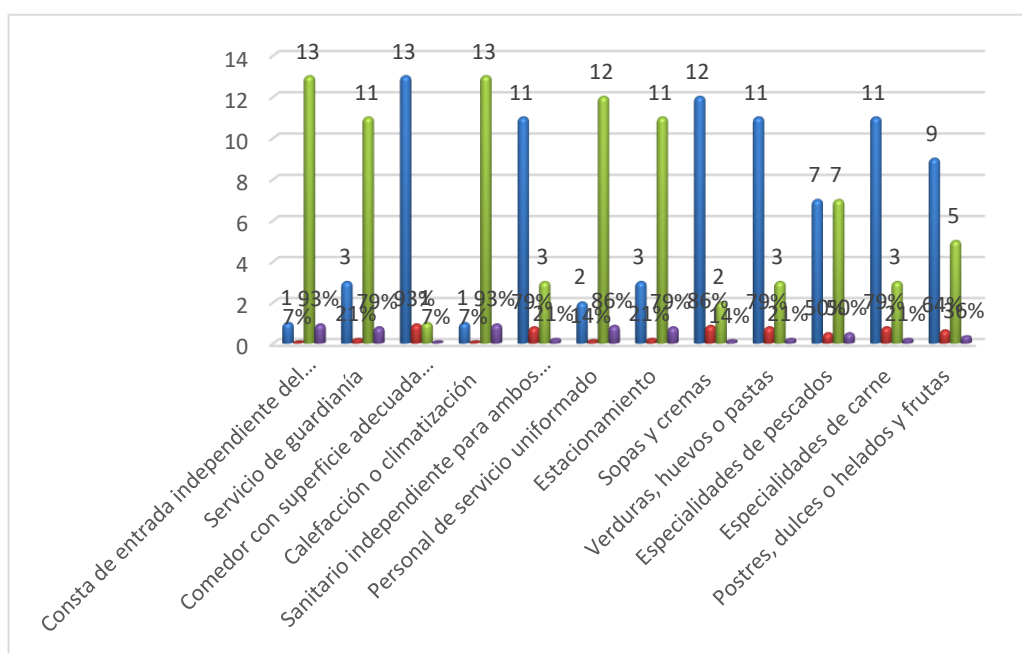
Tabla 11 Categorización del restaurante

VARIABLE	SI		NO	
	FR	FA	FR	FA
Consta de entrada independiente del personal de trabajo	1	7%	13	93%
Servicio de guardianía	3	21%	11	79%
Comedor con superficie adecuada por cliente	13	93%	1	7%
Personal capacitado	1	7%	13	93%
Sanitario independiente para ambos sexos	11	79%	3	21%
Personal de servicio uniformado	2	14%	12	86%
Estacionamiento	3	21%	11	79%
Sopas y cremas	12	86%	2	14%
Verduras, huevos o pastas	11	79%	3	21%
Especialidades de pescados	7	50%	7	50%
Especialidades de carne	11	79%	3	21%
Postres, dulces o helados y frutas	9	64%	5	36%
TOTAL	113		55	

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 14 Categorización del restaurante



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014
Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 93% de los restaurantes cuentan con comedor con superficie adecuada por cliente, mientras que el 7% no lo tienen.

Para la categorización del restaurante se utilizó los parámetros exigidos por la legisladora de la Organización Mundial del 16 de marzo 1965(O.M.) cuentan así con entrada de personal, servicio de guardiana, comedor con superficie adecuada por cliente, sanitario independiente para ambos sexos.

Su personal amable, uniformado, adecuado y cortés para su plena satisfacción, esto hace que los clientes siempre quieran volver a elegir estos lugares porque cada día los comensales son más exigentes garantizándolos a estos un servicio de calidad

12. ¿Qué tipo de comida ofrece su restaurante?

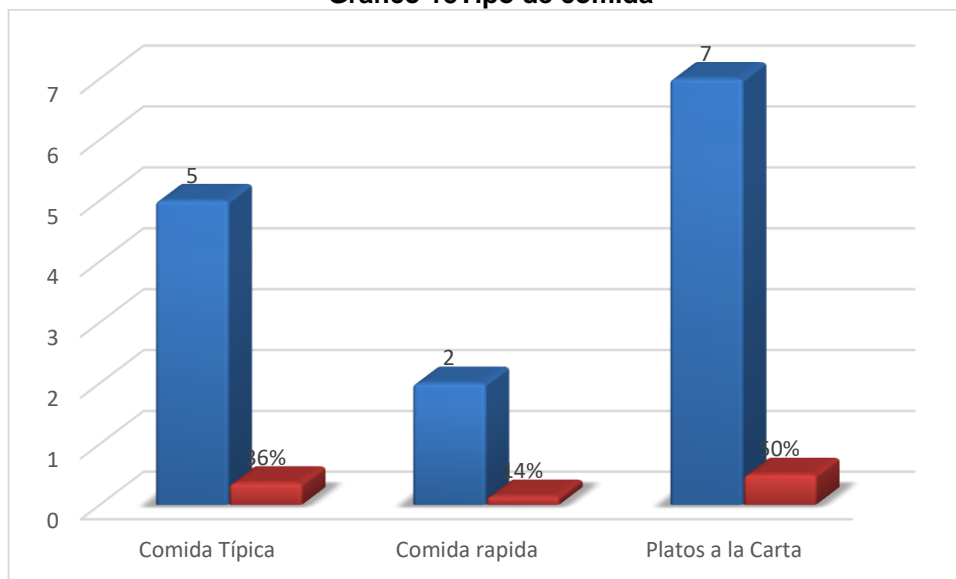
Tabla 12 Tipo de comida

VARIABLE	FR	FA
Comida Típica	5	36%
Comida Rápida	2	14%
Platos a la Carta	7	50%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 15 Tipo de comida



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 50% de los restaurantes ofrecen platos a la carta, mientras que solo el 14% ofrece comida rápida.

La comida o alimento es toda materia comestible para el ser vivo.

Los restaurantes del cantón Alausí en su mayoría ofrecen platos a la carta esto se debe a que existe muchos turistas nacionales y extranjeros, cabe resaltar que no expenden mucha comida propia del sector.

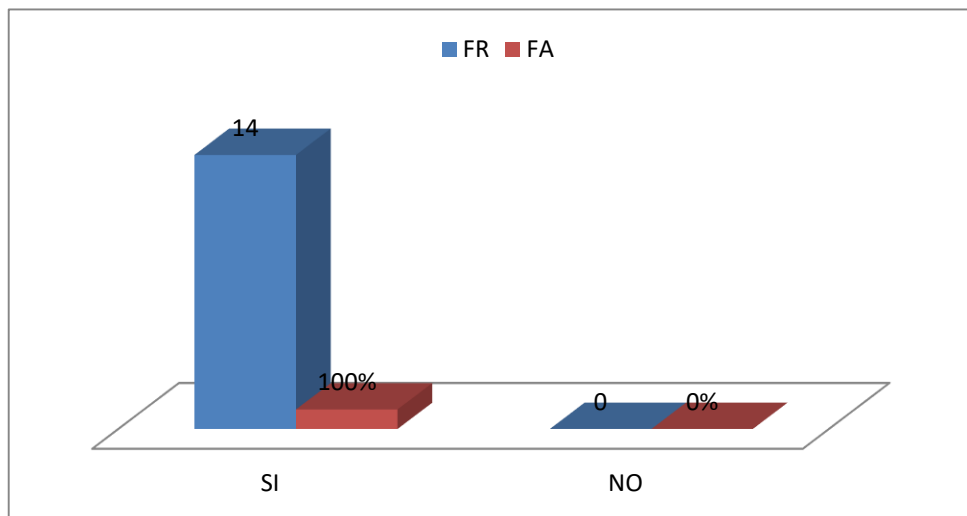
13. ¿Está de acuerdo que se elabore una guía gastronómica para el cantón Alausí?

Tabla 13 Elaboración de una guía gastronómica

Categoría	FR	FA
Si	14	100%
No	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014
Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 16 Elaboración de la guía gastronómica



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014
Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 100% de la población está de acuerdo que se elabore la guía gastronómica

La cual es un documento donde se exhiben todos los tipos de productos elaborados de un restaurante, como también los lugares turísticos de un sector determinado.

La creación de una guía gastronómica para el cantón Alausí permitirá realzar la cultura culinaria, dando a conocer todos los restaurantes y lugares turísticos del sector, ofreciendo una variedad de platos, elaborados con productos propios del

sector, dando así mayor rentabilidad a los dueños de los establecimientos que estén dentro de esta guía.

Proporcionando el crecimiento económico del cantón y por ende la demanda de turistas nacionales y extranjeros los cuales accederán a un servicio de calidad.

FICHA DE OBSERVACIÓN APLICADA A LOS LUGARES TURÍSTICOS

1. Tipo de servicios que ofrece el Atractivo turístico

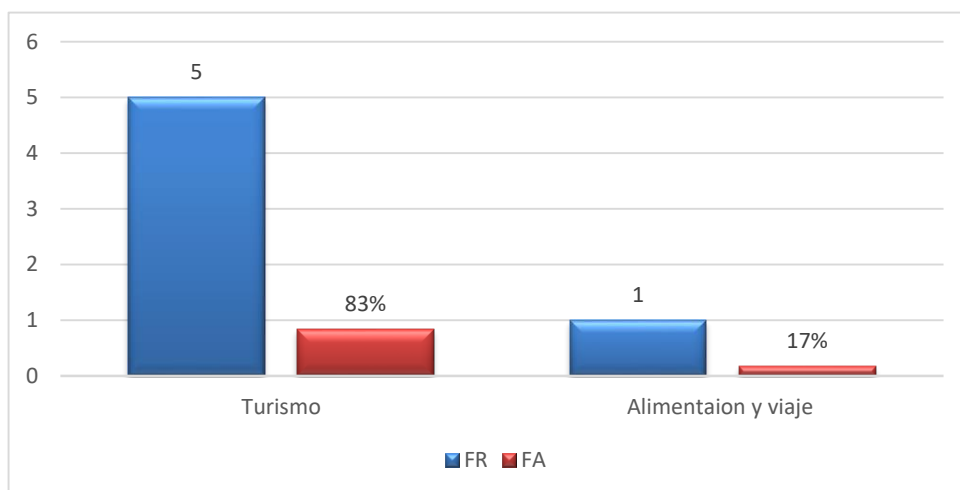
Tabla 14 Tipo de servicio

VARIABLE	FR	FA
Turismo	5	83%
Alimentación y viaje	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 17 Tipo de servicio



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 86% de los lugares turísticos ofrecen turismo, mientras que solo el 17% presta el servicio de alimentación y viaje.

El turismo es una actividad recreativa que consiste en recorrer un lugar determinado o un país, de acuerdo a la plena satisfacción del turista

El servicio más relevante y notorio que presta Alausí a sus visitantes corresponde al turismo, dando impulso a incentivar la visita a dicho cantón, ya que este cuenta con un variado repertorio de lugares turísticos y atractivos para el visitante lo que incrementa como factor principal en la economía y desarrollo.

2.- Estado de conservación del sector turístico.

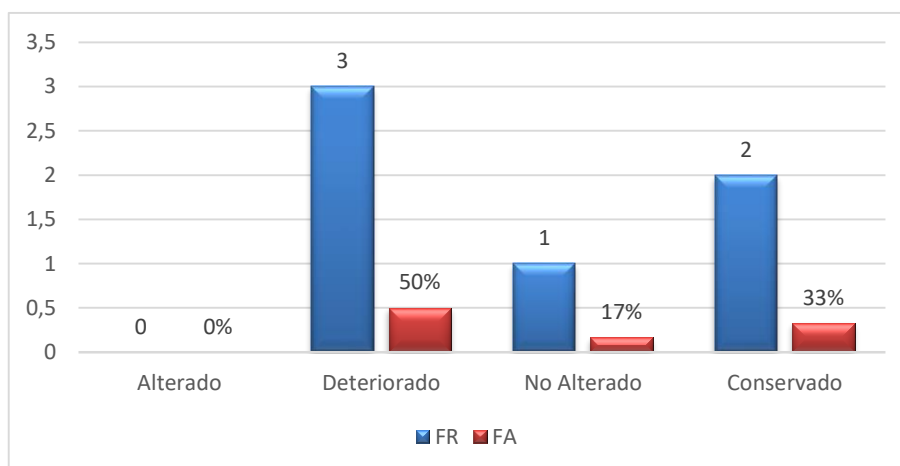
Tabla 15 Estado de Conservación

Conservación	FR	FA
Alterado	0	0%
Deteriorado	3	50%
No Alterado	1	17%
Conservado	2	33%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 18 Estado de conservación



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 50% de los lugares turísticos se encuentran en estado deteriorado, mientras que el 17% se encuentra en estado no alterado.

La conservación es la acción y efecto de cuidar, mantener, proteger un lugar turístico ya que apunta a garantizar la subsistencia y de esta manera ayudamos a evitar la contaminación.

Se observa que en su mayoría los lugares turísticos no se encuentran en estado de conservación óptimo. Siendo esto un problema para el atractivo natural ya que depende de un turismo sostenible y responsable.

3.- Infraestructura vial y de acceso; estado de las vías (Turismo).

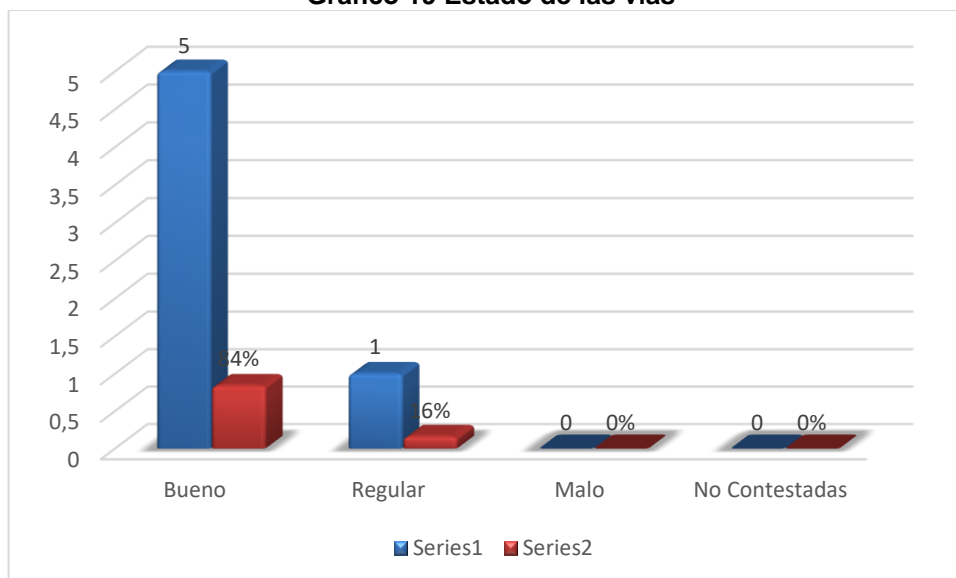
Tabla 16 Estado de las vías

Categorización	FR	FA
Bueno	5	84%
Regular	1	16%
Malo	0	0%
No Contestadas	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 19 Estado de las vías



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 84% de las vías se encuentran en buen estado, mientras que solo el 16% se hallan en estado regular.

La mayoría de las vías de Alausí se encuentran en buen estado lo que nos ayuda a incentivar la visita de turistas nacionales y extranjeros a dicho cantón repercutiendo positivamente en el sector turístico y económico.

Al conservar las vías en buen estado nos ayuda a mantener una excelente comunicación social, comercial y principalmente a mantener los vehículos en perfectas condiciones y así evitar accidentes de tránsito.

4.- ¿Qué medio de transporte es el más utilizado para llegar al cantón Alausí?

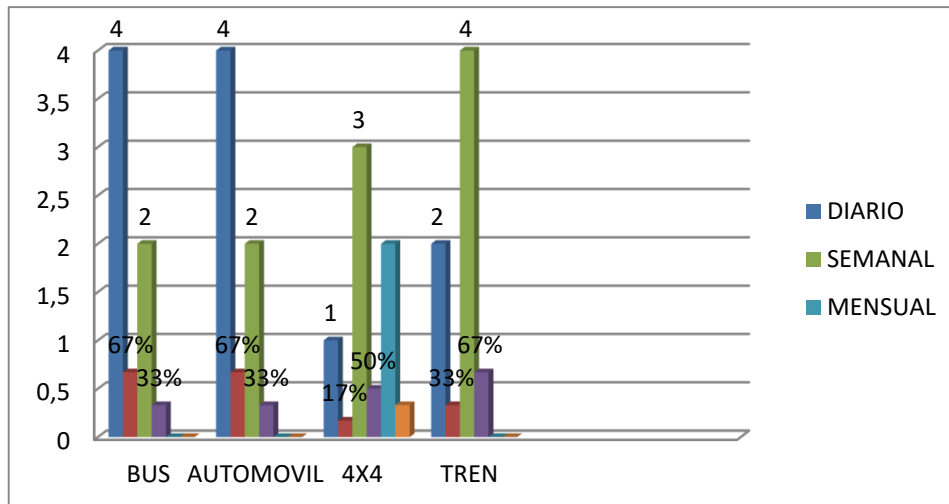
Tabla 17 Transporte-frecuencia

TIPO DE TRANSPORTE	DIARIO		SEMANTAL		MENSUAL	
	FR	FA	FR	FA	FR	FA
Bus	4	67%	2	33%	0	0%
Automóvil	4	67%	2	33%	0	0%
4x4	1	17%	3	50%	2	33%
Tren	2	33%	4	67%	0	0%
TOTAL	11		11		2	0%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 20 Transporte-frecuencia



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 67% de la población acude en bus al lugar turístico, mientras que el 17% acude en su vehículo particular.

El servicio de transporte en Alausí que colabora con la movilidad corresponde a buses, automóviles y vehículos 4x4 con una frecuencia diaria, para el cantón

Alausí cuenta con movilidad interna y de uso diario, existiendo auge los fines de semana por el mismo hecho que el cantón acoge a turistas nacionales y extranjeros. Cabe recalcar que el servicio del tren es netamente turístico ya que ofrece tours a la Nariz del Diablo y a Huígra.

5.- El lugar turístico está afiliado a una Agencia de viajes.

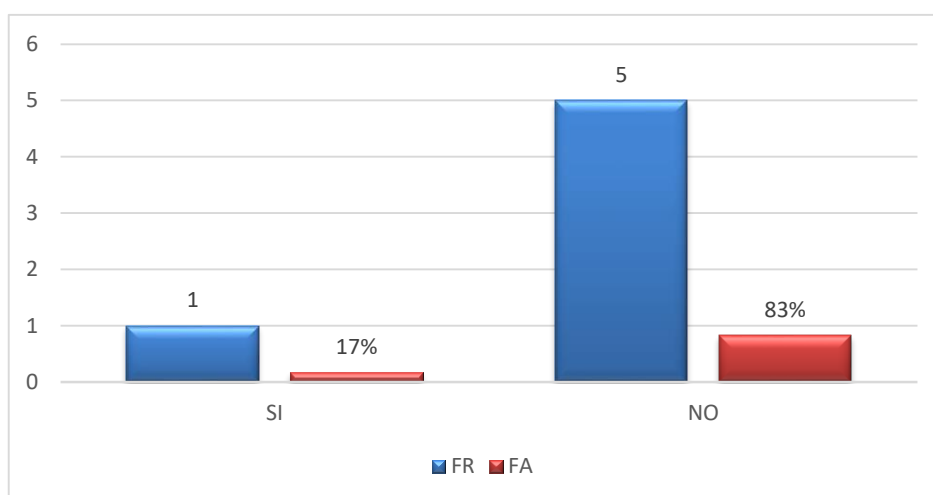
Tabla 18 Agencia de viajes

Agencia de viajes	FR	FA
si	1	17%
no	5	83%
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 21 Agencia de viajes



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 17% de los lugares turísticos está afiliado a una agencia de viaje, mientras, que el 83% no está inclinado. En el cantón Alausí existe un centro turístico que tiene relación con agencia de viajes, lo cual permite el acceso a información del turista para disfrutar de los servicios que este ofrece.

Cabe reiterar que los cinco lugares turísticos no tienen relación con ninguna agencia de viajes existiendo una falta de promoción afectando económicamente al sector turístico.

6.- Infraestructura básica del sector

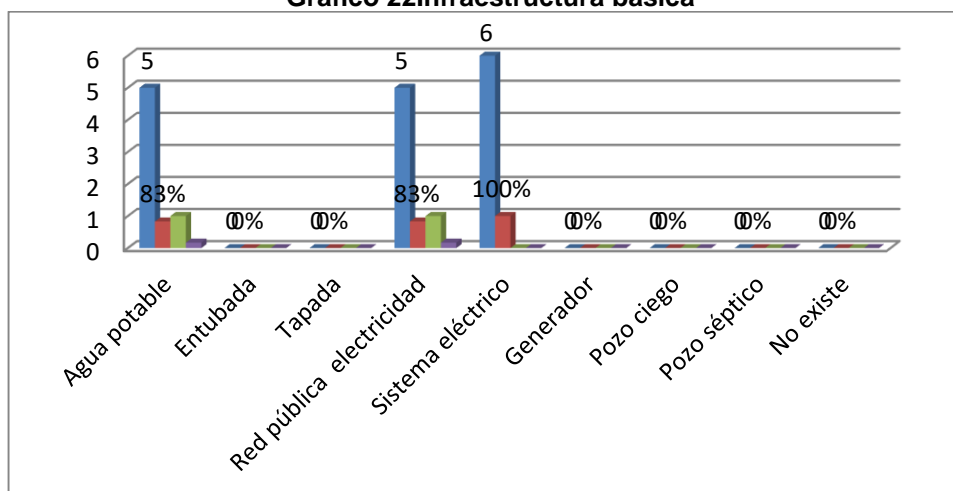
Tabla 19 Infraestructura básica

VARIABLE	FR	FA	FR	FA		TOTAL
Agua potable	5	83%	1	17%	6	100%
Entubada	0	0%	0	0%	0	0%
Tapada	0	0%	0	0%	0	0%
Red pública electricidad	5	83%	1	17%	6	100%
Sistema eléctrico	6	100%	0	0%	6	100%
Generador	0	0%	0	0%	0	0%
Pozo ciego	0	0%	0	0%	0	0%
Pozo séptico	0	0%	0	0%	0	0%
No existe	0	0%	0	0%	0	0%

Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

Gráfico 22 Infraestructura básica



Fuente: Encuesta de campo el 10 de Noviembre del 2014

Elaborado por: Maggi, B. 2014

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

El 83% de los lugares turísticos cuentan con servicio de agua potable, mientras que el 17% no lo tiene.

La infraestructura son servicios o instalaciones necesarias para el desarrollo de una actividad en lugar específico que vaya ser utilizado.

Todos los lugares turísticos cuentan con un sistema de luz eléctrica y agua potable entubada de forma permanente, estos son medios indispensables para la sobrevivencia de las personas que habitan en el sector y de turistas en general.

B. RESTAURANTES EXISTENTES EN EL CANTÓN ALAUSÍ Y SUS MENUS QUE OFERTAN

RAZÓN SOCIAL	Menú
El Cisne 1	Churrasco, Apanados, Seco de Chivo
Panamericano Hostal	Gordon Blue de Pollo, Papas con Cuero
Chifa Pekin	Espaguetti, Chaulafan, Camarones a la Plancha
El Rosal	Pechuga de pollo a la plancha, Seco de Carne
El Trigal	Camarones a la plancha, Seco de Carne, Guatita
CafeteríaKassandra	Quimbolito con leche, Bolones de Verde, Café con Humitas
Punta Bocana Café	Lomo de res apanado, Churrascos
Mesón Del Tren	Camarones apanados, Selecto Bistec de lomo de res, Pollo de la Casa
Bukardia	Parrilladas, pollo asado, Chuleta Ahumada
Asadero Kenn Jhonny	Pollo Asado, Consomé de Pollo, Papas fritas, Salchipapas
Café Del Tren	Café con humitas, Bolones de verde, Pasteles de Maduro con Queso
Flamingo	Filete de tilapia en salsa de naranja, Camarones a la Plancha
Don Fausto	Corvina apanada, Churrascos, Seco de pollo
El Cisne 2	Bistec de res, Guiso de pollo, Arroz relleno.

Fuente: Ministerio de Turismo


Elaborado por: Maggi, B. 2014

I. CATEGORIZACIÓN A LOS RESTAURANTES.

RAZÓN SOCIAL	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	TELÉFONO
Mesón Del Tren	Cortez Nancy Rosario	Ricaurte y Eloy Alfaro	Primera(5tenedores)	2930-557
Punta Bokana Café	Santander Antonio	Ricaurte y Antonio Mora	Tercera(3tenedores)	
El Cisne 1	Parada Lara Laura	5 de Junio y 9 de Octubre	Tercera(3tenedores)	2931-968
El Cisne 2	Parada Lara Laura	Panamericana Sur vía a Chuchí	Segunda(4tenedores)	2931-968
CafeteríaKassandra	Tucar Gilberto	Av. 5 de Junio	Tercera(3tenedores)	
Don Fausto	Silva Fausto	Panamericana Sur vía Chuchí	Segunda(4tenedores)	2930-290
Flamingo	García Carmen	9 de Octubre y Antonio Mora	Segunda(4tenedores)	2930-367
El Rosal	Sánchez Arcos Miriam	Av. 5 de Junio y Ricaurte	Segunda4tenedores)	2931-582
Asadero Kenn Jhonny	Tixi Cortez Juan	García Moreno y Chile	Tercera(3tenedores)	2930-133
Chifa Pekin	Bin Yuan	Esteban Orozco y 5 de Junio	Tercera(3tenedores)	2931-969
Café Del Tren	Medina Nioma	Av. Eloy Alfaro y Sucre	Segunda(4tenedores)	
Bukardia	Alex Zuñiga	Guatemala107	Segunda(4tenedores)	2930-426
Panamerico Hostal	Santamaría Luis	Av. 5 de Junio y de Octubre	Segunda(4tenedores)	2930-278
El Trigal	Andrade Victor	Av. 5 de Junio diagonal al municipio	Segunda(4tenedores)	

Elaborado por: Maggi, B. 2014

II. JERARQUIZACIÓN A LOS LUGARES TURÍSTICOS

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				
Nombre del recurso turístico: Nariz del Diablo				
Categoría: Sitios Naturales		Ficha: N° 1		
Tipo: Montaña		Características: Agrupa a los lugares geográficos que por sus atributos propios tienen gran importancia.		
Subtipo: Alta Montaña		Ubicación: 11Km de la estación del ferrocarril.		
Criterio		valor asignado	ponderación	Subtotal
a. Calidad	Estado de conservación	9	3	27
b. Accesibilidad	Nivel de dificultad de vías de acceso	10	1	10
	Servicio turístico	5	1.5	7.5
	Servicio de apoyo	10	2	20
c. Particularidad del atractivo		6	2	12
Total				76.5
OBSERVACIÓN: JERARQUÍA IV				

Elaborado por: Maggi, B. 2014

FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Nombre del recurso turístico:
Lagunas de Ozogoche



Categoría: Sitios Naturales		Ficha: N° 2		
Tipo: Ambiente lacustre		Características: Agrupa a los lugares geográficos que por sus atributos propios tienen gran importancia.		
Subtipo: Laguna		Ubicación: 59 Km. de la estación del tren de Alausí		
Criterio		valor asignado	ponderación	subtotal
a. Calidad	Estado de conservación	10	3	30
b. Accesibilidad	Nivel de dificultad de vías de acceso	10	1	10
	Servicio turístico	5	1.5	7.5
	Servicio de apoyo	10	2	20
d. Particularidad del atractivo		5	2	10
Total				77.5
OBSERVACIÓN: JERARQUÍA IV				

Elaborado por: Maggi, B. 2014

FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Nombre del recurso turístico:
Puente Negro



Categoría: Manifestaciones Culturales		Ficha: N° 3		
Tipo: Histórico		Características: Son las diferentes expresiones culturales de la región, lugares arqueológicos, sitios históricos, y otros		
Subtipo: Zona histórica		Ubicación: 77 m de la Estación del tren.		
Criterio		valor asignado	ponderación	subtotal
a. Calidad	Estado de conservación	5	3	18
b. Accesibilidad	Nivel de dificultad de vías de acceso	5	1	5
	Servicio turístico	7	1.5	10.5
	Servicio de apoyo	3	2	6
c. Particularidad del atractivo		2	2	4
Total				43
OBSERVACIÓN: JERARQUÍA II				

Elaborado por: Maggi, B. 2014

FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Nombre del recurso turístico: Monumento San Pedro



Categoría: Manifestaciones Culturales

Ficha: N° 4

Tipo: Histórico

Características: Son las diferentes expresiones culturales de la región, lugares arqueológicos, sitios históricos, y otros

Subtipo: Vestigios Arqueológicos


Ubicación:
1Km de la estación del ferrocarril.

Criterio		valor asignado	ponderación	subtotal
a. Calidad	Estado de conservación	10	3	30
b. Accesibilidad	Nivel de dificultad de vías de acceso	2	1	2
	Servicio turístico	1	1.5	1.5
	Servicio de apoyo	3	2	6
c. Particularidad del atractivo		2	2	4
Total				43.5

OBSERVACIÓN: JERARQUÍA II

Elaborado por: Maggi, B. 2014

FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Nombre del recurso turístico: Reloj Público				
Categoría: Manifestaciones Culturales		Ficha: N° 5		
Tipo: Histórico		Características: Son las diferentes expresiones culturales de la región, lugares arqueológicos, sitios históricos, y otros		
Subtipo: Arquitectura		Ubicación: 800 m de la estación del ferrocarril.		
Criterio		valor asignado	ponderación	subtotal
a. Calidad	Estado de conservación	7	3	21
b. Accesibilidad	Nivel de dificultad de vías de acceso	2	1	2
	Servicio turístico	8	1.5	12
	Servicio de apoyo	2	2	4
c. Particularidad del atractivo		2	2	4
Total				43
OBSERVACIÓN: JERARQUÍA II				

Elaborado por: Maggi, B. 2014

FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Nombre del recurso turístico:
Iglesia Matriz



Categoría: Manifestaciones Culturales		Ficha: N° 6		
Tipo: Histórico		Características: Son las diferentes expresiones culturales de la región, lugares arqueológicos, sitios históricos, y otros		
Subtipo: Arquitectura		Ubicación: 800 m de la estación del ferrocarril.		
Criterio		valor asignado	ponderación	subtotal
a. Calidad	Estado de conservación	10	3	30
b. Accesibilidad	Nivel de dificultad de vías de acceso	5	1	5
	Servicio turístico	3	1.5	4.5
	Servicio de apoyo	3	2	6
c. Particularidad del atractivo		4	2	8
Total				53
OBSERVACIÓN: JERARQUÍA III				

Elaborado por: Maggi, B. 2014

C. PROPUESTA.

I. OBJETIVO GENERAL

- Fomentar el turismo Gastronómico del cantón Alausí a través de la Guía Gastronómica

II. OBJETIVO ESPECIFICOS

- Enlistar las preparaciones típicas más representativas de cada restaurante
- Detallar los lugares turísticos del cantón Alausí.
- Socializar la guía gastronómica para el crecimiento turístico gastronómico del cantón.

III. Guía gastronómica

Nombre del restaurante: EL CISNE 1

Nombre del Alimento: CHURRASCO.

Tipo de Alimentación: Comida de la Sierra Ecuatoriana.

Propietario: Laura Lucia Parada.

Dirección: Av. 5 de Junio y 9 de Octubre

Teléfono: 2931968.

Capacidad: 50 pax. **Categoría:** Tercera (3 tenedores)

Costo: \$ 5.00



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Arroz	500	Gramos
Papa	500	Gramos
Pimiento Rojo	1	Unidad
Pimiento Verde	1	Unidad
Vainitas	100	Gramos
Zanahoria	100	Gramos
Huevo	8	Unidad
Carne	1000	Gramos
Mantequilla	250	Gramos
Pimienta		Pizca
Sal		Pizca
Aceite	250	Mililitros
Aliño natural	250	Mililitros

PROCEDIMIENTO
Lavar y cortar en juliana todos los vegetales y cocer dejar reposar. Lavar y pelar las papas, cortar y pre-cocer, saltear en mantequilla. Lavar y filetear la carne alinear y freír. Cocer el arroz. Freír los huevos. Servir todo caliente.

Categorización del restaurante El Cisne 1

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con entrada independiente del personal, teléfono público, comedor con superficie adecuada por cliente, capacidad máxima de 50 pax, y vajilla en buen estado.

Nombre del restaurante: PANAMERICANO HOSTAL

Nombre del Alimento: GORDON BLUE DE POLLO

Tipo de Alimentación: Comida de la Sierra Ecuatoriana.

Propietario: Luis Barragán Cabrera

Dirección: Av. 5 de Junio y 9 de Octubre

Teléfono: 2930278

Capacidad: 100 pax.

Categoría: Segunda (4tenedores).

Costo: \$ 7.00



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Pechuga de pollo	2	Unidad
Jamón	500	Gramos
Queso Mozzarella	1	Unidad
Papas	500	Gramos
Aceite	250	Mililitro
Harina	250	Gramos
Mantequilla	250	Gramos
Leche	250	Mililitro
Crema de leche	250	Mililitro
Laurel	2	Hojas
Sal		Pizca
Pimienta		Pizca

PROCEDIMIENTO
Lavar y deshuesar la pechuga salpimentar hacer en forma de rollo con el jamón y queso, cocer a fuego lento en aceite. Lavar y pelar las papas cortar, pre-cocer y después freír. Hacer un roux mantequilla y harina aumentar la leche y crema de leche rectificar sabores y agregar el laurel. Servir todo caliente.

Categorización del restaurante PANAMERICANO HOSTAL

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con entrada independiente del personal de trabajo, con comedor con superficie adecuada por cliente, sanitario independiente de ambos sexos, personal uniformado, estacionamiento, cuenta con servicio de hospedaje y tiene para capacidad de 100 pax.

Nombre del restaurante: CHIFA PEKIN

Nombre del Alimento: SPAGUETTI

Tipo de Alimentación: Comida China

Propietario: Bin Yuan

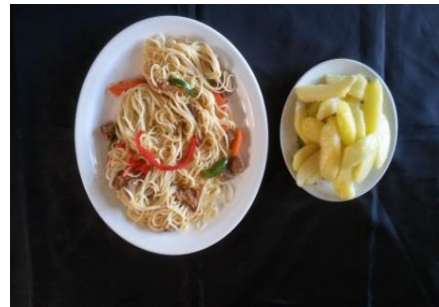
Dirección: Esteban Orozco y 5 de Junio

Teléfono: 2931969

Capacidad: 50 pax.

Categoría: Tercera (3 tenedores)

Costo: \$ 6.00



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Tallarín oriental	500	Gramos
Carne de res	500	Gramos
Papas	500	Gramos
Pimiento verde	1	Unidad
Pimiento rojo	1	Unidad
Zanahoria	2	Unidad
Mantequilla	250	Gramos
Sal		Pizca
Pimienta		Pizca
Orégano	5	Gramos

PROCEDIMIENTO

Pre-cocer el tallarín, dejar reposar.
Lavar la carne y cortar en dados, salpimentar y sofreír.
Lavar y cortar las verduras en juliana.
Lavar las papas cortar en bastones y pre-cocer.
Saltear todos los ingredientes.

Categorización del restaurante CHIFA PEKIN

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con entrada independiente para el personal de trabajo, comedor con superficie adecuada por cliente, capacidad para 50 pax y especialidades de sopa y cremas.

Nombre del restaurante: EL ROSAL.

Nombre del Alimento: PECHUGA DE POLLO A LA PLANCHA.

Tipo de Alimentación: Comida de la Sierra Ecuatoriana

Propietario: Marcia Niama Z.

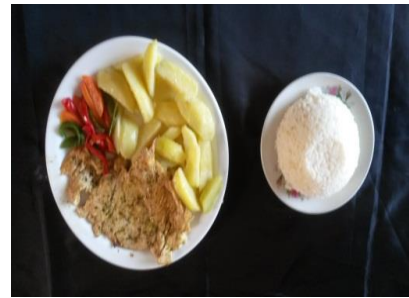
Dirección: Av. 5 de Junio y Pedro de Loza

Teléfono: 2930138

Capacidad: 100 pax.

Categoría: Segunda (4tenedores)

Costo: \$ 6.00



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Pechuga de pollo	1	Unidad
Papas	500	Gramos
Pimiento verde	1	Unidad
Pimiento rojo	1	Unidad
Zanahoria	2	Unidad
Vainitas	100	Gramos
Aceite de oliva	50	Mililitros
Orégano	5	Gramos
Arroz	500	Gramos
Sal		Pizca
Pimienta		Pizca
Tomillo	1	Rama
PROCEDIMIENTO		
Lavar y deshuesar la pechuga, filetear salpimentar, poner en la plancha. Lavar la papa y cortar en bastones, pre-cocer, saltear. Todos los vegetales lavar y cortar en juliana y saltear. Cocer el arroz. Servir todo caliente.		

Categorización del restaurante EL ROSAL

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con entrada de clientes independiente para el personal, personal Uniformado, sanitario independiente ambos sexos, una vajilla en buen estado, servicio de Hospedaje y capacidad 100 pax.

Nombre del restaurante:El TRIGAL.

Nombre del Alimento: CAMARONES A LA PLANCHA.

Tipo de Alimentación: Comida de la Costa Ecuatoriana

Propietario: Alexis Esteban Merino Niama.

Dirección: Av. 5 de Junio diagonal al Municipio

Teléfono: -----

Capacidad: 50 pax.

Categoría: Segunda (4tenedores).

Costo: \$ 7.50



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Camarones	600	Gramos
Zanahoria	2	Unidad
Pimiento rojo	2	Unidad
Pimiento verde	2	Unidad
Cebolla perla	2	Unidad
Aceite	25	Mililitros
Sal		Pizca
Pimienta		Pizca

PROCEDIMIENTO

Limpiar los camarones, pre cocer.
Lavar y cortar en juliana todos los vegetales.
Saltear todo y servir en la plancha hirviendo.

Categorización del restaurante El TRIGAL

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con personal uniformado, entrada de clientes independiente del personal, vajilla y cristalería en buen estado, sanitario independiente de ambos sexos, diseño del interior en excelente estado con una capacidad de 50 pax.

Nombre del restaurante: CAFETERIA KASANDRA.

Nombre del Alimento: QUIMBOLITOS CON LECHE.

Tipo de Alimentación: Comida tradicional de Alausí.

Propietario: Gilberto Tucur

Dirección: Av. 5 de Junio y Ricaurte

Teléfono: -----

Capacidad: 25 pax.

Categoría: Tercera (3tenedores).

Costo: \$2.50

Encuesta: 06



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Leche	200	Mililitros
Huevo	4	Unidad
Harina	250	Gramos
Polvo royal	10	Gramos
Azúcar en polvo	25	Gramos
Chocolate	50	Gramos
Mantequilla	150	Gramos
Pasas	8	Unidad
Hojas de achira	8	Unidad

PROCEDIMIENTO
Batir los huevos con azúcar, incorporar la harina, mantequilla, polvo de hornear hasta que esté una masa homogénea. El chocolate mezclar con un poco de masa. Poner la masa en la hoja, encima la masa con chocolate y 2 pasas, poner a cocer. Servir acompañado de un vaso de leche helado.

Categorización del restaurante CAFETERIA KASANDRA.

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con comedor con superficie adecuada por cliente, sanitario independiente ambos sexos con una capacidad de 25 pax.

Nombre del restaurante: PUNTA BOCANA CAFÉ.

Nombre del Alimento: LOMO DE RES APANADO.

Tipo de Alimentación: Comida de la Sierra Ecuatoriana

Propietario: Luisa Sánchez

Dirección: Ricaurte y Antonio Mora

Teléfono: 0987063353

Capacidad: 25 pax.

Categoría: Tercera (3tenedores).

Costo: \$ 6.00



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Carne de res	500	Gramos
Papas	500	Gramos
Lechuga	1	Unidad
Tomate	2	Unida
Limón	2	Unidad
Huevo	2	Unidad
Apanadura	100	Gramos
Aliño	100	Mililitros
Aceite	100	Mililitros
Sal		Pizca

PROCEDIMIENTO

Lavar y filetear la carne, aliñar pasar por el huevo, apanadura y freír a fuego lento.
Cortar la lechuga.
Tomate cortar en rodaja.
Limón partir por la mitad.
Lavar las papas cortar y freír.

Categorización del restaurante PUNTA BOCANA CAFÉ.

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con: comedor con superficie adecuada por cliente sanitario independiente ambos sexos y con una capacidad máxima de 25 pax.

Nombre del restaurante:MESÓN DEL TREN.

Nombre del Alimento: CAMARONES APANADOS.

Tipo de Alimentación: Comida de Costa Ecuatoriana.

Propietario: Diego Ormaza y Lorena Cortez

Dirección: Eloy Alfaro y Ricaurte

Teléfono: 032 930204 – 0986208550

Capacidad: 150 pax.

Categoría: Primera (5tenedores).

Costo: \$ 8.50



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Camarones	500	Gramos
Papas	250	Gramos
Tomate	2	Unidad
Cebolla perla	2	Unidad
Rábano	25	Unidad
Pepinillo	1	Unidad
Apanadura	200	Gramos
Huevo	4	Unidad
Aceite	200	Mililitros
Aliño	100	Mililitros
Limón	4	Unidad
Salsa Wolf	100	Mililitros
Sal		Pizca

PROCEDIMIENTO

Limpiar los camarones, aliñar pasar por huevo, apanadura y freír a fuego lento.
Lavar y cortar en bastones, pre-cocer y saltear.
Picar todos los vegetales y mezcla, rectificar sabores y poner un chorrito de aceite.
Servir adornado con una rodaja de limón.

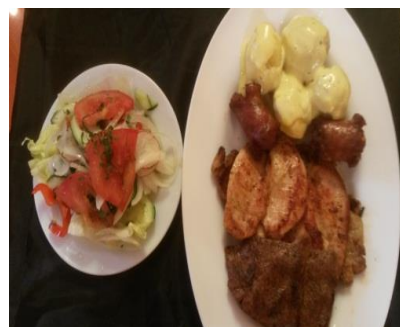
Categorización del restaurante MESÓN DEL TREN.

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con entrada independiente de personal de trabajo, tiene servicio de guardianía, tiene servicio de teléfono público, tiene comedor con superficie adecuado por cliente, tiene sanitario independiente para ambos sexos, el personal uniformado, cuenta con estacionamiento, vende sopas verduras y tiene especialidades pescado y carne, vajilla, cristalería, menaje, diseño del interior en excelentes condiciones y tiene capacidad para 150 pax.

Nombre del restaurante: BUKARDÍA.

Nombre del Alimento: PARRILLADAS.

Tipo de Alimentación: Comida de la Sierra



Ecuatoriana.

Propietario: Alex Zuñiga

Dirección: Guatemala 107

Teléfono: 2930426

Capacidad: 75 pax.

Categoría: Segunda (4tenedores).

Costo: \$ 7.00

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Carne de res	500	Gramos
Pechuga de pollo	1	Unidad
Chorizo	500	Gramos
Papas	250	Gramos
Queso	1	Unidad
Leche	250	Mililitros
Tomate	2	Unidad
Lechuga	1	Unidad
Pepinillo	1	Unidad
Rábano	25	Unidad
Hierbas		Atado
Aceite	25	Mililitros
Aliño natural	25	Mililitros

PROCEDIMIENTO

Lavar la carne filetear, aliñar.
Lavar el pollo filetear, salpimentar con poco de aliño.
Cortar todas las verduras realizar una ensalada y poner chorrillo de aceite.
En la parrilla bien caliente asar la carne, pechuga y el chorizo con poco de aceite
Cocer las papas.
Licuar la leche con el queso salpimentar al gusto.

Categorización del restaurante BUKARDÍA

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este

actualmente cuenta con entrada independiente de personal de trabajo, servicio teléfono público, comedor con superficie adecuado por cliente, sanitario independiente para ambos sexos, estacionamiento, especialidades carne, vajilla, cristalería, menaje, diseño del interior son bueno y capacidad para 75 pax.



Nombre del restaurante: ASADERO KENN JHONNY.

Nombre del Alimento: CUARTO DE POLLO ASADO.

Tipo de Alimentación: Comida de la Sierra Ecuatoriana.

Propietario: Juan Tixi Cortez

Dirección: García Moreno y Chile

Teléfono: 930 133

Capacidad: 25 pax.

Categoría: Tercera (3tenedores).

Costo: \$ 3.50

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Pollo	1	Unidad
Arroz	500	Gramos
Papas	500	Gramos
Tomate	2	Unidad
Lechuga crespa	1	Unidad
Cebolla perla	2	Unidad
Aliño		
Sal		
PROCEDIMIENTO		
Lavar y cortar en cuartos el pollo aliñar y meter al horno por 30 minutos. Cocer el arroz. Lavar las papas y cortar en bastones y freír. Tomate cortar en eslice, cebolla perla en rodaja, realizar ensalada, rectificando sabores.		

Categorización del restaurante ASADERO KENN JHONNY.

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con entrada independiente de personal de trabajo, tiene

comedor con superficie adecuado por cliente, tiene servicio teléfono público, tiene sanitario independiente para ambos sexos y capacidad para 25 pax, su vajilla y cubertería son buenas.



Nombre del restaurant: CAFÉ DEL TREN.

Nombre del Alimento: CAFÉ CON HUMITAS.

Tipo de Alimentación: Comida Tradicional de Alausí.

Propietario: Nioma Medina

Dirección: Avenida Eloy Alfaro y Sucre.

Teléfono: -----

Capacidad: 100 pax. **Categoría:** Segunda (4tenedores)

Costo: \$ 2.00

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Café descafeinado	8	Gramos
Azúcar	10	Gramos
Choclo	8	Unidad
Huevos	4	Unidad
Mantequilla	150	Gramos
Polvo royal	10	Gramos
Queso	1	Unidad
Sal		Pizca
PROCEDIMIENTO		
Agua Hervida, azúcar, café disolver todo. Desgranar el choclo, moler, mezclar todos los ingredientes antes mencionados, amasar bien, incorporar en la hoja del choclo y poner a cocer.		

Categorización del restaurante CAFÉ DEL TREN.

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con entrada independiente de personal de trabajo, tiene comedor con superficie adecuado por cliente, tiene servicio teléfono público,

servicio de guardianía, personal uniformado, estacionamiento, tiene sanitario independiente para ambos sexos y capacidad para 100 pax, su vajilla y cubertería son buenas, diseño del interior considerado como buena.

Nombre del restaurante:FLAMINGO.

Nombre del Alimento: FILETE DE TILAPIA EN SALSA DE NARANJA.

Tipo de Alimentación: Comida del Oriente ecuatoriano.

Propietario: Carmen Amanda García.

Dirección: Antonio Mora y 9 de Octubre.

Teléfono: 2930 367

Capacidad: 75 pax.

Categoría: Segunda (4tenedores)

Costo: \$ 6.00



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Tilapia	500	Gramos
Brócoli	1	Unidad
Cebolla perla	2	Unidad
Zanahoria	2	Unidad
Pimiento verde	2	Unidad
Naranja	4	Unidad
Vinagre	25	Mililitros
Laurel	4	Hojas
Azúcar	20	Gramos
Aceite	40	Mililitros
Aliño	50	Mililitros
Sal		Pizca

PROCEDIMIENTO

Lavar la tilapia y cortar en dados.
Cocer el brócoli, dejar reposar.
Cortar todos los vegetales.
Sofreír en el aceite la tilapia, incorporar todos los vegetales y saltear.
Sacar el zumo de naranja poner a hervir, aumentar el azúcar disolver totalmente, poner el vinagre y el laurel dejar unos tres minutos que se concentre el sabor del laurel.

Categorización del restaurante FLAMINGO.

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con entrada independiente de personal de trabajo, tiene comedor con superficie adecuado por cliente, tiene sanitario independiente para ambos sexos, el personal uniformado, servicio de hospedaje, y tiene capacidad para 75 pax.

Nombre del restaurante: DON FAUSTO.

Nombre del Alimento: CORVINA APANADA.

Tipo de Alimentación: Comida de la Costa Ecuatoriana.

Propietario: Fausto Silva

Dirección: Panamericana Sur Vía Chunchi

Teléfono: 2930290

Capacidad: 100 pax.

Categoría: Segunda (4tenedores).

Costo: \$ 6.00



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Filete de corvina	500	Gramos
Papas	500	Gramos
Lechuga	1	Unidad
Tomate	1	Unidad
Pepinillo	1	Unidad
Limón	4	Unidad
Aliño natural	100	Mililitro
Sal		Pizca
Pimienta		Pizca
Aceite	100	Mililitro
Huevo	4	Unidad
Apanadura	150	Gramos
PROCEDIMIENTO		
Lavar y filetear la corvina, aliñar pasar por huevo, apanadura y freír a fuego lento. Lavar las papas cortar en bastones y freír. Todos los vegetales cortar, mezclar todo, rectificar sabores. Servir acompañado de una rodaja de limón.		

Categorización del restaurante DON FAUSTO.

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con entrada de clientes independiente del personal de servicio, sanitario independiente de ambos sexos, diseño del interior excelente, capacidad 100 pax, estacionamiento y cristalería en buen estado, teléfono público, comedor con superficie adecuada por cliente.

Nombre del restaurante: El CISNE 2.

Nombre del Alimento: BISTEC DE RES.

Tipo de Alimentación: Comida de la Sierra Ecuatoriana.

Propietario: Laura Parada Lara

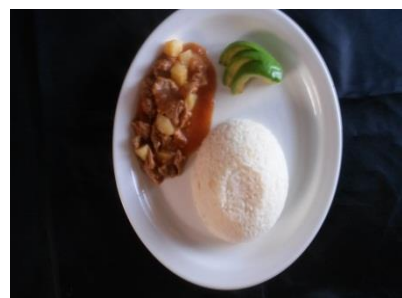
Dirección: Panamericana Sur Vía Chunchi

Teléfono: 2931 968

Capacidad: 75 pax.

Categoría: Segunda (4tenedores).

Costo: \$ 4.00



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Lomo de res	500	Gramos
Papa	500	Gramos
Tomate	1	Unidad
Cebolla	1	Unidad
Pimiento verde	1	Unidad
Pimiento rojo	1	Unidad
Arroz	500	Gramos
Aguacate	2	Unidad
Hierbas		Atado
Sal		Pizca

PROCEDIMIENTO

Lavar el lomo y cortar en dados.
Picar todos los vegetales.
Lavar las papas y cortar en dados.
Incorporar todo en la olla poner a cocer.
Cocer el arroz.
Pelar el aguacate y cortar en forma de láminas.
Servir, decorado con el aguacate.

Categorización del restaurante El CISNE 2.

Para la categorización del restaurante se tomó en consideración los requerimientos exigidos por la legislación O.M. del 16 de marzo de 1965 este actualmente cuenta con entrada independiente del personal de trabajo, tiene teléfono público, comedor con superficie adecuada por cliente, sanitario independiente para ambos sexos, personal de servicio uniformado, cuenta con estacionamiento, vajilla, cristalería, cubertería en buen estado, capacidad para 75 pax.

Servicio de alimentación que ofrece los lugares turísticos del cantón Alausí

Nombre del lugar turístico: NARIZ DEL DIABLO

Nombre del Alimento: BATIDO DE FRUTILLA.

Tipo de Alimentación: Batido Tradicional de Alausí.

Dirección: 11 km de la estación del ferrocarril

Costo: \$1.25



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Leche	1	Litro
Frutilla	500	Gramos
Azúcar	25	Gramos
PROCEDIMIENTO		
Licuar la leche, frutilla y el azúcar. Servir bien helado.		

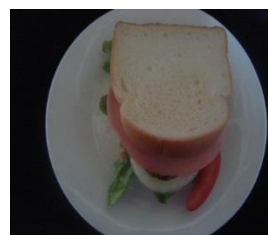
Nombre del lugar turístico: NARIZ DEL DIABLO

Nombre del Alimento: SANDUCHE DE JAMÓN

Tipo de Alimentación: Comida de la Sierra Ecuatoriana.

Dirección: 11 km de la estación del ferrocarril

Costo: \$1.50



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Rodaja de pan	8	Unidad
Jamón	4	Unidad
Cebolla perla	1	Unidad
Tomate	1	Unidad
Lechuga crespa	1	Unidad
Sal		Pizca
PROCEDIMIENTO		
Lavar el tomate, cortar en slice. Cebolla perla slice. Sacar las hojas de la lechuga. Jamón, poner todo dentro de las rodajas de pan.		

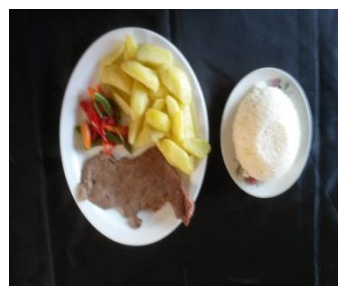
Nombre del lugar turístico: NARIZ DEL DIABLO

Nombre del Alimento: LOMO DE RES A LA PLANCHA

Tipo de Alimentación: Comida de la Sierra Ecuatoriana.

Dirección: 11 km de la estación del ferrocarril

Costo: \$5.00



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Lomo de res	500	Gramos
Papas	400	Gramos
Arroz	500	Gramos
Pimiento verde	1	Unidad
Pimiento rojo	1	Unidad
Zanahoria	1	Unidad
Vainitas	100	Gramos
Aceite	100	Mililitros
Mantequilla	100	Gramos
Sal		Pizca
Pimienta		Pizca
Aliño natural	50	Mililitros
Romero		Rama
PROCEDIMIENTO		
Lavar y filetear la carne, aliñar y poner a la plancha con el romero. Lavar y cortar en bastones las papas, precocer y por ultimo pasar por el aceite que se termine de cocer. Cortar todas las verduras en juliana y saltear en mantequilla, sal y pimienta. El arroz poner a cocinar, con un poco de aceite y sal.		

Nombre del lugar turístico: LAGUNAS DE OZOGOCHÉ

Nombre del Alimento: HABAS CON QUESO

Tipo de Alimentación: Comida tradicional de Alausí.

Dirección: 59 km de la estación del ferrocarril

Costo: \$1.50



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Habas tiernas	500	Gramos
Queso	1	Unidad
Cebolla	1	Unidad
Tomate	1	Unidad
Sal		Pizca
PROCEDIMIENTO		
Lavar y poner a cocer las habas. Queso cortar en rodajas. Picar la cebolla y el tomate, para el encebollado, rectificamos sabores.		

VI. CONCLUSIONES

- ✓ La información recopilada dentro del estudio de campo realizado en el cantón Alausí tanto en los restaurantes como lugares turísticos permitió identificar y valorizar a cada uno de ellos, analizando los servicios, la infraestructura y el menaje con la que cuenta.
- ✓ Con la investigación obtenida de los restaurantes se pudo categorizar a cada uno de ellos quedando de la siguiente manera: 1 restaurante de primera categoría, 8 de segunda categoría y 5 de tercera categoría basándose en la legisladora de la Organización Mundial (O. M.) del 16 de Marzo de 1965, con estos parámetros podemos decir que los mismos cumplen con las normas necesarias para brindar estos servicios.
- ✓ Con la información obtenida se pudo diseñar una guía gastronómica de fácil uso, la cual presenta información relevante de los restaurantes y lugares turísticos del cantón Alausí.
- ✓ En el cantón Alausí no existen restaurantes que expenden comida tradicional del sector por la demanda de turistas nacionales y extranjeros que buscan comida vanguardista.
- ✓ Con la investigación obtenida de los centros turísticos se pudo ponderar a cada uno, encontrando así a la Nariz del Diablo en la IV jerarquización definiéndole como el principal lugar turístico y más visitado por turistas nacionales y extranjeros

RECOMENDACIONES

- ✓ Promover campañas de difusión turística con el GAD Municipal del cantón Alausí con la finalidad de dar a conocer los productos y servicios que se ofertan en el cantón Alausí, de esta manera fortalecer el turismo brindando nuevas alternativas gastronómicas que acrecienten el tráfico de personas en la zona.
- ✓ Que los señores propietarios de los restaurantes considerados de tercera categoría mejoren la infraestructura básica de su establecimiento, con el propósito de brindar un servicio de calidad y eficiente, que este acorde a las necesidades del turista nacional y extranjero.
- ✓ Difundir el uso de la guía gastronómica coordinando con el Ministerio de Turismo, para que se abalicé y tenga mayor acogida y se pueda seguir fomentando el turismo en el cantón Alausí.
- ✓ Las personas que se dedican al arte culinario deberían rescatar la gastronomía tradicional del cantón Alausí, con el fin de recuperar la identidad cultural.
- ✓ Las personas dedicadas en el arte culinario al momento de preparar la comida tradicional usen productos propios del sector cuyo propósito es ensalzar la gastronomía autóctona sin variar las recetas, tradición a fin de no perder el patrimonio gastronómico de Alausí.

VII. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- Alausi Rincón Turístico. (2011). Recuperado el 29 de Enero de 2015, de Fiestas de Alausi 2011: <http://majoisrasol.blogspot.com/>
- Albán, V. (2005). Chimborazo y sus cantones. Riobamba: Ideas Punto.
- Andrade, C., Cañar, A., Toranzos, A., & Carvache, W. (2009). de recursos gastronomico con potencial turístico en Jipijapa Manabi. Guayaquil-Ecuador: Inventario Gastronómico de Alausí.
- Armendariz Sanz, J. L. (2013). Gastronomía y Nutrición. España: Paraninfo.
- Asamblea Ciudadana Plurinacional e Intercultural. (Recuperado 10 de Agosto de 2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Recuperado el Enero de 2015, de Gobierno Nacional de la Republica del Ecuador: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-3.-mejorar-la-calidad-de-vida-de-la-poblacion>
- Cámara Zaragoza. (2015). Guia de tramites y requisitos para la puesta en marcha de Restaurante. Obtenido de Emprende... Tú idea de negocios : <http://www.camarazaragoza.com/docs/bolsaproyectos/restaurante.pdf>
- Campsil, R. (27 de Diciembre de 2011). Discusión de resultados. Recuperado el 06 de Febrero de 2015, de Definición: <http://es.scribd.com/doc/76559227/Discusion-de-resultados#scribd>
- Conti, A., Charne, U., Moscoso, F., Comparato, G., Cassani, M., Sahores, V., & Rucci, A. (2009). Evaluación de atractivos para la identificación de nuevos productos turísticos. Recuperado el 10 de febrero de 2015, de Intituto de Investigaciones en Turismo: http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/_evaluacion_de_atractivos_para_la_identificacion_de_nuevos_productos_turisticos__caso_de_estudio__region_capital_de_la_provincia_de_buenos_aires_...pdf
- Decreto Supremo N^a 025-2004-MINCETUR. (2004). Reglamento de Restaurantes: Capítulo I: del ámbito de aplicación y competencia. Quito: República del Ecuador.
- Dr.Valente, P., & Tglo. Pilco, C. (2011). GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN ALAUSÍ. Obtenido de Plan operativo anual .

- Ecuador ama la vida . (26 de Diciembre de 2014). Historia de Alausí. Obtenido de Historia de Alausí: <http://www.viajandox.com/chimborazo/historia-alausi.htm>
- Ecuador en cifra. (21 de Febrero de 2014). Actividad comercial de Alausí. Recuperado el 29 de Enero de 2015, de Cifras Generales de Alausi: Inec, Censo economico 2010: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0602_ALAUSI_CHIMBORAZO.pdf
- GADChimborazo. (2012). Informe Final: Levantamiento línea base en 30 comunidades de la Provincia de Chimborazo en los cantones Alausí, Guamote, Colta y Riobamba comunidades beneficiarias del proyecto minka sumak Kawsay II Fase. Riobamba: Jica y Fundación Marco.
- García, F., García, P., & Mario, G. (2009). Hotelería: técnicas de servicio y atención al cliente. Madrid: Paraninfo.
- Gobierno Municipal de San Pedro de Alausí. (Recuperado 28 de Julio de 2015). Departamento de turismo. Obtenido de Atractivos Matriz – Alausí: <http://municipiodealausi.gob.ec/info/archivos/ATRATIVOS%20MATRIZ>.
- Ley Orgánica de Defensa del consumidor. (2000). Ley 2000- 21 Orgánica de Defensoría del consumidor. Quito : Estado de la República del Ecuador.
- M.Raya, J. (2007). Historia de los restaurantes. Barcelona, España: Arqhsy.
- Maggi, B. (2014). Riobamba.
- Ministerio de Turismo . (2006). Categorías. Recuperado el 10 de FEBRERO de 2015, de Mintur Inventario gastronómico: <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/OTROS/inventario%20turistico/categoria.htm>
- Ministerio de Turismo. (2014). Catatros revisado por la Unidad de turismo. Riobamba: Municipio de Riobamba.
- Ministerio de Turismo. (2008). Ley 97: Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002. Quito - Ecuador: Lexus.
- Morningstar. (Recuperado 16 de Junio de 2014). Análisis de Resultado. Recuperado el 06 de Febrero de 2015, de Definiciones:

<http://www.morningstar.es/es/glossary/100607/an%C3%A1lisis-de-resultado.aspx>

- Muela, M. G. (2008). Clasificación de los restaurantes. (C. M. Roja, Ed.) Magallanes, España: Jose López Raso.
- Ochoa, L., Conde, E., & Maldonado, E. (2012). Valoración de un producto turístico. TUR y DES, 1- 45.
- Ofifacil.com. (Recuperado 18 de Septiembre de 2015). Consejos y trucos para diseñar un catálogo o revista. Obtenido de Guia Gastronómica: <http://www.ofifacil.com/ofifacil-blog-trucos-y-consejos-para-disenar-un-catalogo-revista-flyer-folleto.php>
- Ortiz Carrillo, S. (2005). Programas de calidad en servicio en restaurante de lejo y primera categoría de la ciudad de Guayaquil. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral .
- Ortiz, F. G. (2008). Concepto de restaurant. Magallanes, España: Thomsom Editores.
- Radiolaceja-online. (Recuperado 10 de Marzo de 2014). Alausí Independiente. Obtenido de Gesta de Independencia de Alausí: <http://www.callelargaalusi.com/edicion-especial/alausí-independencia/>
- Rosas, J. (10 de Febrero de 2014). Al nuevo portal turístico del Ecuador. Obtenido de Receña histórica: <http://perso.wanadoo.es/e/jc2630/historia.htm>
- Sierra, A. (2015). Recursos turísticos: inventario, clasificación, jerarquización, evaluación. Recuperado el 10 de febrero de 2015, de Copyright: <http://es.scribd.com/doc/46927500/Recursos-Turisticos-inventario-clasificacion-jerarquizacion-evaluacion#scribd>
- Tourism&Leisure. (Recuperado 19 de Agosto de 2014). Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador. Obtenido de Estrategias para fomentar el turismo: http://optur.org/pdf/PIMTE_2014-EDICION-Turismo-Interno.pdf
- Viajando por Ecuador. (2014). Cantón Alausí. Recuperado el 05 de febrero de 2015, de Copyright : <http://www.viajandox.com/chimborazo/alausí-canton.htm>

WordPress. (2008). Definición de Guía Turística. Recuperado el 05 de Febrero de 2015, de Copyright: <http://definicion.de/guia-turistica/>

VIII. ANEXOS

ANEXOS 1 Evidencias fotográficas

CAFÉ DEL TREN



FLAMINGO



EL CISNE 1



ASADERO KENN JHONY



MEZÓN DEL TREN



PUNTA BOCANA CAFÉ



LA BUKARDIA



RESTAURANTE DON FAUSTO



ANEXOS 2Atractivos turísticos de Alausí

Nariz del Diablo



Lagunas de Ozogoché



Puente Negro



Monumento San Pedro



Reloj Público



Iglesia La Matriz



ANEXOS 3

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

Preguntas hacer encuestados a los propietarios o empleados de los restaurantes del cantón Alausí.

1. Indique su género

M_____ F_____

2. Edad a la que pertenece.

a.- 18 a 30 años de edad

b.- 31 a 40 años de edad

c.- 41 a 50 años de edad

d.- 51 a 65 años de edad

3. ¿Indique el tipo de servicio ofrece su establecimiento?

Alimentación

Alimentación y hospedaje

4. ¿Cuenta con línea telefónica?

SI_____

NO_____

Teléfono_____

5. ¿Cómo considera usted, el estado de conservación de su restaurante?

a) Alterado

b) Deteriorado

c) No alterado

d) Conservado

6. ¿Cuenta con personal capacitado?

SI_____

NO_____

7. ¿Cuál es la forma de pago de su restaurante?

a) efectivo

b) cheque

c) tarjeta de crédito

8. ¿Cuenta su restaurante con un plato estrella?

SI _____ NO _____

¿Cuál es? _____

9. Indique el número de tenedores (pax).

a.- 25 _____

b.- 50 _____

c.- 75 _____

d.- 100 _____

e.- 150 _____

10. ¿Cómo considera usted el estado de menaje de su restaurante?

VARIABLE	EXCELENTE	BUENO	MALO	REGULAR
Vajilla				
Cristalería				
Cubertería				
Diseño de interior				

11. Requerimiento del restaurante

- a) Consta de entrada independiente del personal de trabajo
- b) Servicio de guardianía
- c) Comedor con superficie adecuada por cliente
- d) Personal capacitado
- e) Sanitario independiente para ambos sexos
- f) Personal de servicio uniformado
- g) Estacionamiento
- h) Decoración, vajilla y menaje de primera calidad
- i) Sopas y cremas
- j) Verduras, huevos o pastas
- k) Especialidades de pescado
- l) Especialidades de carne
- m) Postres, dulces o helados y frutas

12. ¿Qué tipo de comida ofrece su restaurante?

Comida típica _____

Comida rápida _____

Platos a la carta _____

¿Cuáles

son? _____

**13 ¿Está de acuerdo que se elabore una guía gastronómica para el cantón
Alausí?**

SI _____

NO _____

Gracias por su colaboración

ANEXOS 4

Ficha de observación aplicada a los lugares turísticos

Nombre:				
Propietario o Administrador				
Sector				
Atractivo turístico				
Tipo de servicios que ofrece el Atractivo turístico				
	Turismo		Alimentación y viaje	
Estado de conservación del sector turístico.				
	Alterado		No Alterado	
	Deteriorado		Conservado	
Infraestructura vial y de acceso; estado de las vías (Turismo).				
	Bueno		Malo	
	Regular		No Contestadas	
¿Qué medio de transporte es el más utilizado para llegar al cantón Alausí?				
	Indicador	Diario	Semanal	Mensual
	Bus			
	Automóvil			
	4x4			
	Tren			
El lugar turístico está afiliado a una Agencia de viajes.				
	si			
	no			
Infraestructura básica del sector				
	Agua potable		Red pública electricidad	
	Entubada		Sistema eléctrico	
	Tapada		Generador	
	Pozo séptico		Pozo ciego	
	No existe			

FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Nombre del recurso turístico:

Categoría:		Ficha: N°		
Tipo:		Características:		
Subtipo:		Ubicación:		
Criterio		valor asignado	ponderación	subtotal
a. Calidad	Estado de conservación		3	
b. Accesibilidad	Nivel de dificultad de vías de acceso		1	
	Servicio turístico		1.5	
	Servicio de apoyo		2	
c. Particularidad del atractivo			2	
Total				
OBSERVACIÓN: JERARQUÍA				