



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

**“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN
EL CANTÓN BAÑOS DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA A
TRAVES DEL ANÁLISIS E INVENTARIO DE SUS PLATOS TÍPICOS
EN EL PERIODO 2013- 2014”**

TESIS DE GRADO

Previo a la Obtención del Título de:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

Santiago Xavier Albán Velasteguí

RIOBAMBA – ECUADOR

2013

CERTIFICADO

Certifico que el presente trabajo de investigación ha sido revisado por lo tanto se autoriza su presentación.

.....

Ing. Ma. Belén Bastidas A.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN

Los miembros de tesis certifican que la investigación titulada “**PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN BAÑOS DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA A TRAVES DEL ANÁLISIS E INVENTARIO DE SUS PLATOS TÍPICOS EN EL PERIODO 2013- 2014**” de responsabilidad del señor egresado Santiago Xavier Albán Velastegui, ha sido revisada y se autoriza su publicación.

Ing. Ma. Belén Bastidas A.

.....

DIRECTORA DE TESIS

Ing. Silvia Tapia S.

.....

MIEMBRO DE TESIS

Riobamba ,22 de Noviembre del 2013

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía por ser parte de los prestigiosos profesionales que forma la institución.

A la Ing. María Belén Bastidas A. directora de tesis y a Silvia Tapia S. miembro de tesis que con sus múltiples conocimientos me prestaron la ayuda necesaria para el desarrollo de esta investigación y así poder culminarlo de manera satisfactoria.

Santiago Albán

DEDICATORIA

El trabajo de esta tesis fruto de mi esfuerzo y sacrificio dedico:

A Dios quien me ha dado la vida y fortaleza para finalizar con este trabajo, a mis padres queridos, quienes fueron el pilar fundamental, guía y apoyo, inculcando en su hijo los mejores valores éticos y morales.

A mis amigos con quienes he compartido momentos felices y tristes a lo largo de mi vida estudiantil y a todos aquellos que aportaron con sus sabios consejos para poder alcanzar este sueño.

Santiago Albán

SUMMARY

In the present research, is proposed the creation of a gastronomic route in Canton Baños Tungurahua Province through the analysis of typical dishes, the development of it was made visiting the tourist and strategic sites in the city of Baños de Agua Santa, it was created through the association of the tourist site and the dish that can be found near the place for a better understanding of the tourist.

The eleven most representative tourist sites that were chosen for the preparation of the gastronomic route are Monument to the Birds, San –martin Zoo, Tungurahua volcano view site, Monument to the Virgin, Flores Palomino Park, Zona Rosa of the City, Baños de Agua Santa Cathedral, Pools of the Virgin, Dinosaur Park, Artisan Passeege Ermita de la Virgen, Samari Spa, Waterfalls from the Manto de la Novia and extreme sports that can be done, Rio Verde – Devil Pailón.

By analyzing sites found the following dishes, Sweets treats and Melcochas, Sugar Canes, Cane Juice, Chicken Soup, Sandwich, Camotes with Meat Broth, Elephant Ears, Tilapia, Fritada, Roast Cuy, 31 Broth end Librillo.

It is recommended to form a legally constituted entity that will include the active representatives of the establishments that were in charge of advertising and promotion of this gastronomic route under the supervision of the Baños de Agua Santa Canton's tourism department.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación, se propuso la creación de una ruta gastronómica en el cantón baños de la provincia de Tungurahua a través del análisis e inventario de sus platos típicos, el desarrollo de la misma se realizó visitando los sitios turísticos y estratégicos de la ciudad de Baños de Agua Santa, consistió en la asociación del sitio turístico y del plato típico que se puede encontrar cerca de el para mejor entendimiento del turista.

Los 11 sitios turísticos más representativos que fueron escogidos para la elaboración de la ruta gastronómica son Monumento a los Pájaros, Zoológico San Martín, Mirador al Volcán Tungurahua, Monumento a la Virgen, Parque Palomino Flores, Zona Rosa de la Ciudad, Catedral de Baños de Agua Santa, Piscinas de la Virgen, Parque de los Dinosaurios, Pasaje Artesanal Ermita de la Virgen, Samari Spa, Cascadas desde el Manto de la Novia y Deportes extremos que se pueden realizar, Río Verde – Pailón del Diablo. Mediante análisis de los sitios encontramos los siguientes platos típicos; Dulces y Melcochas, Cañas de Azúcar, Jugo de Caña, Caldo de Gallina, Sanduche, Camotes con caldo de Carne, Orejas de Elefante, Tilapias, Fritada, Cuy Asado Caldo de 31 y Librillo.

Se recomienda formar una entidad legalmente constituida en la que serán parte activa los representantes de los establecimientos que se encargarán de la publicidad y promoción de esta ruta gastronómica bajo la supervisión del departamento de turismo del cantón Baños de Agua Santa.

INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	OBJETIVOS	3
	A. OBJETIVO GENERAL.....	4
	B. OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
III.	MARCO TEÓRICO	5
	3.1. Génesis de Baños de Agua Santa.....	5
	3.2. Generalidades.....	6
	3.3. Gastronomía de Baños.....	6
	3.3.1. Comidas Típicas:.....	6
	3.3.2. Melcochas.	7
	3.3.3. Camotes.	7
	3.3.4. Jugo de Caña.....	7
	3.3.5. Caldo de Gallina.	7
	3.3.6. El Sánduche.....	8
	3.4. Turismo	8
	3.4.1. Productos Turísticos	9
	3.4.1.1. Turismo Individual.....	9
	3.4.1.2. Turismo de Masas	9
	3.4.1.3. Turismo Cultural.....	10
	3.4.1.4. Turismo Natural.....	11
	3.4.1.5. Turismo Activo.....	12
	3.4.1.6. Turismo de Negocios.....	13
	3.4.1.7. Turismo Científico.....	15
	3.4.1.8. Turismo Espacial.....	16
	3.4.2. Turismo Gastronómico	16
	3.4.2.1. Origen	17

3.4.2.2. En la Actualidad	17
3.4.2.3. Turismo Gastronómico en el Ecuador	18
3.4.2.4. Importancia del Turismo Gastronómico	19
3.4.2.4.1. La Gastronomía como Atractivo Turístico	22
3.4.2.4.2. Presente y futuro del Turismo Gastronómico.....	24
3.5. Ruta Turística	28
3.5.1. Ruta Gastronómica.	29
3.6. Inventario	34
3.6.1. Inventario Cultural	34
3.6.2. Inventario Gastronómico	34
3.7. Marketing	40
3.7.1. Estrategias del Marketing.....	41
3.7.1.1. Estrategias para el Producto.....	42
3.7.1.2. Estrategias para el precio	43
3.7.1.3. Estrategias para la plaza o distribución.....	44
3.7.1.4. Estrategias para la promoción o comunicación	45
3.8. Clasificación de los restaurantes	46
3.8.1. Clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas	47
IV. HIPOTESIS	55
V. METODOLOGIA.....	56
A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN	56
B. VARIABLES	56
1. Identificación	56
2. Definición	56
3. Operacionalización	57
A. TIPO Y DISEÑO DE ESTUDIO.....	58
B. POBLACIÓN, UNIVERSO O GRUPOS DE ESTUDIO	58
C. DESCRIPCION DE PROCEDIMIENTOS	60
D. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
E. APLICACIÓN DE ENCUESTAS	¡Error! Marcador no definido.

F. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA GASTRONÓMICA.....	83
Piscinas de Aguas Termales.....	85
Cascadas.....	87
G. PROPUESTA DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.....	106
a. CONCLUSIONES.....	129
b. RECOMENDACIONES	131
c. BIBLIOGRAFIA.....	132
IV. ANEXOS.....	134

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Procedencia.....	60
Gráfico N° 2 Viajes.....	62
Gráfico N° 3 Tipo de Turismo.....	64
Gráfico N° 4 Oferta Gastronómica de Consumo.....	66
Gráfico N° 5 Tipo de Alimentación	68
Gráfico N° 6 Tipo de Platos Típicos.....	70
Gráfico N° 7 Oferta Gastronómica del Cantón	72
Gráfico N° 8 Oferta de Platos Típicos.....	74
Gráfico N° 9 Medios de Promoción	77
Gráfico N° 10 Publicidad de la Oferta Gastronómica	78

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Procedencia.....	60
Tabla N° 2 Viajes.....	62
Tabla N° 3 Tipo de Turismo.....	64
Tabla N° 4 Oferta Gastronómica de Consumo	66
Tabla N° 5 Tipo de Alimentación.....	68
Tabla N° 6 Tipo de Platos Típicos.....	70
Tabla N° 7 Oferta Gastronómica del Cantón	72
Tabla N° 8 Oferta de Platos Típicos.....	74
Tabla N° 9 Medios de Promoción.....	76
Tabla N° 10 Publicidad de la Oferta Gastronómica.....	78

I. INTRODUCCIÓN

El turismo gastronómico está adquiriendo cada vez mayor importancia en el Ecuador al igual que en muchos países del mundo. Sin embargo, a diferencia de

otros destinos el fenómeno no está muy estudiado en Baños de Agua Santa y, en la mayoría de casos, se lo analiza sólo como un elemento asociado al negocio de la hotelería y la restauración.

Baños de Agua Santa es una ciudad de la Provincia de Tungurahua, famosa por ser una de las ciudades que más turistas atrae en el Ecuador, está ubicada estratégicamente en el centro del país, entre los Andes y la Amazonia Ecuatoriana, se encuentra en las faldas del Volcán Tungurahua, posee un clima primaveral templado húmedo durante todo el año.

Es el lugar ideal para disfrutar de una gama de actividades y atractivos, conocido por ser pionero en la venta de caña de azúcar, además productor de melcochas a base de panela y muchos productos de ciclo corto que abastecen los mercados para el consumo turístico; sin embargo, estos productos no satisfacen las necesidades del mismo.

La creación de una ruta gastronómica que oferte productos y platos típicos que se expendan en los distintos establecimientos de la ciudad de Baños de Agua Santa impulsando el desarrollo, difusión y promoción del sector turístico los mismos que se encontraran en el inventario.

El objetivo se enfoca en dar a conocer un trayecto gastronómico en el Cantón Baños de Agua Santa mediante un estudio de posibles consumidores y de platos típicos a ofertar, para que sea esta una alternativa de desarrollo para la comunidad.

Este trabajo pretende mostrar la importancia de la gastronomía como aliado estratégico para el desplazamiento de personas en la ciudad de Baños de Agua Santa.

II. **OBJETIVOS**

A. OBJETIVO GENERAL

Realizar la propuesta de la creación de una ruta gastronómica en el Cantón Baños de Agua Santa de la Provincia de Tungurahua, a través del análisis e inventario de sus platos típicos.

B. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diagnosticar el servicio gastronómico en el cantón a través de un inventario de atractivos turísticos culturales enfocados a la gastronomía.
- Establecer la ruta gastronómica de acuerdo al estudio de mercado considerando las necesidades del turista.
- Elaborar la propuesta de promoción y difusión de la ruta gastronómica del cantón Baños de Agua Santa.

III. MARCO TEÓRICO

3.1. Génesis de Baños de Agua Santa

Los primeros habitantes de Baños casi con seguridad pertenecen al tipo de hombres de Lagoa Santa (Brasil), quienes aventurándose se infiltraron por la cuenca del río Pastaza hasta llegar al límite con los Andes (Restos encontrados en las cuevas de San Pedro en 1919, 44 cràneos, artefactos de piedra y barro que hoy se encuentran en el Museo Jacinto Jijòn y Caamaño de la Universidad Catòlica de Quito; además de restos arqueológicos hallados en Runtún, Machay, etc).

Baños de Agua Santa según datos históricos fidedignos, no tuvo fundador ni fecha alguna de fundación. Simplemente se fue poblando con la llegada de pequeños grupos dispersos de indios (antes de la conquista) y de españoles y mestizos que en especial comerciaban productos desde el Oriente hacia la Serranía y viceversa. Se hablaba que nuestra ciudad fue fundada por los españoles en 1553, pero esto no es real. La confusión se da porque en ese año por que fue elaborada la Orden de los dominicos asignándose para evangelizar la región de Canelos y Bobonaza.

Cuando los españoles llegan por primera vez a este sitio, al cual lo denominaban IPO en lengua puruhá, ellos encuentran grupos pequeños de Panzaleos y Puruhàes, muchos de ellos, que habían huido de las matanzas de los españoles. Además hallaron a ciertos indígenas venidos del Oriente. Esta población no era estable.

3.2. Generalidades

Baños de Agua Santa es una ciudad ecuatoriana, de la Provincia de Tungurahua; famosa por ser una de las ciudades que más turistas atrae en el Ecuador, se encuentra, a 3 horas al sur de Quito. Además, es la cabecera cantonal del cantón Baños. Con una población estimada en 20.000 personas que se dedican en un gran porcentaje a la actividad turística.

Baños, ubicado estratégicamente en el centro del Ecuador, entre los Andes y la Amazonia ecuatoriana, posee un clima primaveral templado húmedo durante todo el año, con una temperatura promedio de 18 °C, se encuentra en una altura de 1.820 msnm en las faldas del volcán Tungurahua.

Es el lugar ideal para disfrutar de una gama de actividades y atractivos. Está situado entre los Parques Nacionales Sangay y Llangantes.

3.3. Gastronomía de Baños

3.3.1. Comidas Típicas:

En Baños, más de 80 restaurantes esperan satisfacer los gustos de los paladares más exigentes, con una infinita variedad da comida nacional e internacional.

Dentro de la cocina nacional, podemos encontrar, en distintos lugares de la urbe y en el sector rural, comida típica de la Serranía Ecuatoriana como: fritada, hornado con tortillas, cuyes con papas, tripa mishqui, tortillas de maíz, picante, librilla, entre otras.

3.3.2. Melcochas.

Son dulces elaborados en base a la panela, la misma que nace del jugo de la caña de azúcar. Este producto artesanal se viene fabricando desde varias décadas atrás; esta típica golosina es el referente gastronómico de Baños y se lo puede encontrar en puestos de venta por toda la ciudad.

3.3.3. Camotes.

Es un tubérculo similar a la papa que se lo cultiva en diferentes lugares del Cantón, el mismo que se lo prepara en el típico caldo de carne, acompañado de arroz, de un jugo de carne y ensalada, o frito con diversas combinaciones. También es utilizado para la elaboración de exquisitas tortas. Por ser este un producto poco conocido, si usted quiere probarlo, debe hacerlo bajo pedido en cualquiera de los restaurantes.

3.3.4. Jugo de Caña

Es el extracto de la caña de azúcar, el mismo que se lo obtiene por medio de pequeños trapiches o molinos y que se lo sirve acompañado de hielo, jugo de limón o mandarina.

3.3.5. Caldo de Gallina.

Es un licor elaborado antiguamente por la familia Guevara; su preparación es un secreto, la que se dice estar compuesta por aguardiente de caña, macerado con gallinas y varias especies de frutas y plantas exóticas de la zona. Se lo puede encontrar en el famoso kiosco del Gringo Coca.

3.3.6. El Sánduche

Esta bebida es considerada como un delicioso cóctel, el cual está preparado con el aguardiente o puro, mezclado con jugo fresco de caña o guarapo; su nombre se debe a que primero se le pone una medida de jugo, luego una de aguardiente, otra de jugo y como condimentos jugo de limón o mandarina y el sánduche está listo.

3.4. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo desde el año 2001, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Arthur Bormann (Berlín, 1930) define el turismo como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Walter Hunziker - Kurt Krapf, 1942 dicen que "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

El término "turismología" surgió en los años '60. Pero fue el yugoslavo Živadin Jovičić (geógrafo en su formación académica), el científico considerado "padre de la turismología", quién lo popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en 1972.

Jovicic consideraba que ninguna de las ciencias existentes podía realizar el estudio del turismo en toda su dimensión (ni la geografía, ni la economía, ni la sociología, etc.) por considerar que sus aportaciones son unilaterales. Esto lo permitiría la creación de una ciencia independiente, la turismología.

3.4.1. Productos Turísticos

3.4.1.1. Turismo Individual

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

3.4.1.2. Turismo de Masas

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

3.4.1.3. Turismo Cultural

Es el que precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

- a) **Creativo:** Vinculado a la realización de actividades artísticas y creativas en el lugar de destino.
- b) **Urbano:** Desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto, es el tipo de turismo más grande del mundo y está dado por un turismo masivo.
- c) **Monumental:** Vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- d) **Arqueológico:** Vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- e) **Funerario:** Vinculado a los cementerios donde encontraremos tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí.
- f) **De compras:** Vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, y productos electrónicos, etc.
- g) **Etnográfico:** Vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
- h) **Literario:** Motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.
- i) **Idiomático:** Vinculado a los estudios, fundamentalmente a los de idiomas.

- j) **Gastronómico:** Vinculado a la comida tradicional de un determinado lugar.
- k) **Enológico:** Vinculado a los vinos de una zona.
- l) **Industrial:** Motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.

3.4.1.4. Turismo Natural

Se desarrolla en un medio natural, tratando siempre de realizar actividades recreativas sin deteriorar el entorno. Rural: es desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.

- a) **Ecoturismo:** Basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen las reservas y parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.
- b) **Agroturismo:** Su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
- c) **Agroecoturismo:** Es aquel donde el visitante se aloja en las habitaciones con estándares turísticos pero participa en las labores agrícolas, convive con la comunidad y consume los alimentos recolectados con la familia.
- d) **Ornitológico:** Es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.
- e) **Ictioturismo:** Es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca realizada en áreas naturales permitidas.

- f) **Cinegético:** Turismo enfocado a la caza de animales en lugares específicos (ranchos cinegéticos), donde se permite cazar solamente a los animales que han sido criados específicamente para este fin.

3.4.1.5. Turismo Activo

El turismo activo es aquel que se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.

- a) **Parques Temáticos:** Basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa en todo momento del visitante.
- b) **Deportivo:** La principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.
- c) **Aventura:** Aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel, etc.).
- d) **Religioso:** Una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia en el mundo son: Jerusalén, Roma, La Meca y Santiago de Compostela (en este último el Camino de Santiago tiene una doble vertiente deportiva y religiosa).

- e) **Espiritual:** Su motivación es el recogimiento y la meditación (monasterios, retiros espirituales, cursos de filosofía oriental, etc.).
- f) **Místico:** Se relaciona con el turismo orientado a la visita de lugares místicos.
- g) **Termal o de salud:** Está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza, etc.). La infraestructura cuenta normalmente con un núcleo principal o instalación termal independiente de las instalaciones hoteleras.
- h) **Médico:** Está orientado a la vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, dentales o tratamientos médicos en países donde son más baratas las atenciones.
- i) **Social:** Aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.
- j) **Experiencial:** Aquel en el que el participante toma parte en la actividad que está desarrollando. Los turistas se sumergen dentro de historias más o menos fantásticas como en una película.
- k) **Itinerante:** Se desarrolla activamente en varios lugares siguiendo rutas e itinerarios preestablecidos.

3.4.1.6. Turismo de Negocios

El turismo de negocios es aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general. Utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a

la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a internet.

- a) **Reuniones y congresos:** Muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a un colectivo o asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero que no tienen por qué ser de la misma empresa.
- b) **Seminarios y convenciones:** A diferencia del congreso, la convención suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.
- c) **Viajes de incentivo:** Vinculado a viajes de negocios, mientras que éste último es de trabajo, los de incentivo son de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados, incentivándolos a ello con un viaje que puede ser individual o de grupo.
- d) **Fam trips:** Los viajes de familiarización (fam trips) son viajes en los cuales periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes viven la experiencia del destino turístico de primera mano. Los beneficios de esta práctica incluyen generar interés en el destino, que el mismo aparezca en los medios de comunicación, la construcción de relaciones y contactos, y la posibilidad de crear un interés en otro ángulo de la historia o el destino turístico.

3.4.1.7. Turismo Científico

El turismo científico es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.

En ocasiones existe la necesidad de viajar para observar in situ alguna realidad que es objeto de estudio. El turismo científico se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural.

El turismo científico para el público en general apareció por primera vez en países desarrollados, con el objeto de involucrar de una manera más directa y participativa a las personas en el conocimiento del mundo natural.

Esta modalidad de turismo, busca ofrecer vacaciones orientadas a un mejor entendimiento de la naturaleza desde un punto de vista científico. Este turismo es muy buena fuente de beneficios económicos.

Ahora, en aras de una nueva visión de la ciencia desde la perspectiva de la socialización del conocimiento, nace el Turismo Científico Social orientada al fomento de una cultura turística y científica que permite conocer, compartir y valorar el origen, las costumbres, la sabiduría de un pueblo de forma creativa. Proporcional al desarrollo social y al beneficio que el turismo aporta al baluarte de una localidad.

3.4.1.8. Turismo Espacial

Anousheh Ansari, de origen iraní, fue la primera mujer turista en órbita y la cuarta del mundo.

Comenzó a principios del siglo XXI realizado por personas muy ricas y valientes, los riesgos de perder la vida en un viaje al espacio son elevados.²⁵

Los primeros viajes consistían en una estancia de 3 o más días en la Estación Espacial Internacional en la que realizaban fotografías del espacio y la Tierra, videos, conversaciones con personas en la estación, disfrutar de la ingravidez, colaborar con los tripulantes de la estación y también realización de pequeños experimentos.

Varias empresas trabajan en la construcción de naves capaces de realizar vuelos suborbitales y orbitales, así como en un hotel modulable para estancias más largas y asequibles que las actuales, valoradas en unos 21 millones de dólares.

3.4.2. Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita. El turismo gastronómico es una nueva opción de aventura, no sólo dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs o gourmets. Más bien, está enfocado a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria.

Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como la visita de mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de los lugareños, participación en fiestas locales, etc.

Uno de los objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores y preparaciones culinarias.

3.4.2.1. Origen

Ya en Europa en el siglo XIII, se empezaron a realizar las primeras guías gastronómicas, que eran una relación de las mejores posadas y restaurantes. Estas guías eran realizadas por los famosos "gourmets" o "gastronomers", personas de muy grande apetito que se dedicaban en clasificar los restaurantes, el más famoso fue "Kurnonsky" en Amberes dedicado exclusivamente a la cocina francesa. El gran Curnoskyde nombre original Maurice EdmondSailland fue nombrado el "príncipe de los gastrónomos" en 1927 se dedicó a viajar por diversos lugares de Francia con un conjunto de amigos y aficionados a la gastronomía.

3.4.2.2. En la Actualidad

Existen varias rutas gastronómicas en el mundo dedicadas a diversos tipos de comida o insumos, por ejemplo: Ruta del jamón Ibérico en España, ruta de los quesos de cabra, ruta de la tenca, ruta de las frutas y los licores, ruta de los vinos, la ruta de los nuggets, etc.

En los que se eligen temas culinarios que remarcan la identidad de la ruta, se promueve la venta de un producto alimenticio (marketing), se desarrolla una economía local, se promueve la cultura e identidad de una región.

El turismo gastronómico está asociado generalmente a otras actividades que lo complementan, tal y como puede ser el turismo rural.

3.4.2.3. Turismo Gastronómico en el Ecuador

La gastronomía de Ecuador es rica, abundante y llena de sabor, además de variada, destacando la diversidad de ingredientes de gran calidad, con los que se elaboran sus platos, entre los que se encuentran los pescados y mariscos, las carnes de cordero, cerdo, vaca y pavo, las papas, maíz, frutas y verduras.

En la cocina ecuatoriana se utiliza mucho las especias como el ají, cilantro, perejil, canela, etc., dando así un excelente sabor a sus platos.

Entre los platos más populares hay que destacar los elaborados con pescados y mariscos como el ceviche, elaborado con pescado, camarón, langosta, almejas, mejillones, ostras, etc., la cazuela de pescado, la sopa marinera, la guatita, estofado de carne elaborado con mondongo o librilla, se sirve con una salsa de maní y papas. Es un plato que se sirve caliente. La fritada, el sancocho, humitas de choclo y tortillas de maíz, son otros de los platos de este país.

Y para dar un toque dulce nada mejor que hacerlo probando los dulces típicos de Ecuador como las cocadas, panqueques, dulce de leche, además de ricas frutas

tropicales como el mango, maracuyá, papaya, piña, melón, etc., con los que se elaboran ricos helados y zumos refrescantes.

La chicha es una de las bebidas típicas de Ecuador, así como los zumos de frutas, el canelazo que es un cóctel caliente de trago, mezclado con canela y azúcar, y agua ardiente (puro).

3.4.2.4. Importancia del Turismo Gastronómico

Para entender el fenómeno que supone el turismo gastronómico digamos que, un segmento de turistas es atraído por los valores culturales que, históricamente, han generado toda la actividad alrededor de la cocina y de los productos netamente característicos de la región.

Si bien en gran parte del mundo falta información sobre el turismo basado en el patrimonio, se sabe que los lugares históricos se encuentran entre los más importantes atractivos para el turismo internacional.

Para apreciar su importancia, sólo basta observar a las masas de turistas que visitan el Coliseo de Roma; las pirámides de Egipto o los castillos y catedrales de Gran Bretaña. Sin embargo, no sólo el legado monumental arquitectónico o artístico, “visible”, constituye un foco de atención. También ciertos aspectos tradicionales de la cultura, como las fiestas, las danzas y la gastronomía, al contener significaciones simbólicas y estar referidas al comportamiento; al pensamiento y a la expresión de los sentimientos de diferentes grupos culturales, forman parte del consumo turístico.

Ya sean por sí mismas o como complemento de otras atracciones, de mayor envergadura.

Pero no será hasta el año 1997 cuando, finalmente, la UNESCO introduce, de manera oficial, el concepto de Patrimonio Intangible, al que, la respetable institución define como: El conjunto de formas de cultura tradicional y popular o folclórica. Es decir, las obras colectivas que emanan de una cultura y se basan en la tradición.

La prestigiosa institución sigue dictándonos, que esas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos, y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Se incluyen en ellas las tradiciones orales. Las costumbres. Las lenguas. La música y los bailes. Los rituales y las fiestas. La medicina tradicional y la farmacopea (libros recopilatorios de recetas de productos con propiedades medicinales). Las artes culinarias y todas las habilidades especiales relacionadas con los aspectos materiales de la cultura, tales como las herramientas o el hábitat.

Al propio tiempo, en todo el mundo se tiende a una homogenización de la cultura, ya que los países más desarrollados imponen sus propios modelos. Y un buen ejemplo, viene dado por la imposición que ejercen los restaurantes de fast food como nuevo modelo de alimentación popular.

Al respecto, creo que valdría la pena recordar lo que nos indica otro experto en turismo cultural: el profesor Marcelo Azambuja, quien, en su trabajo, “La Gastronomía como producto turístico”, asegura que: “La gastronomía está cobrando

cada vez mayor importancia como otro producto para el Turismo Cultural. Las motivaciones principales se centran en la búsqueda del placer a través de la alimentación y el viaje, pero dejando a un lado lo estándar para favorecer lo genuino”.

La cocina de cada zona, están siendo cada vez más reconocida como un valioso componente del patrimonio intangible de los pueblos; y, curiosamente, el mundo gastronómico ha motivado la aparición de un turismo cultural, que está dándole al sector una nueva e ilusionante proyección.

Si bien un plato está a la vista, las formas de su elaboración y el significado para cada sociedad son aquellos aspectos que no se ven, pero que le dan su carácter distintivo.

Ese novedoso interés, por parte de cierto segmento de los viajeros, en relación a la gastronomía, se convierte, a su vez, en un importante aliado para rescatar antiguas tradiciones. Que se encuentran en vías de desaparición.

Tal como señala otro especialista, Marcelo Álvarez, en su obra, “La cocina como patrimonio intangible”: “En los últimos años se está viendo la necesidad de revalorizar el patrimonio culinario regional, puesto que se trata de uno de los pilares indispensables sobre los que debería fundarse, en gran parte, el desarrollo del Turismo Cultural”.

A nadie se le esconde que la gastronomía viene ganando terreno como atracción, tanto para residentes como para turistas, puesto que forma parte indisoluble de la cultura de los pueblos.

En general, parece que, tras la pérdida de las antiguas costumbres, en constante peligro de desaparición, ciertos sectores de las sociedades más desarrolladas también se interesan en rescatar y divulgar, aquellos aspectos de las culturas populares que nos legaron nuestros antepasados.

Al respecto, no deberíamos olvidar que cada pueblo cuenta con un amplio bagaje de tradiciones y costumbres, y que el turismo se vale de ellas para atraer a viajeros interesados en las diferentes manifestaciones culturales. Manifestaciones que pueden observarse tanto en el ámbito urbano como en el rural.

3.4.2.4.1. La Gastronomía como Atractivo Turístico

La comida y la bebida adquieren características durante las celebraciones. Ya sea durante los llamados ritos familiares como bodas, bautizos, comuniones, funerales, etc. o durante los más relacionados con aspectos religiosos como Navidad, fiestas patronales, etc. En tales ocasiones, se consumen alimentos y bebidas que, rara vez, están presentes durante el resto del año.

Uno de los ejemplos más válidos, en Europa, para entender lo que comida y bebida significan, en cuanto a elemento folklórico y de atracción turística, es la Oktoberfest: la antigua fiesta de la cerveza, que goza de una enorme popularidad en el sur de

Alemania y que fue, en sus orígenes, una ecofiesta. Hoy diseñada siguiendo las pautas de la cultura popular, de las que me permito resumir su carga histórica-cultural: desde mediados de septiembre hasta mediados de octubre debía ser consumida la cerveza expresamente preparada para el verano, y así dejar lugar para almacenar la que se consumiría durante el invierno. La que se consumía en verano era elaborada siguiendo un criterio especial, a fin de evitar los problemas causados por el calor; recibe el nombre de Märzenbier (cerveza de marzo), ya que su fabricación no puede extenderse más allá de ese mes.

La Oktoberfest comienza en un sábado y dura 16 días, en los que participan todas las firmas cerveceras de Munich.

Son, todas ellas, un conjunto de tradiciones populares e historia que, finalmente, se ha convertido en un inmedible elemento mediático. Un fenómeno social que, a su vez, fomenta, año tras año, el turismo internacional: millones de turistas.

El saber interpretar esos valores culturales, e implementarlos en un eventual Producto Turismo Gastronómico, supondría, para algunas comunidades autónomas de nuestro país, la motivación de la creación de éste.

La gastronomía, como, a su vez, señala Ronald Escobedo Mansilla, en su obra, "Alimentación y Gastronomía: Cinco siglos de intercambios entre Europa y América" es, de alguna manera, el elemento cultural de la alimentación.

El hombre pocas veces consume directamente lo que la Naturaleza le ofrece, y comienza a transformarlo originando tradiciones culinarias que sólo se modifican lentamente.

Pero, además, no se contenta con nutrirse, sino que crea alrededor de ese acto una serie de hábitos, costumbres, ritos, tabúes, etc. En pocas palabras: crea todo un entorno distinto.

Y así, con el objeto de potenciar el atractivo de las diversas gastronomías, se ha creado, en diferentes partes del mundo, una serie de rutas que comprenden lugares, donde la cocina tiene características similares.

3.4.2.4.2. Presente y futuro del Turismo Gastronómico

Es evidente que el ciudadano medio del primer mundo ha alcanzado altos niveles culturales y, por ende, ha absorbido una cultura culinaria jamás antes experimentada.

Prueba de ello, es toda la prensa especializada, los miles de libros, las decenas de programas de radio y de televisión, los festivales nacionales e internacionales, las facultades universitarias de gastronomía, como las de Roma y Zaragoza, las cada vez más precisas guías de viajes y de gastronomía que, unidos a los cada día más altos niveles económicos y, por tanto, de dispendio, han propiciado que muchos destinos turísticos, incluso de turismo de masas, estén realizando esfuerzos para mejorar su oferta gastronómica o al menos complementar eficientemente con ella todos sus atractivos

La gastronomía ha alcanzado tales niveles de divulgación mediática que puede observarse como esos, ya cotidianos, programas de televisión se han convertido en eficaces plataformas para la promoción de autores de literatura, de cine y de teatro. Ya nadie viaja a ciegas, las guías gastronómicas casi se han convertido en libros de cabecera. Y quizás, sea la Michelin el libro más divulgado hoy en el mundo desarrollado.

Si, por ejemplo, los restaurantes neoyorquinos Le Circle o La Grenuille cambian a sus jefes de cocina será noticia del New York Times; o si el joven chef televisivo Jemmy Oliver pasa por una crisis matrimonial, rápidamente lo recogerá el tan leído The Sunday Mirror.

Si viajamos a la turística Isla Mauricio nos encontraremos con restaurantes de hoteles de lujo asesorados por célebres chefs europeos como Alain Ducase; o que en Agadir los hoteles de cinco estrellas se afanan por ofrecer su rica cocina y despensa autóctonas, así como, una esmeradísima Alta Cocina, dirigida por maestros de cocina europeos.

Incluso, brillantes chefs alauitas como el joven Mohamed Fedal, que ha revolucionado completamente las deliciosas cocinas marroquíes: la popular y la aristocrática, dirige hoy tres restaurantes de sorprendente interés internacional. Uno lo gestiona en París; otro, de súper lujo, en Marrakech y el tercero en Rabat.

Y para terminar con los ejemplos, véase cómo un destino tan concreto, tan bien segmentado, como Las Vegas, con puro casino y juegos de azar, ha puesto en

marcha todo un gigantesco plan de mejora gastronómica. Y, a fin de posicionarse, para mejor fidelizar a su vieja y nueva clientela, está reorganizando sus restaurantes o cambia radicalmente su oferta trayendo a brillantes cocineros de cualquier parte del globo.

Por otro lado, Madrid se han volcado institucionalmente en financiar costosos eventos como Madrid-fusión, y miles de viajeros y la prensa especializada acuden, también cada año, para asistir al Salón Internacional del Gourmet. Además, salones alimentarios como el barcelonés Alimentaria han tenido que enriquecer su oferta de exhibición con eventos culinarios, concursos de cocineros, catas de vinos, de quesos, etc., u organizando dinámicos show cooking.

Por su lado, Valladolid renueva cada octubre su capitalidad mundial de la tapa y el pincho, y Madrid y Málaga ofrecen también sendas ferias de esa verdadera “minicocina”.

La pequeña ciudadela de Laguardia sirve cada año como sede y relaciones públicas para Rioja Alavesa con su congreso de cine y gastronomía: Cinegourland, y San Sebastián y Bilbao renuevan anualmente sus atractivos eventos gastronómicos Lo Mejor de la Gastronomía, La Semana de Inchaurreondo o Los Premios Pil-pil.

Y en todo este contexto, las islas Canarias pueden ser un último ejemplo, con su Plan de Mejora “Gastronomía de Canarias”, proyecto dirigido por la empresa pública Hoteles Escuela de Canarias, ha dado un impulso a la calidad de su oferta gastronómica a la vez que ha mentalizado a sus empresarios y profesionales

hosteleros. En suma, ha hecho las tareas para conseguir la incorporación de la necesaria mejora continua de un sector que tanto necesita de ella. Existen, y esperamos que existan en el futuro, turistas interesados en el descanso a la orilla del mar o a pie de montaña, pero a su vez querrán practicar golf o senderismo, y ya no les animará comer el codillo con chucruta de su pueblo o el tan socorrido plato de pasta.

Es evidente que la gastronomía ha pasado a ser un elemento que estimula, más y más, la curiosidad y, consecuentemente, ya no debe evitarse al diseñar un paquete turístico; fiel reflejo en unos tiempos en que, como consecuencia de una preocupante sobreoferta y tanta masificación, tenemos que atraer a viajeros, expertos o no, que se horrorizan ante el desprestigiado “todo incluido”.

Y, ahora en pleno siglo XXI nos encontramos con que la gastronomía, la cocina, se han convertido, seguro, en un interesante soporte para atraer a un turismo de calidad.

A un turismo sensible, culto, y, también, por qué no, respetuoso con el medio ambiente: es el Turismo Gastronómico que cada vez su auge incrementa con nuevas proformas gastronómicas que siguiendo las tradiciones de cada región no se desvanecen y ayudan a cuidar de nuestra Gastronomía.

3.5. Ruta Turística

Siendo la ruta un camino hacia fines diversos, la ruta turística es también un recorrido que tiene un objetivo: permite admirar paisajes, recordar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo y desearían admirarse con la geografía natural y/o humanizada del sitio. En este último caso, se habla de rutas culturales.

En las paradas que se hacen en los distintos centros turísticos que integran la ruta, se hallan montadas instalaciones hoteleras, negocios y servicios para los turistas, que son una gran fuente de recursos económicos para la región.

En general son las agencias de turismo las que trazan al viajero la ruta basados en un mapa, donde se le señalan los distintos destinos, los medios en que se trasladarán, el estado de las rutas, los horarios de salida y de arribo, las distancias entre un lugar y otro, los alojamientos y les describen los atractivos que disfrutarán. Otras rutas ya están predeterminadas por las respectivas regiones, exigiéndose un esfuerzo conjunto del sector público y privado.

En las rutas turísticas no sólo se disfruta de los destinos fijados, sino del tránsito entre uno y otro lugar.

Se conocen 2 tipos de rutas turísticas: Las rutas circulares, y las rutas punto a punto o lineales, cuyas etapas están determinadas por los atractivos turísticos en sí.

Los pasos para establecer o delimitar una ruta turística son básicamente los siguientes:

1. Realizar un cuidadoso inventario de los atractivos turístico de la zona.
2. Clasificar dichos atractivos, y definir cuál o cuáles de ellos, harán parte de la ruta. De acuerdo a estudios de demanda local e internacional.
3. Hacer un diagnóstico de la infraestructura de la zona o región, definiendo sus fortalezas y debilidades. Planes de acción y estrategias a corto y mediano plazo.
4. Analizar y valorar las posibles rutas alternativas.
5. Seleccionar la o las rutas aptas para la zona, los atractivos y el perfil del cliente objetivo.

3.5.1. Ruta Gastronómica.

La comida tradicional, forma parte importante de la cultura de un país. La forma en que se habla, lo que se celebra, la historia, las tradiciones, las creencias y, sin duda también, lo que se come, define en gran parte las características de una nación y de sus habitantes.

3.5.1.1. Qué es una ruta gastronómica?

Una Ruta Gastronómica es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, expresiones de la identidad cultural argentina.

3.5.1.2. Cómo se organizan las rutas gastronómicas?

Las Rutas Gastronómicas se organizan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta y le otorga su nombre.

La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma: comida, producción agroindustrial, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional.

3.5.1.3. Para qué organizar las rutas gastronómicas?

- Para consolidar la cultura productiva regional
- Para valorizar los alimentos regionales argentinos.
- Para estimular el desarrollo de Distintivos de Calidad, entre ellos las Denominaciones de Origen e Indicaciones de Geográficas, Productos Orgánicos, etc.
- Para dinamizar las economías regionales.
- Para promover los alimentos regionales.

- Para promover la cultura gastronómica nacional a través de las expresiones culinarias regionales.

3.5.1.4. Quienes integran las rutas gastronómicas?

Las Rutas Gastronómicas se integran con los productores agropecuarios que en sus establecimientos reciben turistas a los cuáles les brindan servicios de alimentación, los restaurantes regionales que privilegian en sus menú es los platos tradicionales basados en la producción primaria local y los proveedores agroindustriales de la zona.

3.5.1.5. Qué elementos caracterizan una ruta gastronómica?

- Una producción básica que distingue a la región de la ruta.
- Un itinerario desarrollado sobre la base de la Red Vial
- En los establecimientos agropecuarios adheridos a la ruta se produce el alimento que da origen al nombre de la misma, o existe la posibilidad de extraerlo en el mismo establecimiento cumpliendo con las normativas sanitarias y conservacionistas vigentes (en el caso de los provenientes de la caza o la pesca).
- La existencia de un número mínimo de integrantes en cada ruta que justifique su apertura.

- La existencia de una normativa reglamentaria que norma el funcionamiento de los integrantes.
- Un Menú Regional cuyos platos han sido elaborados con los productos que caracterizan a la ruta.
- Una organización local que brinda información sobre la ruta
- Un sistema de señalización de la ruta
- Un mapa u hoja de ruta conteniendo información explicativa sobre la misma
- La oferta en la Carta de restaurantes y de los establecimientos de turismo rural de al menos 1 Menú Regional Argentino (compuesto por una entrada, un plato principal y un postre), el que deberá basarse en el alimento que caracteriza la ruta.

3.5.1.6. Tipos de rutas gastronómicas

Las rutas pueden organizarse sobre diversos fundamentos, entre ellos destacamos los siguientes:

- **Rutas gastronómicas por producto:**

Se trata de rutas organizadas sobre la base de un determinado producto, vinos, quesos, etc. Son las más frecuentes. Calzavara, A. (1998).

- **Rutas gastronómicas por plato:**

Se trata de una organización cuyo sustento más importante es el plato preparado. Es decir, la cocina constituye el hilo conductor de la organización. Las Rutas de la

Carpa Frita y del Choucrutte (Alsacia) en Francia, o la embrionaria Ruta del Curanto en el Sur de Chile (Barrera, 1999) son ejemplos de este tipo de organización.

- **Rutas étnico-gastronómicas:**

Aunque podrían integrarse a las rutas por plato, el componente étnico es tan importante que merece distinguirse. Se trata de aquellos emprendimientos sustentados en la tradición culinaria de pueblos inmigrantes. Tal es el caso de los estados brasileños de Santa Catarina y Río Grande do Sul, donde la fuerte presencia de las colectividades alemana e italiana se ha asociado al turismo rural conformando rutas gastronómicas (sin mayor formalidad) asociadas a la nacionalidad de los inmigrantes. Un ejemplo es la ruta de la colonia italiana Roteiros Integrados da Quarta Colonia.

3.6. Ministerio de Turismo

El Ministerio de Turismo, como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control. El Ministerio de Turismo garantizará que la actividad turística se constituya en fuente prioritaria y permanente de ingresos del país, posicionando al Ecuador entre los más importantes destinos de Latinoamérica, aportando a la mejora de la calidad de vida de los ecuatorianos, mediante el desarrollo social, económico y ambiental.

3.7. Inventario

Que se entiende por “inventario” es otro aspecto a tener en cuenta y aclarar desde el principio. A pesar de que desde la antropología hay una tendencia generalizada a considerar que un inventario es todo un proceso de investigación, tanto de la Convención como de las directrices operativas se desprende inequívocamente que un inventario se percibe básicamente como un catálogo o registro de elementos. Con todo, en ninguna parte hay una definición concreta de inventario ni se establece qué información debe proporcionar.

3.7.1. Inventario Cultural

El objetivo primordial del inventario del patrimonio cultural es lograr su reconocimiento como riqueza y potencial. El inventario es la etapa que precede y en la que se fundamentan las acciones sostenibles de gestión, protección, salvaguardia y divulgación de los bienes y manifestaciones que lo conforman. Así mismo, el inventario es un mecanismo indispensable para sensibilizar a todos los actores sobre la importancia de su patrimonio cultural. Para su manejo y acceso se desarrolló un módulo de inventario en el Sistema Nacional de Información Cultural (Sinic), que constituye una herramienta de recolección de datos y registro de los bienes. Este portal facilita la consulta y el registro de los bienes y las manifestaciones inventariados.

3.7.2. Inventario Gastronómico

La jerarquización del inventario define los destinos turísticos y gastronómicos prioritarios a desarrollar y evita el “trueque por intereses políticos” por falta de

metodologías científicas. El diagnóstico de un plan global, siempre ha de contener un detallado inventario de los “recursos gastronómicos y turísticos” con que cuentan las comunidades en la región, a fin de utilizarlo como uno de los elementos indispensables para determinar los segmentos de mercado, distancias potenciales de desplazamiento (local, regional, nacional e internacional), el tipo, la ubicación y monto de las inversiones que han de venir a reforzar la planta turística de la localidad, comunidades, municipio, comarca, región, estado, país. Este inventario se divide de acuerdo a su importancia en:

a) Alimentos, bebidas y utensilios tradicionales:

Existen por ser bienes y medios de subsistencia relacionados con la gastronomía, pero no necesariamente son considerados atractivos por la sociedad en general, aunque generan desplazamiento principalmente de excursionistas o visitantes de día que no pernoctan:

1. Ingredientes e insumos.
2. Utensilios ancestrales de preparación.
3. Platos tradicionales.
4. Bebidas tradicionales entre otros.

b) Atracciones y actividades gastronómicas:

Atraen y tienen fuerza de generar desplazamientos de excursionistas, visitantes y turistas gastronómicos, principalmente de procedencia nacional:

1. Cocina tradicional (cotidiana, festiva y ceremonial).
2. Ceremonias y rituales.

3. Centrales de abasto de alimentos y bebidas.
4. Mercados generales.
5. Mercados especializados (animales, dulces, utensilios, comida preparada, etc.).
6. Mercados o Tianguis itinerantes (trueque en Pátzcuaro).
7. Establecimientos gastronómicos específicos (dulcerías, paleterías, neverías, panaderías y otros relacionados y similares de cada país).
8. Restauración (Restaurantes, enotecas, cenadurías, fondas, taquerías, sandwichería etc.).
9. Establecimientos de bebidas (bares, cantinas, pulquerías, refresquerías etc.).
10. Cocinas demostrativas y clases.
11. Museos Gastronómicos (Jamón, Ron, Habano, Café, Cacao, Cerveza, Tequila y otros relacionados y similares de cada país).
12. Museos etnográficos (producción de alimentos, hábitos alimenticios y cultura alimenticia).
13. Sitios singulares gastronómicos.
14. Actividades gastronómicas.

c) Producto gastronómico y turístico:

Es un conjunto de productos, servicios y experiencias gastronómicas tangibles e intangibles en rutas o circuitos pertenecientes a regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista, es

un producto compuesto que debe ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: mercados, atracciones, actividades y productos, alojamiento, infraestructura interna y externa, estructura o equipamiento y superestructura.

Puede generar desplazamiento de turismo internacional además de los ya mencionados. Enlistamos algunos de ellos:

1. Festivales gastronómicos (Festival Gourmet, Puerto Vallarta, México).
2. Ferias gastronómicas.
3. Congresos gastronómicos.
4. Exposiciones gastronómicas.
5. Ruta productos gastronómicos temáticos (tequila, café, cacao, piña).
6. Rutas paisajísticas (Sembradíos de Agave Azul en Tequila, Jalisco).
7. Ruta menús temáticos (Yerba Mate, Argentina).
8. Ruta productos denominaciones de origen y certificados de calidad (España).
9. Ruta étnico gastronómica (Cocineras tradicionales, Ruta de Don Vasco, Michoacán, México).
10. Circuitos de cocineros emblemáticos.
11. Itinerarios de restaurantes galardonados.

d) Destino gastronómico y turístico:

Conjunto de recursos gastronómicos (alimentos, bebidas, utensilios tradicionales, atracciones, actividades y productos gastronómicos) que generan una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar los esfuerzos necesarios para

desplazarse hacia él. Territorio que con una marca, un precio y un lugar en el mercado mantiene durante una gran parte del año un flujo de visitantes y turistas lo suficientemente numerosos como para convertir esta actividad en una de las bases de su economía y desarrollo. Algunos ejemplos son: Madrid, Barcelona, París, New York entre otros Diagnóstico, DAFO y recomendaciones

Los métodos y criterios que pueden dar lugar a proyectos turísticos y gastronómicos son diversos. La jerarquización de zonas depende precisamente de la concentración en calidad o cantidad del inventario gastronómico y turístico que contenga cada una. Realizarla es uno de los pasos decisivos para avanzar sobre el diseño de la estrategia espacial y definir la viabilidad de un plan general. Una metodología para llevar a cabo la compilación del inventario está desarrollada en el documento D. número 5/006 del Centro Interamericano de Capacitación Turística (Méx-OEA) donde los elementos de interés turístico son clasificados según cuatro jerarquías:

Jerarquía I :

Atractivos sin méritos suficientes para considerarlos al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico, como elementos que complementan a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de proyectos turísticos (Alimentos, bebidas y utensilios tradicionales).

Jerarquía II:

Inventario con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes y turistas de larga distancia que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales (atracciones y actividades gastronómicas y turísticas).

Jerarquía III:

Inventario con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente importante (actual o potencial) de visitantes y turistas nacionales por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos; y la extranjera sólo en conjunto con otros atractivos complementarios (Productos gastronómicos y turísticos).

Jerarquía IV:

Inventario excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de turistas y visitantes actual o potencial (Destino gastronómico y turístico).

Definidas las jerarquías de los recursos, atractivos, productos y destinos gastronómicos turísticos (inventario), podremos segmentar el tipo de excursionista, visitante o turista que se puede desplazar para hacer uso y disfrute de los mismos. Queda claro que entre mayor sea la jerarquía, mayor será también la distancia del desplazamiento, el tiempo de estadía, el gasto promedio y la asignación de recursos como podemos ver en el cuadro m5 nivel de jerarquía y desplazamiento.

3.8. Marketing

Hay dos caras del marketing: el marketing estratégico y el marketing operativo.

El marketing estratégico es el elemento que define y encuadra las líneas maestras de comunicación y comercialización de la empresa, para aprovechar las oportunidades del mercado.

Traza los objetivos y los caminos que luego deberán seguir las tácticas de marketing operativo en aras de lograr un mayor resultado con la menor inversión y esfuerzo, definiendo el posicionamiento de la empresa frente al mercado elegido para ser destinatario de las acciones de comunicación y venta.

Dentro de desarrollo de la estrategia de marketing se integran actividades como:

- Conocer las necesidades, problemas y deseos actuales y futuros de los clientes.
- Identificar diferentes grupos de posibles consumidores y prescriptores en cuanto a sus gustos y preferencias o segmentos de mercado.
- Valorar el potencial e interés de esos segmentos, atendiendo a su volumen, poder adquisitivo, competencia o grado de apremio en querer resolver el problema o colmar el deseo.
- Tener en cuenta las ventajas competitivas de la empresa, orientarla hacia oportunidades de mercado, desarrollando un plan de marketing periódico con los objetivos de posicionamiento buscados.

El marketing operativo es la puesta en práctica de la estrategia de marketing y del plan periódico a través de las variables de marketing mix: producto, precio, promoción y punto de venta o distribución.

3.8.1. Estrategias del Marketing

Las estrategias de marketing, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing.

Ejemplos de objetivos de marketing pueden ser: captar un mayor número de clientes, incentivar las ventas, dar a conocer nuevos productos, lograr una mayor cobertura o exposición de los productos, etc.

El diseño de las estrategias de marketing es una de las funciones del marketing. Para poder diseñar las estrategias, en primer lugar debemos analizar nuestro público objetivo para que luego, en base a dicho análisis, podamos diseñar estrategias que se encarguen de satisfacer sus necesidades o deseos, o aprovechar sus características o costumbres.

Pero al diseñar estrategias de marketing, también debemos tener en cuenta la competencia por ejemplo, diseñando estrategias que aprovechen sus debilidades, o que se basen en las estrategias que les estén dando buenos resultados, y otros factores tales como nuestra capacidad y nuestra inversión.

Para una mejor gestión de las estrategias de marketing, éstas se suelen dividir o clasificar en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos de un negocio:

- a) Estrategias para el producto
- b) Estrategias para el precio
- c) Estrategias para la plaza o distribución
- d) Estrategias para la promoción o comunicación

Conjunto de elementos conocidos como las 4 P o el marketing mix también llamado mercadotecnia.

Los ejemplos de estrategias de marketing que podemos aplicar para cada elemento que conforma la mezcla de marketing:

3.8.1.1. Estrategias para el Producto

El producto es el bien o servicio que ofrecemos o vendemos a los consumidores.

Algunas estrategias que podemos diseñar relacionadas al producto son:

- Incluir nuevas características al producto, por ejemplo, darle nuevas mejoras, nuevas utilidades, nuevas funciones, nuevos usos.
- Incluir nuevos atributos al producto, por ejemplo, darle un nuevo diseño, nuevo empaque, nuevos colores, nuevo logo.
- Lanzar una nueva línea de producto, por ejemplo, si nuestro producto son los jeans para damas, podemos optar por lanzar una línea de zapatos para damas.

- Ampliar nuestra línea de producto, por ejemplo, aumentar el menú de nuestro restaurante, o sacar un nuevo tipo de champú para otro tipo de cabello.
- Lanzar una nueva marca (sin necesidad de sacar del mercado la que ya tenemos), por ejemplo, una nueva marca dedicada a otro tipo de mercado, por ejemplo, uno de mayor poder adquisitivo.
- Incluir nuevos servicios adicionales que les brinden al cliente un mayor disfrute del producto, por ejemplo, incluir la entrega a domicilio, el servicio de instalación, nuevas garantías, nuevas facilidades de pago, una mayor asesoría en la compra.

3.8.1.2. Estrategias para el precio

El precio es el valor monetario que le asignamos a nuestros productos al momento de ofrecerlos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar relacionadas al precio son:

- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos aprovechar las compras hechas como producto de la novedad.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos crear una sensación de calidad.

- Reducir el precio de un producto, para que, de ese modo, podamos atraer una mayor clientela.
- Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado.

3.8.1.3. Estrategias para la plaza o distribución

La plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se ofrecerán o venderán nuestros productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia dichos lugares o puntos de venta. Algunas estrategias que podemos aplicar relacionadas a la plaza o distribución son:

- Ofrecer nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio.
- Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestros productos o aumentar nuestros puntos de venta.
- Ubicar nuestros productos en todos los puntos de venta, habidos y por haber estrategia de distribución intensiva.
- Ubicar nuestros productos solamente en los puntos de venta que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos estrategia de distribución selectiva.

- Ubicar nuestros productos solamente en un punto de venta que sea exclusiva estrategia de distribución exclusiva.

3.8.1.4. Estrategias para la promoción o comunicación

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o hacer recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su compra, adquisición, consumo o uso. Algunas estrategias que podemos aplicar relacionadas a la promoción son:

- Crear nuevas ofertas tales como el 2 x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero.
- Ofrecer cupones o vales de descuentos.
- Obsequiar regalos por la compra de determinados productos.
- Ofrecer descuentos por cantidad o descuentos por temporadas.
- Organizar sorteos o concursos entre nuestros clientes.
- Publicar anuncios en diarios, revistas o Internet.
- Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- Participar en ferias.
- Poner puestos de degustación.
- Organizar eventos o actividades.

- Auspiciar a alguien, a alguna institución o a alguna otra empresa.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- Crear letreros, paneles, carteles, afiches, folletos, catálogos, volantes o tarjetas de presentación.

3.9. Clasificación de los restaurantes

Tipos de restaurantes

Existen principalmente cuatro tipos de restaurantes que se relacionan incondicional por tres factores: costumbres sociales, hábitos y requerimientos personales y presencia de corriente turística nacional y extranjera.

- **Restaurantes gourmet:** ofrecer platillos que atraen a personas aficionadas a comer marjales delicados. El servicio y los precios están de acuerdo con la calidad de la comida, por lo que estos restaurantes son los más caros.
- **Restaurantes de especialidades:** ofrece una variedad limitada o estilo de cocina. Estos establecimientos muestran en su carta una extensa variedad de su especialidad, ya sean mariscos, aves, carnes o pastas, entre otros posibles. Existe otro tipo de restaurante, que es fácil de confundir con el de especialidades como es el restaurante étnico, mismo que ofrece lo más sobresaliente o representativo de la cultura gastronómica de algún país, es decir, pueden ser mexicanos, chinos, italianos, franceses, etc.

- **Restaurante familiar:** sirve alimentos sencillos a precios moderados, accesibles a la familia. Su característica radica en la confiabilidad que ofrece a sus clientes, en términos de precios y servicio estándar. Por lo General, estos establecimientos pertenecen a cadenas, o bien, son operados bajo una franquicia consistente en arrendar el nombre y sistema de una organización.
- **Restaurante conveniente:** se caracteriza por su servicio rápido; el precio de los alimentos suele ser económico y la limpieza del establecimiento intachable, por lo que goza de confiabilidad y preferencia.

3.9.1. Clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas

Clasificación por el tipo de comida: en esta clasificación encontramos restaurante es:

1. Vegetarianos y macrobióticos.
2. De pescados y mariscos.
3. De carnes rojas.
4. De aves

Clasificación por la variedad de servicios:

Se clasifican en:

- **Restaurantes de autoservicio:** establecimientos que se localizan en centros comerciales, aeropuertos, ferias, etc., Donde el cliente encuentre una variedad

de platillos que combina a su gusto. Los precios son bajos por el poco personal y además no se deja propina.

- **Restaurantes de menú y a la carta:** Los restaurantes a la carta tienen mayor variedad platillos individuales, de modo que los clientes pueden elegir de acuerdo con sus apetitos y presupuesto.

Los de menú ofrecen determinados platillos a precio moderado. Ambos pueden dividirse, a su vez, en:

- **De lujo:** como comida internacional, servicio francés y carta de vinos.
- **De primera y tipo medio:** ofrecen comida internacional o nacional especializada, sin servicio francés ni carta de vinos, pero con servicio americano.
- **De tipo económico:** ofrecen comida de preparación sencilla con servicios mínimos, también al estilo americano.

Clasificación por categorías:

Los restaurantes se han clasificado en diferentes formas; la clasificación por categorías sugiere cinco grupos: de Lujo, de primera clase, comercial, de rango medio y económico o limitado.

▪ Restaurante de lujo (5 tenedores)

Los restaurantes de lujo deben reunir varias características, en especial en el servicio; Éste se efectuará personalizado y con innumerables detalles que halagarán al comensal. Este tipo de establecimiento o deberá contar con una

entrada independiente para clientes y otra exclusiva para el personal; diferentes servicios que brindan comodidad al comensal como responsable o valet parking, sala de espera o área de bar donde la persona puede esperar su mesa del comedor, un comedor con decoración, ambiente y equipo confortable para brindar un servicio adecuado, teléfono celular disponible para el uso del cliente, aire acondicionado y calefacción en sus respectivos casos, sanitarios o amplios e independientes, cocina funcional, losada, en la que, cristalería y blancos de acuerdo con la decoración y concepto del restaurante. El servicio se efectuará directamente en las mesas con platillos que saldrán de la cocina, cubrefuentes o bien, que se preparan a la vista del comensal, según sea el caso.

La cocina deberá tener almacén, cámaras frigoríficas y todo el equipo, así como la maquinaria necesaria para su funcionamiento. Todo el personal, tanto de contacto como de apoyo, tendrá a su disposición armarios independientes y servicios sanitarios completos para el aseo personal de cada uno de ellos. La carta del restaurante será la principal herramienta de venta, por la variedad de platillos divididos en sus tiempos correspondientes entradas, sopas, pastas, ensaladas, especialidades o sugerencias, carnes, aves, postres, etc., para el servicio que este tipo de establecimiento debe ofrecer.

Deberá mostrar una carta de bebidas alcohólicas, tanto de vinos y cervezas, como de aguardientes. Destacan este tipo de establecimiento el personal perfectamente presentado y uniformado, el cual deberá estar acorde con el lugar de lujo, con amplia capacitación y conocimiento de los productos que se venden en el mismo.

- **Restaurante de primera clase (4 tenedores)**

Este tipo de restaurante, conocido como full service, los tendrá un toque completo de servicios de acuerdo con la categoría del establecimiento. La diferencia con el anterior se encuentra en su herramienta de ventas: la carta o menú; estaba presentará de 5 a 7 diferentes tiempos de servicio, así como una variedad limitada de bebidas alcohólicas. 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 cubrefuentes y otros podrán ser preparados a la vista del comensal.

- **Restaurante de segunda clase (3 tenedores)**

Este tipo de restaurante es también conocido como turístico. Pueden tener acceso independiente para comensales, que en su defecto, será utilizada por el personal de servicio exclusivamente en las horas que no haya atención a los clientes. Con esta misma será el abastecimiento de los diferentes proveedores. Su capacidad será más restringida en espacio y su carta contará con no más de seis tiempos a ofrecer, como ejemplos 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.

▪ **Restaurante de tercera clase (2 tenedores)**

El acceso será utilizado tanto por comensales como por el personal del mismo; su mobiliario será apropiado: loza irrompible, plaque 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.

▪ **Prestarán debe parte clase (1 tenedor)**

Este establecimiento tendrá el comedor independiente la cocina, plaque inoxidable, loza irrompible, cristalería sencilla en buen estado de conservación, servilleta de tela o papel, servicios sanitarios decorosos y personal perfectamente aseado. Su carta o menú, aunque sencillo, ofrecerá platillos de no más de tres diferentes tiempos:

1. Sopas.

2. Guisados-especialidades.

3. Postres de la casa o frutas.

Todos los restaurantes tienen la obligación de cuidar la calidad, presentación, sazón y limpieza de sus platillos, conservar el estilo, decoración y ambiente de su propio concepto de establecimiento.

Cada restaurante debe preocuparse por conservar adecuadamente sus recetas y métodos de preparación, la presentación de cada platillo, el trato amable y cortés para cada uno de sus comensales.

Es muy importante cuidar la limpieza general de todo el establecimiento, el adecuado funcionamiento de los servicios sanitarios, la correcta presentación del personal de contacto como de apoyo, y contar con los permisos y acreditaciones legales para ofrecer el servicio de alimentos.

▪ **Cafeterías y taquerías**

Al acto las cafeterías se clasifican en tres categorías: inspección, primera y segunda.

Cafetería de categoría especial

Este establecimiento se caracteriza por contar con un sistema de control eficiente, de que aplican los comandos personalizados y dependientes para que con ello se aplique la venta un comensal; cuenta con cócteles profesionales para brindar diferentes tipos y estilos de café, así como una barra o mostrador visible por

instrucciones ensaladas, variedad de platillos con servicio de barra para que la persona seleccionar lo que más apetezca.

Tiene entrada para clientes independientes del la del personal de servicio; cuenta con estacionamiento, teléfono y servicios sanitarios cómodos e independientes; su mobiliario decoración serán apropiados, cómodos y funcionales; además, loza, plaque y cristalería adecuada y funcional para el servicio que su concierto ofrecen, así como lugar el deseo para el personal. Su carta o menú de limitado, dijo invisible con tres o cuatro tiempos de servicio, con variedad de platillos en cada uno de ellos. Tiene personal de contacto y de apoyo uniformado y capacitado para garantizar una atención rápida y eficiente. En ciertos casos ofrecer una carta de vinos o lista de Bebidas.

- **Cafetería de primera categoría**

En General, estos lugares cuentan con comandas personalizadas independientes; con una misma entrada para comensales trabajadores; en algunas ocasiones el abastecimiento de mercancías era en la misma entrada. Sin servicio sanitario independiente; loza, plaque y cristalería existente; cafetería profesional y/o mostrador visible. La carta o menú más limitada idea, presentará tres o cuatro tiempos de servicio con poca variedad de platillos en cada uno de ellos. El personal se presentará en forma adecuada y uniformado ofreciendo un servicio rápido y eficiente.

- **Cafetería de segunda categoría**

Este tipo de establecimiento cuenta con un solo servicio, sanitarios independientes, loza, cristalería y plaque inoxidable en un buen estado de conservación; además con una cafetería profesional y barra o mostrador apropiado para ofrecer el servicio al que está comprometido; su carta está limitada algunos platillos y no más de tres tiempos de servicio o precios. El personal uniformado deberá brindar un servicio eficiente.

En General, todas las cafeterías deberían ofrecer las injerencias del día o menú del día, con tres tiempos de servicio. Estos sitios están comprometidos a cuidar la limpieza de sus instalaciones y servicios, así, la calidad de sus productos, dando preferencia y cuidado en la preparación de las comidas y bebidas con productos de ingredientes frescos y de calidad, la presentación de los platillos, y aunado a esto, el trato del personal de contacto cortés y amigable, así como el servicio sanitario pulcro.

IV. HIPOTESIS

La creación de una ruta gastronómica, incide en el desarrollo turístico del cantón Baños de Agua Santa y de la provincia de Tungurahua.

V. METODOLOGIA

A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

La investigación, se realizó en el cantón Baños provincia de Tungurahua y tuvo una duración de 6 meses.

B. VARIABLES

1. Identificación

Las variables que se estudió en la presente investigación fueron:

Variable Independiente: Ruta gastronómica

Variable Dependiente: Inventario, Estudio de Mercado,

2. Definición

Ruta Gastronómica.- Es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita.

Inventario.- Es la relación o lista de los bienes materiales y derechos pertenecientes a una persona o comunidad, hecha con orden y claridad.

Estudio de Mercado.- Consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

3. Operacionalización

CONCEPTO	CATEGORIAS O DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM BÁSICO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Ruta Gastronómica: Es un conjunto de productos, servicios y experiencias gastronómicas tangibles e intangibles en rutas, circuitos o itinerarios en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista	Productos	Platos típicos	Observación directa	Encuesta
	Servicios	Asaderos Restaurantes Bares Cafeterías	Demanda Observación directa	Encuesta
	Experiencias	Satisfacción del cliente	Demanda	Encuesta
	Espacio Geográfico	Rutas Circuitos Itinerarios	Demanda	Mapeo

CONCEPTO	CATEGORIAS O DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM BÁSICO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Estudio de Mercado El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica	Ambiental	Impacto ambiental	¿Tiene registro sanitario? ¿Clasifica los desechos?	Fichas
	Participación	Turismo privado Turismo particular Turismo comunitario	¿Usted pertenece a alguna asociación? ¿Cómo prefiere trabajar en comunidad o asociación?	Encuestas
	Economía	Nivel de vida	¿Trabaja para cubrir sus necesidades? ¿Cuántos son sus ingresos anuales?	Encuestas

A. TIPO Y DISEÑO DE ESTUDIO

La investigación realizada se hizo a través del estudio de mercado de tipo exploratorio en función de identificar la problemática de una ruta gastronómica en la ciudad Baños de Agua Santa y es descriptiva porque se han descrito los hechos como han sido observados durante el proceso de la investigación.

B. POBLACIÓN, UNIVERSO O GRUPOS DE ESTUDIO

Para establecer la muestra simple se utilizó el método exploratorio, teniendo como referencia del universo a los turistas que ingresan al Ecuador y como población a la cantidad de turistas que visitan al cantón Baños en el feriado de Semana Santa del año 2012.

- **Universo:** Habitantes del cantón Baños
- **Población:** Turistas que llegan al cantón Baños
- **Muestra:** Formula

Población elegible: Turistas que llegan al cantón Baños por temporada o feriado.

Criterios de Inclusión:

- **Sexo:** Masculino – Femenino
- **Edad:** de 16 a 70 años

Criterios de Exclusión:

Habitantes que residen en el cantón Baños

El trabajo de investigación se llevará a cabo en el cantón Baños, elaborando encuestas a los turistas que llegan hasta el cantón; haciendo un total de 306 encuestados quienes evaluarán la oferta gastronómica que posee Baños.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N * (P * Q)}{N - 1 (e/k)^2 + (P * Q)}$$

n = tamaño de la muestra

N= Universo de estudio (467.331 N° de habitantes en feriado por fiestas cantonales)

P= Probabilidad de ocurrencia del hecho o fenómeno (0.5)

Q= Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

e = Margen de error (5%)

k= Constante de corrección de error (1,92)

$$n = \frac{467,331 * (0,5 * 0,5)}{467,331 - 1(0,05/1,92)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{467,331 * 0,25}{466,331(0,0006) + 0,25}$$

$$n = \frac{116,83}{0,53}$$

n= 306 Utilizamos la siguiente fórmula para obtener los porcentajes exactos

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Nacionales: 35%

Extranjeros: 65%

C. DESCRIPCION DE PROCEDIMIENTOS

El trabajo de investigación se llevó a cabo en el cantón Baños, elaborando encuestas a los turistas que llegan hasta el cantón; haciendo un total de 306 encuestados quienes evaluaron la oferta gastronómica que posee Baños.

El Objetivo de la recolección de datos es brindar información, lo más certera posible, relevante a la investigación. Los instrumentos utilizados para recoger información surgieron de la definición de las variables y cuentan determinadas características para la medición de un fenómeno. La Segunda es la que se obtiene mediante la comunicación con el sujeto de estudio.

En este estudio se recolectaron los datos de la siguiente manera:

El primer paso fue establecer los lugares donde se pueden encontrar comida típica, mediante la visita al departamento de Turismo del Municipio del Cantón Baños de Agua Santa, contactándonos con la encargada de dicho departamento.

Se realizó una visita a los lugares señalados como puntos gastronómicos principales del Cantón, y se entrevistó a los clientes donde se expenden los diferentes platos de la zona con la finalidad de conocer cuáles son los platos más apetecidos y si tienen una oferta variada. Con toda la información recolectada se realizó el levantamiento de la información realizando una lista de los establecimientos más importantes de la zona.

1. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

TABLA N° 2

PROCEDENCIA

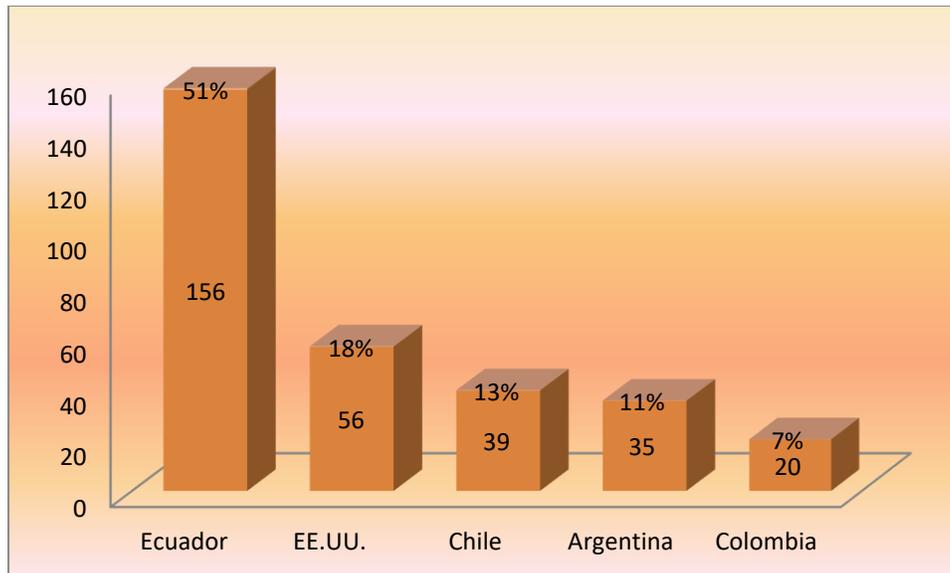
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecuador	156	51%
EE.UU.	56	18%
Chile	39	13%
Argentina	35	11%
Colombia	20	7%
TOTAL	306	100%

FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

GRAFICO N° 1

PROCEDENCIA



FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

De un total de 306 turistas encuestados de acuerdo a su país de procedencia el 51% de ellos son Ecuatorianos, el 18% corresponde a turistas de nacionalidad Estado Unidense, el 13% provienen desde el país de Chile, un 11% vienen desde el país de Argentina, y por ultimo un 7% nos visitan desde Colombia.

El turismo está adquiriendo cada vez mayor importancia en el Ecuador, es por ellos que turistas nacionales y extranjeros visitan la ciudad de Baños de Agua Santa para conocer tanto su gastronomía como sus atractivos que lo caracterizan. Mediante estos datos se pudo comprobar que la mayor cantidad de turista que llega a la ciudad de Baños de Agua Santa son Ecuatorianos que valoran su patrimonio nacional.

2. Los Viajes a la ciudad de Baños de Agua Santa, ¿De qué manera los realiza?

TABLA N° 3

VIAJES

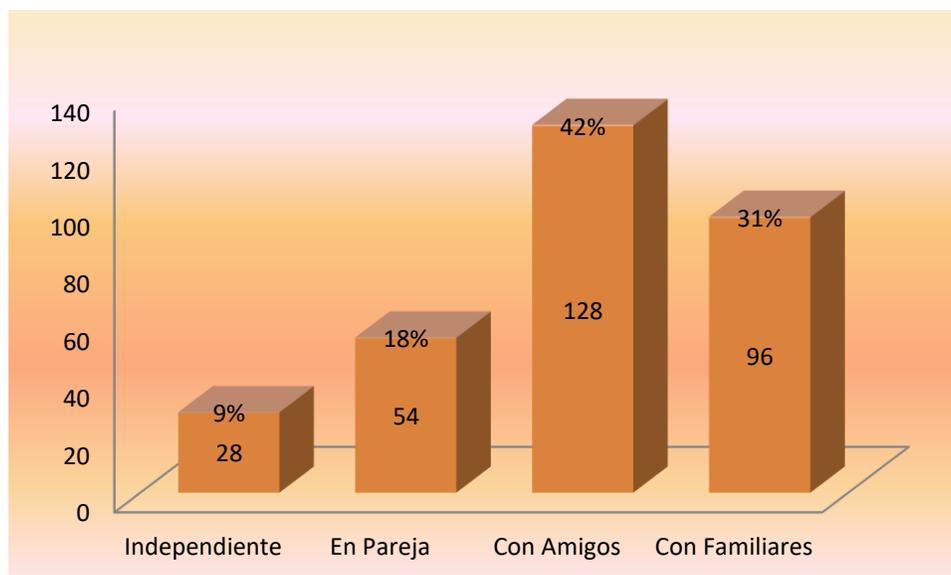
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Independiente	28	9%
En Pareja	54	18%
Con Amigos	128	42%
Con Familiares	96	31%
TOTAL	306	100%

FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

GRAFICO N° 2

VIAJES



FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

De acuerdo a los datos expuestos los 306 turistas respondieron que un 42% visitan la ciudad con amigos, seguido con un 31% que viajan con su familia y un 18%, viaja con sus respectivas parejas y por ultimo un 9% que viaja independientemente. Baños de Agua Santa es lugar para disfrutar de una gran gama de actividades sus atractivos naturales van creando un ambiente divertido y seguro para el turista. Se ha comprobado que el mayor número de personas que concurren a esta ciudad lo hacen por diversión en grupos de amigos para disfrutar de su vida nocturna y su turismo de aventura.

3. ¿Qué tipo de turismo realiza en Baños de Agua Santa?

TABLA N° 4

TIPO DE TURISMO

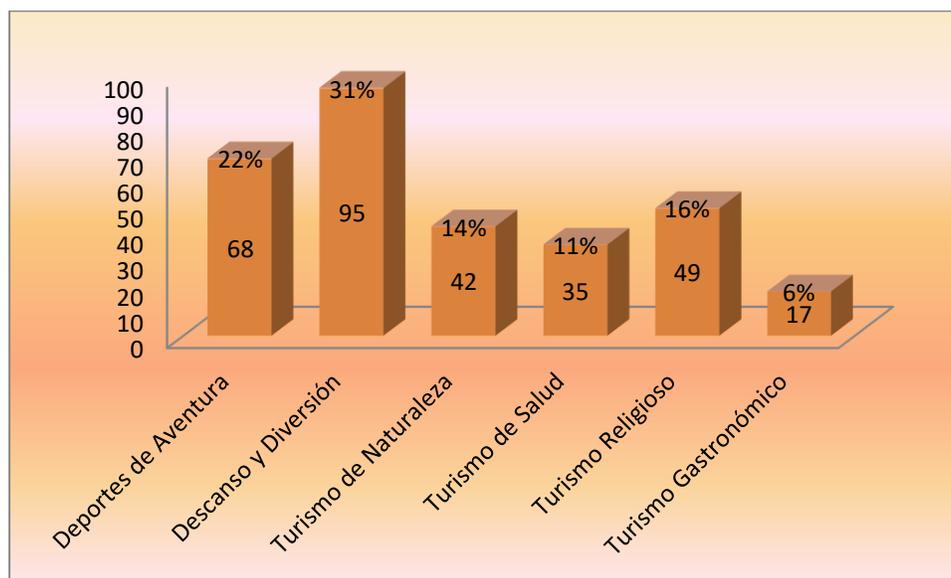
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deportes de Aventura	68	22%
Descanso y Diversión	95	31%
Turismo de Naturaleza	42	14%
Turismo de Salud	35	11%
Turismo Religioso	49	16%
Turismo Gastronómico	17	6%
TOTAL	306	100%

FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

GRAFICO N° 3

TIPO DE TURISMO



FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

En la encuesta realizada a 306 turistas un 31% prefieren el descanso y la diversión , mientras que un 22 % prefiere los deportes de aventura ,el 16% les atrae el turismo religioso, un 14% nos visitan por el turismo y su naturaleza y con un 11% por el turismo de salud, y un 6% visita esta ciudad por el turismo gastronómico.

El turismo ha hecho de Baños de Agua Santa una ciudad con gran acogida ya que ofrece muchas atracciones como deportes extremos, balnearios, iglesias. Es el lugar ideal para disfrutar de una serie de actividades Con estos resultados se pudo confirmar que la ciudad de Baños es más concurrida por gente joven que busca diversión y practicar deportes de aventura.

4. ¿Qué tipo de oferta gastronómica consume con mayor frecuencia?

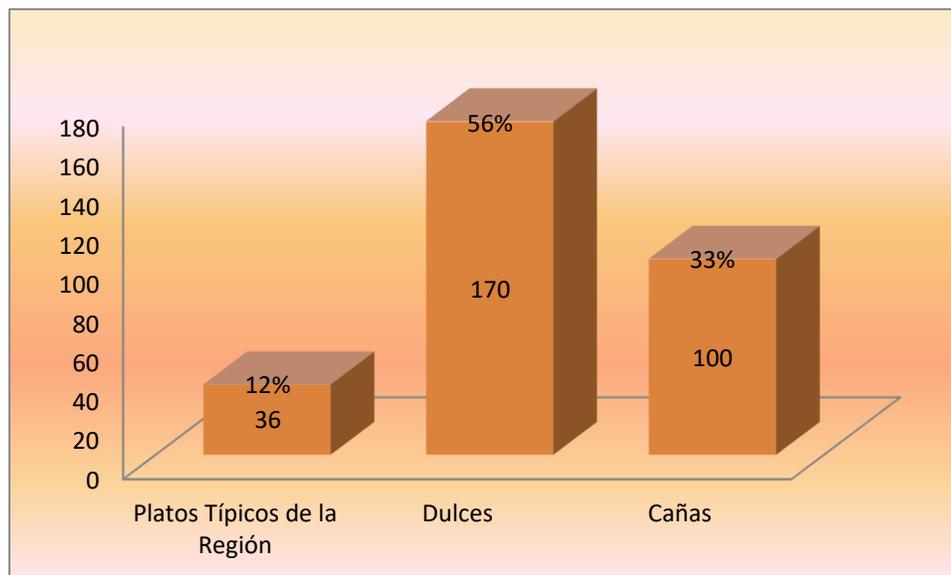
TABLA N° 5
OFERTA GASTRONÓMICA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Platos Típicos de la Región	36	12%
Dulces	170	56%
Cañas	100	33%
TOTAL	306	100%

FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

GRAFICO N° 4
OFERTA GASTRONÓMICA



FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

Se obtuvieron los siguientes resultados gracias a la colaboración de los 306 encuestados un 56% consume mayoritariamente los dulces y melcochas un 33% de las ricas cañas de azúcar y apenas un 12% se inclinaron por sus platos típicos. Los dulces y confites elaborados a base de panela y guayaba atraen mucho a los turistas quienes se deleitan de su sabor característico y es considerado como una golosina en el referente gastronómico de Baños de Agua Santa. Con ello se comprobo que el consumo masivo se da en los dulces y las melcochas .

5. ¿Dentro de la oferta gastronómica de Baños de Agua Santa, que tipo de platos prefiere?

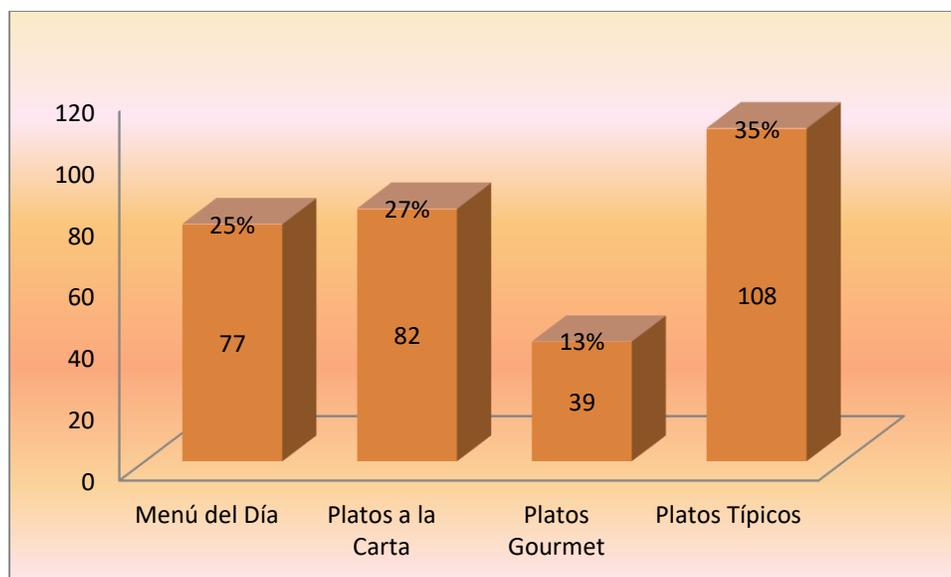
TABLA N° 6
TIPO DE ALIMENTACIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menú del Día	77	25%
Platos a la Carta	82	27%
Platos Gourmet	39	13%
Platos Típicos	108	35%
TOTAL	306	100%

FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

GRAFICO N° 5
TIPO DE ALIMENTACIÓN



FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

De un total de 306 encuestados un 35% manifestó que prefieren en su generalidad platos típicos mientras que un 27% prefiere platos a la carta con un 25%, consumen el menú del día y por ultimo con un 13% prefieren los platos gourmet.

Es importante connotar que la gastronomía no solo se la ubica en sitios de primer orden donde se sirven platos típicos o a la carta, sino que se abarcara aspectos como la visita a los mercados, tiendas de venta de productos alimenticios entre otros. Mediante este análisis se pudo verificar que los turistas en su mayoría prefieren los platos típicos de esta ciudad, ya que los nuevos sabores y preparaciones culinarias los harán exquisitos.

6. De los siguientes platos típicos y tradicionales. ¿Cuál es el más apetecido por usted?

TABLA N° 10

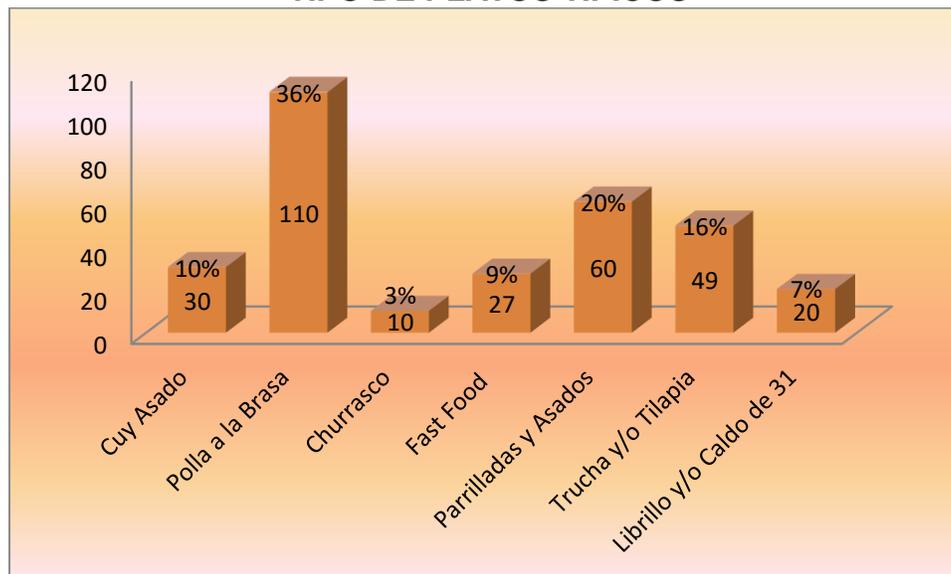
TIPO DE PLATOS TIPICOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuy Asado	30	10%
Polla a la Brasa	110	36%
Churrasco	10	3%
Fast Food	27	9%
Parrilladas y Asados	60	20%
Trucha y/o Tilapia	49	16%
Librillo y/o Caldo de 31	20	7%
TOTAL	306	100%

FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

GRAFICO N° 9
TIPO DE PLATOS TIPICOS



FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

Al realizar la encuesta a los 306 turistas en cuanto al plato típico más apetecido el 36% respondieron que es el Pollo a la Brasa, un 20%, aduce que consume parrilladas asados un 16% prefiere la trucha o la tilapia un 10% ratifico que es el cuy y un 9% les atrae el Fast Food, y con un 7% encontramos el caldo de 31 junto con el librilla y apenas un 3% eligió el Churrasco.

La gastronomía típica de la ciudad de Baños de Agua Santa está siendo cada vez más reconocida como un valioso componente del patrimonio intangible de esta región, es por eso que existen muchos restaurantes que esperan satisfacer los gustos de los paladares más exigentes. Es evidente que la cultura culinaria experimentada por los turistas tanto nacionales como extranjeros se resumen en su preferencia por el pollo a la brasa.

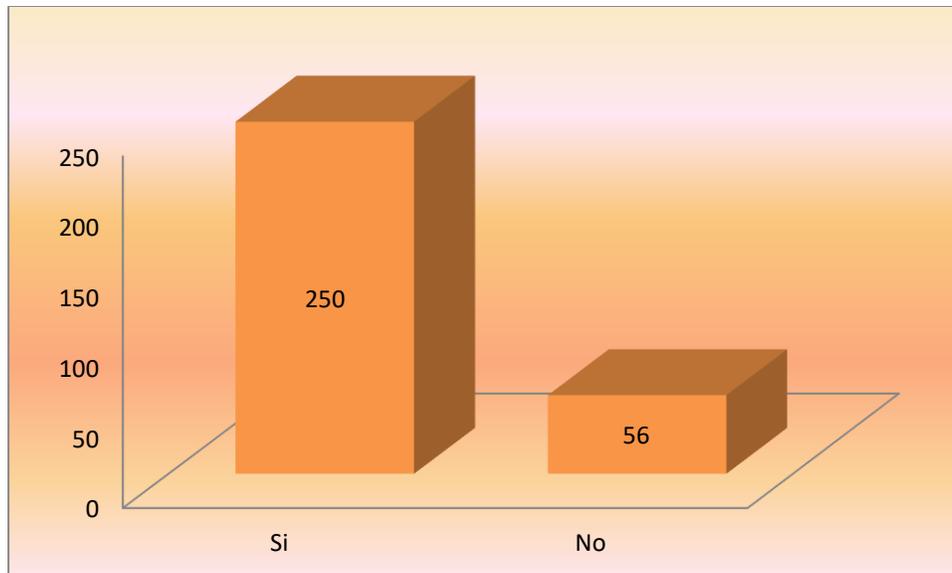
7. ¿Le gustaría conocer la ruta gastronómica del cantón Baños de Agua Santa?

TABLA N° 11
OFERTA GASTRONOMÍA

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	250	82%
No	56	18%
TOTAL	306	100%

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

GRAFICO N° 10
OFERTA GASTRONOMÍA



FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

En la encuesta realizada a los 306 turistas que visitan la ciudad de Baños de Agua Santa es indispensable manifestar que un 82% desearía conocer la oferta gastronómica que ofrece el cantón, caso contrario un 12% no le gustaría conocer ningún tipo de oferta gastronómica.

La ruta turística y gastronómica podría convertirse en un segmento de valores culturales intangibles que, históricamente han generado toda la actividad alrededor de la comercialización de los productos netamente característicos de la región. Los datos tabulados dieron como resultado que la gran mayoría de turistas quisieran más información sobre la oferta gastronómica al arribar a la ciudad de Baños de Agua Santa

8. ¿Considera usted que debería existir más oferta de platos típicos del Cantón?

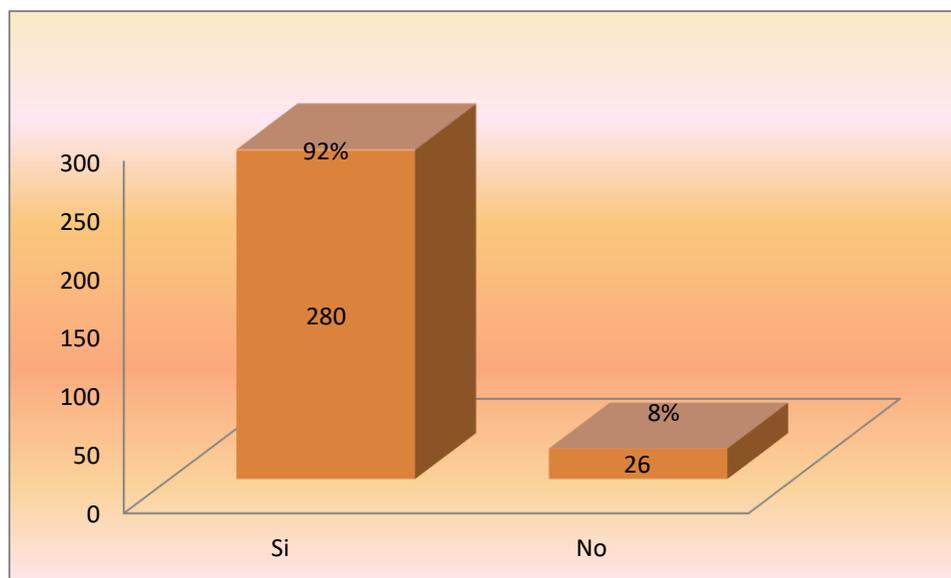
TABLA N° 12
OFERTA DE PLATOS TÍPICOS

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	280	92%
No	26	8%
TOTAL	306	100%

FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

GRAFICO N° 11
OFERTA DE PLATOS TÍPICOS



FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

De un total de 306 encuestados se obtuvieron los siguientes resultados en su gran mayoría con un 92% manifestaron que debería existir más oferta gastronómica un 8% respondieron que no debería existir ningún tipo de ofertas gastronómica perteneciendo a la minoría del total de encuestados.

Es de vasto conocimiento que la oferta de platos típicos de la ciudad de Baños de Agua Santa no es normalmente amplia, lamentablemente solo se le ha conocido por las cañas y sus dulces acompañado de sus ricas melcochas.

9. ¿Para consumir un plato típico y/o tradicional de Baños de Agua Santa, por qué medios de promoción o difusión se enteró?

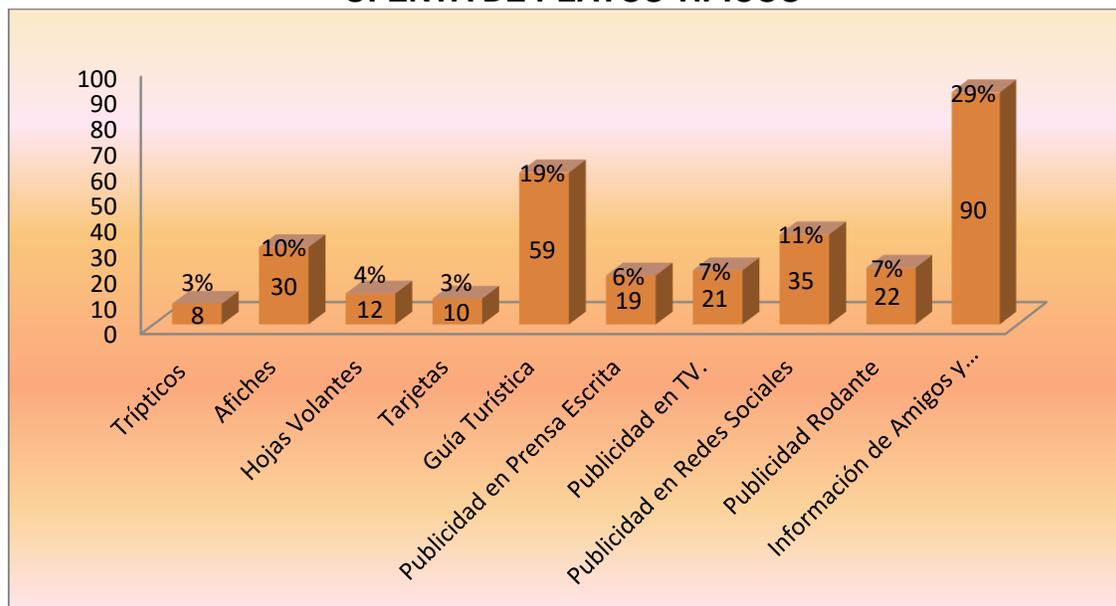
TABLA N° 13
MEDIOS DE PROMOCIÓN

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trípticos	8	3%
Afiches	30	10%
Hojas Volantes	12	4%
Tarjetas	10	3%
Guía Turística	59	19%
Publicidad en Prensa Escrita	19	6%
Publicidad en TV.	21	7%
Publicidad en Redes Sociales	35	11%
Publicidad Rodante	22	7%
Información de Amigos y Familiares	90	29%
TOTAL	306	100%

FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

**GRAFICO N° 12
OFERTA DE PLATOS TÍPICOS**



FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

En la encuesta realizada a los 306 turistas un 29% respondieron que por información de amigos y familiares, un 19% dijeron que por una guía turística el 11% respondieron que por redes sociales el 10% lo ha hecho por afiches un 7% respondieron que por medio de publicidad en la TV, al igual un 7% por publicidad rodante un 6% por publicidad de la prensa escrita con un 4% por hojas volantes y apenas con un 3% lo han hecho por tarjetas al igual con un 3% están los trípticos, los resultados obtenidos son elevados ya que uno visita Baños por concejos de amigos o familiares que ya visitaron dicha ciudad

10. ¿Qué tipo de elementos considera que debe tener una publicidad sobre oferta gastronómica?

TABLA N° 14

PUBLICIDAD DE OFERTA GASTRONOMICA

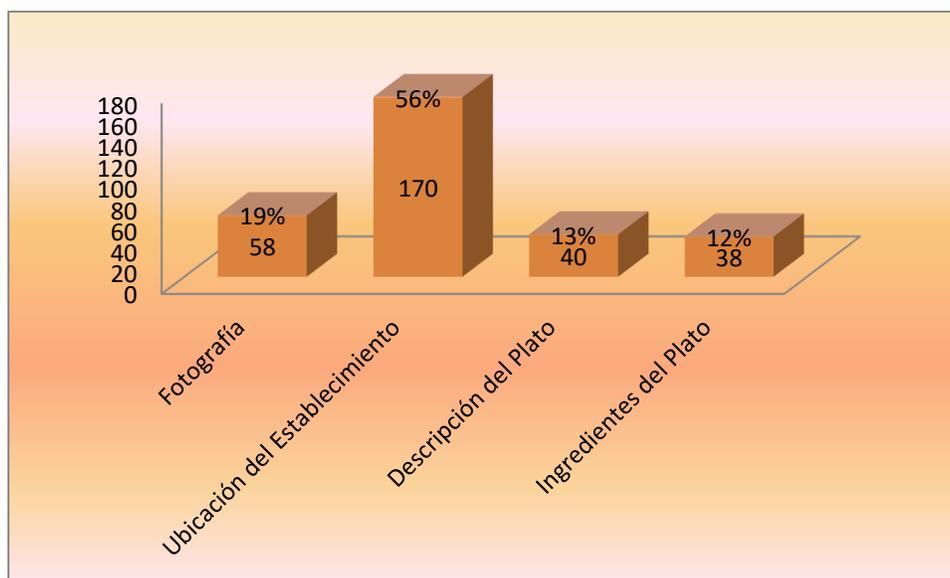
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fotografía	58	19%
Ubicación del Establecimiento	170	56%
Descripción del Plato	40	13%
Ingredientes del Plato	38	12%
TOTAL	306	100%

FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

GRAFICO N° 13

PUBLICIDAD DE OFERTA GASTRONOMICA



FUENTE: Encuesta

ELABORADO POR: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

Para criterio de los 306 encuestados los elementos que ellos consideran deberían tener una publicidad sobre oferta gastronómica en su mayoría el 56% manifiesta que debería tener la ubicación del establecimiento, un 19% menciona la fotografía un 13% respondieron que debería tener la descripción del plato y por último un 12% respondieron que los ingredientes del plato.

El análisis de los datos arrojados por la encuesta nos dio como resultado que la mayoría de turistas prefieren que exista la ubicación de cada plato típico de la región para obtener mejor acceso a los mismos.

.

A. Ruta Gastronómica

Planta Turística

A pesar de ser Baños de Agua Santa uno de los cantones más importantes de la provincia de Tungurahua se tenía descuidado el sector turístico gastronómico en vista de la falta de apoyo y la despreocupación de cada uno de los propietarios de los establecimientos y de las autoridades que no han buscado mejorar ni dar a conocer la gastronomía de Baños de Agua Santa que se está perdiendo; Baños es uno de los centros turísticos más completos del Ecuador, posee una importante oferta turística que solo está basada en; la naturaleza única y biodiversa, es la única ciudad en el Ecuador apta para practicar varios deportes de aventura. Posee 5 balnearios con aguas minerales y sulfurosas que emergen de las entrañas y los deshielos del Volcán Tungurahua, aunque cabe recalcar que el cantón expone anualmente Semanas del Turismo en el mes de Septiembre, Semana Santa, Finados Fiesta del Color y la Alegría y sus fiestas patronales en Diciembre, que son y han sido muy reconocidas a nivel nacional.

En la actualidad; debido a la regeneración urbana en muchas zonas estratégicas de la ciudad fortalecen al engrandecimiento comercial del cantón y el trabajo logrando conseguir obras directamente enlazadas al turismo como es la creación de la ruta gastronómica de la ciudad de Baños.

Total de establecimientos que brindan servicios de alimentación para el cantón Baños de Agua Santa.

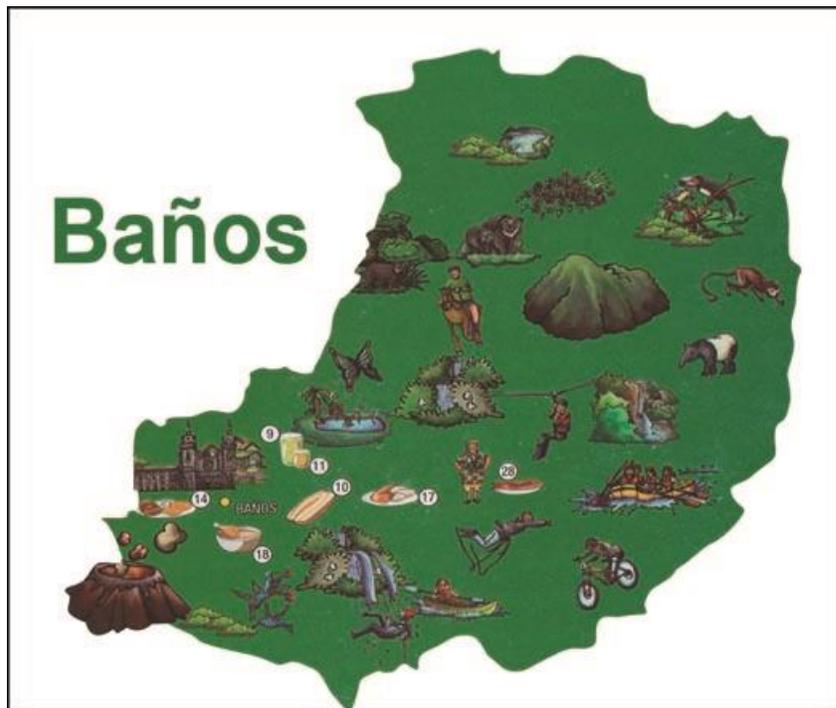
- Número total de restaurantes: 130
- Número de Plazas y Mercados: 2 plazas y 1 mercado
- Número de Centros Comerciales: Ninguno excepto (bodega 999)
- Número de locales que expenden productos alimenticios: 186 Abarrotes
- Número de vendedores de caña y melcocha: 4 Asociaciones
 - Asociación 15 de Noviembre: 13
 - Asociación 10 de Agosto: 11
 - Asociación Productos Nativos de mi Tierra: 15
 - Asociación 1ero de Mayo: 15

- **Número de Hoteles y Posadas:** 160 desde hosterías, podadas, cabañas, etc.
 - ✓ **Solo hoteles:** 13

D. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA GASTRONÓMICA

- Baños de Agua Santa es un cantón poco productivo, y más se destaca por su preparación de dulces y es por eso, esta ciudad es reconocida.
- En lo que respecta a turismo, este cantón es un destino importante, poseedor de gran variedad de actividades recreacionales, aunque si ofrece alimentación el conocimiento de los establecimientos que expenden comida es escaso y por eso la degustación de los mismos es limitada.
- Su mayor problemática es la falta de información acerca de los establecimientos gastronómicos que han olvidado las condiciones que el turista requiere.
- La falta de promoción e inclusión de la gastronomía local ha sido la barrera principal para que Baños de Agua Santa se limite al conocimiento turístico gastronómico nacional.
- Con el desarrollo del inventario hemos encontrado que si existen lugares que ofertan platos típicos del cantón pero el desconocimiento de la demanda ha provocado que los mismos no sean muy consumidos.

Ruta Gastronómica De Acuerdo Al Estudio De Mercado



El turismo de la ciudad se relaciona íntimamente con el resto del cantón. Es una de las ciudades más turísticas del Ecuador; es también conocida como "La Puerta del Dorado" Y "El Pedacito de Cielo" además ofrece muchas atracciones como la Basílica de la Virgen del Rosario de Agua Santa, y visitar las diferentes cascadas, ascender al Tungurahua, probar las melcochas, dulces hechos a base de caña de azúcar y variedades de artesanías hechas en balsa y de tagua.

Baños de Agua Santa es una ciudad apta para practicar varios deportes de aventura tales como: Rafting, Kayaking, Canyoning, Escalada en Roca, Salto de Puentes, Paseos a caballo, Caminatas Ecológicas, Canopy, Ciclismo de Montaña, etc. Posee 5 balnearios municipales con aguas minerales y sulfurosas que van desde las frías

de 18 ° C, hasta las termales de 55 °C; emergen de las entrañas del volcán Tungurahua.

Cuenta con una zona rosa en donde más de 30 peñas, bares y discotecas regalan al turista un ambiente divertido y seguro. En esta ciudad se pueden acceder a más de 80 restaurantes con variada gastronomía nacional e internacional.

Piscinas de Aguas Termales

- **Las Piscinas de la Virgen:**

Estas piscinas de aguas sulfatadas se encuentran al pie de la cascada Cabellera de la Virgen. Se emplean en al alivio de diferentes males debido a la existencia de minerales en su composición química. Se encuentran ubicadas en la intersección de las calles Luis A. Martínez y Montalvo, en el centro de la ciudad. La temperatura del agua es de 54 grados centígrados.

Todas contienen en mayor o menor cantidad:

Elementos Fundamentales: Ca, Fe, Mg, K, Si, C.

Oligoelementos: Al, Ba, Ni, Zn

Un grupo menor de aguas contienen: Manganeso. Todos estos elementos, en su conjunto, componen una sumatoria de efectos que le dan eficacia al (AT)

- **Balneario de Santa Clara:**

Al lado sureste de la ciudad, entre las calles Velasco Ibarra y Rafael Vieira junto a la Empresa Eléctrica, se encuentra el balneario de Santa Clara cuyas piscinas fueron inauguradas en 1933; construida con piedras sillares y revestida con cemento. La temperatura del agua es de 22 °C, es salada para tratar enfermedades del hígado, de los riñones o del aparato digestivo, sirve como agua de mesa y para la práctica de la natación, ya que cuenta con una piscina semiolímpica. En el años 2012 fueron re modelados y ahora cuenta con jacuzzi, agua caliente, gimnasio, restaurante, y unos hermosos chorros de agua.

- **Balneario Las Peñas o Modernas:**

Es el más amplio; el agua que conforma una de las piscinas es mineral, bicarbonatada, ferruginosa, magnesiana, con una temperatura de 35 °C y la fría con 22 °C. Cuenta con toboganes. Se ubica al final de la calle Luis A Martínez, a 100 metros de la cascada Cabellera de la Virgen.

- **Las Piscinas El Salado**

Piscinas de aguas termales que el 2012 fueron remodeladas para que los turistas puedan disfrutar de las aguas medicinales naturales cuenta con varios piscinas tanto para nadar como para descansar, muchas personas la visitan tanto por sus poderes curativos ya que se cree que pueden curar problemas de articulaciones, artritis, circulatorios, golpes entre otros como para recreación, están ubicadas a 5

minutos de la ciudad de Baños en el sector del mismo nombre el saldo junto al río Bascun.

Cascadas

Desde la entrada occidental a Baños hasta Cashaurco, existe la Ruta de las Orquídeas, Cascadas y Guayabas, esta ruta pasa por toda la vía Baños - Mera - Puyo. Aquí está la lista de las cascadas desde el occidente al oriente:

- **Inés María:** Ingresando a Baños y abajo el puente de San Martín, el río Pastaza atraviesa por un encañonado de rocas estrechas y elevadas dando lugar a un fenómeno natural formando así la cascada "Inés María", su belleza es imponente y su camino es accesible en cuyo trayecto se aprecia la naturaleza.
- **Cabellera de la Virgen:** Formada justo en el medio del cerro de Bellavista se puede visualizar desde el centro mismo de la ciudad la hermosa cascada que asombra por su magnificencia.
- **Ulba:** Hermosa cascada rodeada de una exuberante vegetación, esta cascada se la admira fácilmente desde la carretera de Ulba - Runtún. Es la primera de una serie de cascadas que se precipitan a lo largo del río Ulba. Cuenta con una altura aproximada de 40 metros. Está ubicada en la parroquia Ulba, a 4 km. de Baños.
- **Cascadas de Chamana:** Se ubica a 2 km. del sector del Chamana. Es un grupo de 7 cascadas, entre las que se destaca la cascada de *El Silencio*. Están

formadas con las aguas del Río Chamana, en este lugar pueden realizar caminatas cortas hasta las diferentes cascadas, se puede tomar un refrescante baño y practicar Canyoning. Cuenta con una caída de 42 metros de altura.

- **Bascún:** Está formada con las aguas del Río Bascún; tiene aproximadamente 35 metros de alto. Para llegar aquí, frente al Terminal Terrestre, antes de cruzar el puente de San Francisco se toma un sendero a hacia la izquierda, se cruza el puente colgante y se sigue el sendero hacia la izquierda hasta llegar a orillas del río Pastaza a 500 m. de la ciudad.
- **Agoyán:** Es la cascada más alta de los Andes ecuatorianos. Se encuentra aproximadamente a 7 km de la ciudad de Baños. Está formada por las aguas del río Pastaza que se hunden 61 metros en un barranco situado en la Cordillera Occidental. En 1987, el gobierno ecuatoriano inauguró la planta hidroeléctrica de Agoyán, que ha sido parte de la red eléctrica del país desde entonces. La planta fue construida aguas arriba de la cascada, con el fin de preservarla.
- **El Manto de la Novia:** Esta cascada desemboca en el río Pastaza. Su nombre se debe a la dimensión que tiene y al color blanco que la asemeja al velo de una novia. Desde la vía Baños - Mera - Puyo parte un sendero que está llegar a la cascada, luego hay un puente colgante de más de 100 m. de longitud sobre el río Pastaza, aquí finaliza el recorrido y se puede bañar, tomar fotografías y admirar el maravilloso paisaje. Está ubicada a 11 kilómetros de Baños. Tiene aproximadamente 40 metros de altura con una sola caída.

- **San Jorge:** Está formada con las aguas del Río San Jorge; sirve para practicar canyoning, previa la contratación de una Operadora de Turismo.

Los senderos y miradores naturales, ofrecen hermosas vistas y de toda la ciudad, encañonados, cascadas y ecosistemas únicos. Ubicada a 12 km. de Baños, cerca al caserío La Escudilla.

- **Cascadas El Fantasma y El Placer:** Están situadas a a 3 horas de caminata del pueblo El Placer, el mismo está 14 km. de la ciudad.

El río Chinchín Grande, forma dos hermosas cascadas: El Fantasma y El Placer, en sus alrededores existen una variedad de aves y orquídeas. Cuentan con sitios ideales para realizar actividades como: caminatas, cabalgata, camping, observación de flora y aves, entre otras.

- **San Pedro:** Se ubica a 14 kilómetros de Baños. Las aguas del río San Pedro forman un triple salto de agua, que sobresale entre el verdor de la vegetación.

Se puede llegar hacia la cascada cruzando la tarabita más larga del país (400 m de longitud) o emprendiendo una caminata por un sendero que une las cascadas de San Pedro y el Manto de la Novia.

El primer salto tiene una altura de 8 metros y luego discurre por un cauce rocoso. Un segundo salto de 15 metros se presenta en el interior de la selva antes de

llegar al tercer salto el cual tiene una altura de más de 35 metros y cae en el río Pastaza.

- **El Corazón**
- **Encañonado del Duende:** Se encuentra a 18 km. de Baños, muy cerca de la parroquia Río Verde. Está formada por las aguas del río Verde, es formada por rocas de origen volcánico.
- **Cascada de Río Verde:** también llamada Cascada de Río Verde Chico; o alternativamente Cascada Pailón del Diablo es una cascada que se consiguen siguiendo la ruta del río Pastaza. Es una atracción turística popular por la vegetación que la rodea y las rocas que dividen la cascada, tiene aproximadamente unos 80 metros de altura, a 18 kilómetros de distancia de Baños.
- **Manto del Ángel:** A 0.18 km. de Machay y a 25.18 km de Baños
- **Machay:** A 0.2 km. de Machay y a 25.2 km de Baños
- **Las Orquídeas:** A 0.7 km. de Machay y a 25.7 km de Baños
- **San Agustín:** A 1km. de Machay y a 26 km de Baños
- **Refugio de los loros:** A 1.1 km. de Machay y a 26.1 km de Baños
- **San Miguel:** A 1.2 km. de Machay y a 26.2 km de Baños

- **Peñón del Tucán:** A 2 km. de Machay y a 27 km. de Baños
- **Manantial el Dorado:** A 2.2 km. de Machay y a 27.2 km de Baños
- Cascadas San Francisco y Refugio del Gallo de la Peña: Nacen del río San Francisco, el pueblo de *San Francisco* se encuentra a 28 km. de Baños y para llegar a la cascada San Francisco se debe caminar por un sendero de una hora y treinta minutos más para visitar el otro salto de agua, llamado, Refugio del Gallo de la Peña, en honor a un ave emblemática del sector. Durante el viaje se puede observar una gran variedad de aves, orquídeas y bosque nublado.

Basílica de la Reina del Rosario de Agua Santa

La Basílica de la Virgen de las Agua Santa está ubicada en la Plaza Central de la ciudad de Baños. En su interior se puede observar una colección de murales que describen los milagros locales, atribuidos a la Virgen, patrona de la ciudad. La Basílica es de infraestructura arquitectónica, esta obra artística desafió al tiempo y la historia.

Datos de interés

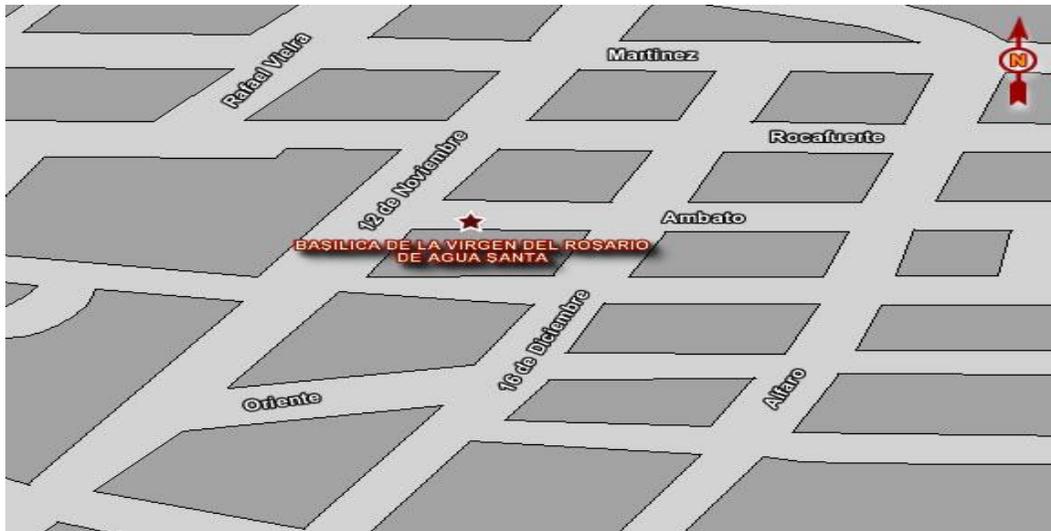
Ciudad: Baños

Sector: Centro

Dirección: 16 de Diciembre y 12 de noviembre

Horario de atención: Diaria de 09:00 a 19:00

Costo de ingreso: Gratuito



Fuente: Ministerio de Turismo de Tungurahua (Baños de Agua Santa)

Elaboración: Santiago Xavier Albán Velasteguí

DEPORTES EXTREMOS

Rafting:



Fuente: Ministerio de Turismo de Tungurahua (Baños de Agua Santa)

Elaboración: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Es el descenso en ríos de aguas rápidas, empleando técnicas de remado, en embarcaciones sin motor, generalmente en botes de goma. Este deporte se clasifica

de 1 a 6 según el grado de dificultad: la clase uno es la menos difícil, la tres es la intermedia y la 6 es únicamente para expertos. Esta actividad se la realiza generalmente en el río Pastaza que es de clase 3-4 , aptos para personas sin experiencia, a partir de los 12 años de edad. El descenso en el río dura 2 horas aproximadamente dependiendo el nivel del agua, pero el viaje lo toma medio día. Si deseas más información acércate a las diferentes Operadoras de Turismo que existe en la ciudad, expertas en este deporte de adrenalina y asegúrese de que el equipo esté en buenas condiciones y que los guías tengan la Licencia otorgada por el Ministerio de Turismo

Canyoning:

Este deporte es de mucha emoción y consiste en bajar por una pared natural. Se suele practicar cerca de caídas de agua, lo cual da una sensación refrescante además de una bonita vista. Su nombre en inglés (canyoning) proviene del descenso de cañones. Muchas veces se combina con saltos desde trampolines naturales o artificiales a pozos profundos. Esta actividad, generalmente se la realiza en las Cascadas de Chamana, San Jorge, Río Blanco y Cashaurco. Este deporte es apto para todas las personas a partir de los 6 años de edad, para lo que se debe contratar a una Operadora de Turismo, la misma que le dará mayor información y le proveerá de todo el equipamiento necesario; el tour puede ser de medio día o día completo . Se recomienda verificar que los guías tengan su respectiva Licencia

Puenting o Péndulo:

Actividad muy emocionante preparada para gente valiente en la que descargas toda la adrenalina que llevas dentro de tu cuerpo. Se realiza desde lo alto de un puente, y lo que más cuesta es decidirte a dar el primer salto. A partir del primer salto, ya todo es más fácil. Ante todo, el deporte más emocionante de todos los que puedes realizar. Es un deporte que se lo practica en los puentes, se lo realiza con cuerdas que se encuentran atadas a un lado del puente y consiste en saltar del otro extremo del mismo cayendo unos segundos en caída libre y luego en movimientos tipo columpio . Esta actividad se lo practica en los puentes de San Francisco frente al Terminal Terrestre y en Río Blanco, vía al Puyo, 2 km más abajo de la cascada de Agoyán. Los fines de semana y feriados puede acercarse directamente al lugar de salto; entre semana se debe contactar con una Operadora de Turismo.

Se empezara con una charla del guía antes del salto es muy importante para su seguridad y disfrute Kayaking El Kayak es utilizado como recreación, y se ha estado practicando en ríos, que existe en la zona, proporcionando a quienes lo practican una sensación de aventura muy excitante y permitiendo al mismo tiempo descubrir lugares muy interesantes y hermosos. El kayak es el deporte rey en el río. Con el se puede disfrutar de todas las sensaciones que un río de aguas bravas puede dar. Controlar el kayak en los rápidos es una excepcional y diferente forma de disfrutar del río. Es así que muchos turistas llegan a Baños exclusivamente para realizarlo en las aguas de los diferentes ríos. Este deporte consiste en descender los ríos en pequeñas embarcaciones individuales; los grados de dificultad son similares a los del rafting, pero lo pueden practicar solo personas con experiencia. Esta actividad

se la realiza en varios ríos dentro de esta zona: Río Patate clase 2-3, Río Pastaza clase 3 y 4, Río Topo y Río Verde Chico clase 5, 6 y 7.

Escalada Deportiva:

Baños es una ciudad rodeada de grandes muros de rocas basálticas, aptas para la práctica de escalada, La escalada en roca es una actividad deportiva que consiste en realizar ascensos sobre paredes de fuerte pendiente valiéndose de la fuerza física y mental propia y, por lo general, utilizando como única ayuda un calzado especial. Se considera escalada todo ascenso que siendo difícil o imposible de realizar sólo con las extremidades inferiores (pies y piernas), requiere utilizar las extremidades superiores (brazos y manos). En la escalada hay alturas de peligro considerable y con el objetivo de tener seguridad se utiliza equipo de protección. En Baños en el sector de San Martín cerca de la tarabita, 100 metros pasando el ecozoológico, y la que está junto al puente de San Francisco frente al Terminal Terrestre, las mismas que están debidamente equipadas. También existen otros sitios aún inexplorados. Si es amante de este deporte, debe contratar un guía en algunas de las Operadoras de la localidad. Además, en Baños contamos con un muro artificial de escalada deportiva, ubicado en el

Tarabitas:

Es un medio de transporte, el mismo que está conformado por un cable de acero que cruza de un extremo a otro del río, en el que corre una canasta por medio de

poleas, con una capacidad de carga de 10 personas máximo y funciona con un motor de vehículo.

Tarabita de San Martín.- Esta ubicada sobre el río Pastaza, a 100 metros del ecozoológico, junto a la entrada de la cascada Inés María en el sector de San Martín vía a Lligua.

Junto a esta se encuentra un sitio de escalada en roca debidamente equipada.

Tarabita de Agoyán.- Está ubicada sobre el río Pastaza, frente a la cascada de Agoyán en el km 6 de la vía Baños Puyo, antes del primer túnel.

Tarabita Manto de la Novia.- Está ubicada sobre el río Pastaza, a 11 km en la vía Baños- Puyo sector de la cascada Manto de la Novia.

Tarabita de San Pedro.- Está ubicada sobre el río Pastaza, a 13 km en la vía Baños- Puyo, en el sector de la cascada de San Pedro, pasando el túnel de San Jorge.

ZOOLOGICO SAN MARTIN



Fuente: Eco zoológico San Martín (Baños de Agua Santa)

Elaboración: Santiago Xavier Albán Velasteguí

Baños tiene un Eco zoológico bastante interesante con fauna representativa de todo el Ecuador. En los alrededores de la ciudad se encuentra el Parque Zoológico de Baños, el que seguramente será de su completo agrado; para lo cual se han construido grandes jaulas en la ladera derecha del Tungurahua.

En el zoológico de San Martín se exhiben en gran parte la fauna del Ecuador, distribuidos en una zona escarpada. En el zoológico se han diseñado jaulas con el afán de exhibir y presentar las diferentes especies de la fauna de Ecuador, incluso animales en peligro de extinción como por ejemplo el Oso de anteojos u oso andino.

Ubicación

Se encuentra ubicado a 2 Km. de la ciudad de Baños de Agua Santa, esta abierto los siete días de la semana de 8h00 a 17h00.

Extensión

Son 8 hectáreas que conforman el Eco zoológico San Martín.

Clima

En este lugar, como en toda la ciudad el clima es agradable, templado con una temperatura promedio de 20° C.

Fauna

Aquí podrá encontrar una gran variedad de especies animales de diferentes regiones del país. Es el lugar que reúne los animales nativos más importantes del país, a los cuales se los ha adecuado en un ambiente silvestre conformado por roca natural.

- **Aves:** Dentro de las aves que se encuentran en este lugar están: el gallinazo rey, águila negra y castaña, guarro o águila pechinegra, gallinazo negro, cóndor andino, guacamayo azul y amarillo, mirlo chiguanco, eufonia piquigruesa, tucán, amazona coroniamarillo, amazona harinosa, loro cabeciazul, loro piquirojo, chachalaca jaspeada, perico caretirojo, pava ronca, chachalata cabecirufa, pava andina, urraca verde, guacamayos, avestruz.
- **Mamíferos:** Chichico o leoncillo, ardilla, capibara, jaguar o tigre americano, ocelote o tigrillo, machín blanco, mono araña, mono negro, lobo de páramo, puma o león americano, machín, oso de anteojos, tapir o danta.
- **Reptiles:** Tortuga gigante de galápagos, boa constrictor, boa arcoiris, caimanes, iguanas, tortugas de agua.
- **Peces:** Pirañas, carachazas, pez eléctrico y barbudos.

Varios de los animales del lugar se los puede observar de cerca e incluso se los puede coger siempre y cuando se los trate con cuidado.

El zoológico ha tenido éxito en la reproducción de algunas especies tal es el caso de los tapires, monos araña, pumas y capibaras por tal razón se dispone de una amplia área acondicionada para zoo-criadero de capibaras, Eco Zoológico San Martín cuenta con una colección de 180 animales distribuidos en 48 especies entre mamíferos, aves y tortugas.

ACUARIO-SERPENTARIO

Ubicado en el sector de San Martín, frente al eco zoológico posee una excelente infraestructura, posee especies de aves y reptiles de clima tropical, como la famosa boa constrictor o la boa arcoiris, tiene un interesante acuario con especies de peces de la amazonia como la piraña.

Se puede llegar a pie, si le gusta caminar, o tomar un bus local o un taxi desde el centro de la ciudad.



Fuente: Eco zoológico San Martín (Baños de Agua Santa)
 Elaboración: Santiago Xavier Albán

ZONA ROSA



Fuente: Zona Rosa (Baños de Agua Santa)
Elaboración: Santiago Xavier Albán

Baños posee un ambiente especial para pasarla bien, una opción es visitar la Zona de los Bares, peñas y discotecas, alrededor de 25 establecimientos de diversión nocturna, en donde podrá disfrutar de lo mejor de la música para todos los gustos.

El funcionamiento de estos establecimientos está regulado por la municipalidad, con el respaldo de la Policía Nacional. En este lugar los visitantes pueden pasar momentos de esparcimiento, con el soporte que le brinda una de las ciudades más seguras del país tanto en el día como en la noche.

Esta zona está ubicada a lo largo de la calle Tomás Halfflants entre Ambato, Oriente y Eugenio Espejo.

MONUMENTO DE LA VIRGEN



Fuente: Ministerio de Turismo (Baños de Agua Santa)

Elaboración: Santiago Xavier Albán

Entrada: Libre

Tipo de atractivo: Monumento

Ubicación: Se encuentra erigido en el mirador de Ventanas.

Descripción:

Usted podrá observar la Escultura de la imagen de la Virgen de Agua Santa, la podremos apreciar en medio del altar principal, en la Basílica de la Virgen del Rosario de Agua Santa. Esta magestuosa imagen fue tallada en madera por los maestros Manzano y Ríos en los años 1942-1943, sus rasgos únicos la hacen especial, su rostro de metal, mide un metro treinta y cuatro centímetros de altura por un metro de ancho, en su brazo izquierdo sostiene al Niño Jesús y en la mano derecha sostiene un rosario.

MIRADOR DE LA CIUDAD Y DEL VOLCÁN TUNGURAHUA



Fuente: Mirador de la Ciudad (Baños de Agua Santa)

Elaboración: Santiago Xavier Albán

Aproximadamente a 6 km del centro de la ciudad está el área Bellavista. Podemos apreciar desde arriba Baños, la cima del volcán con el resplandor de la noche; siempre acompañados del canelazo, la fogata y la información. Salida a las 18h00, 21:00 y 23h00 todos los días.

La salida para el mirador del volcán siempre se lo hace a las 21H00, este recorrido consiste en visitar la ciudad, para luego continuar por 30 minutos hasta llegar al mirador de Bellavista desde donde podrá observar la ciudad de Baños, el volcán Tungurahua con la posibilidad de ver algunas explosiones (flujo piro clástico y lava) de acuerdo a la actividad que mantenga el volcán al momento de su visita.

También podrá disfrutar de un show de malabares con fuego, reírse con los payasos y saborear el famoso “Canelazo” una bebida caliente de los andes ecuatorianos,

usted tendrá tiempo para mirar la ciudad de Baños y sacar fotos para de esta manera llevarse grandes recuerdos del Pedacito de Cielo.

PARQUE DE LA FAMILIA



Fuente: Parque de la Familia (Baños de Agua Santa)

Elaboración: Santiago Xavier Albán

El clima y la humedad son características que permiten el desarrollo de especies de gran belleza a lo largo del recorrido por los senderos. Foto: cortesía

Dieciséis hectáreas componen la superficie total del parque de la Familia en el cantón Baños de Agua Santa. Se trata de la segunda obra en su clase en Tungurahua.

Manuel Ullauri, director de Producción del gobierno provincial, señaló que este espacio pretende convertirse en un área de recreación y distracción familiar.

“La inversión aproximada en el proyecto alcanza los 600 mil dólares, de los que el Consejo Provincial ha invertido un 70%; Celec Hidroagoyán aporta un 20% y el 10% restante le correspondería al Municipio baneño”.

El Gobierno parroquial de Ulba también ha colaborado en el proyecto con la coordinación y preparativos de la construcción de lo que será el parque La Ciénega, obra que forma parte del proyecto.

El parque tiene la siguiente distribución: área de atención al visitante, que consta del parqueadero y las instalaciones de baterías sanitarias, en el área uno; zona de crianza de animales, con aviario, acuario, cuyera, conejera, en el área dos; granja agroecológica, con un área de tratamiento de abono, senderos en las cinco terrazas y pesca deportiva, en la zona tres; zona de camping, con un puente sobre el cauce del río Santa Rosa y baterías sanitarias, en la cuarta zona; área de ecopaseo y mirador a la represa Agoyán conforman la zona cinco y el parque La Ciénega, se encuentra en la zona seis.

De momento, se están concluyendo algunos trabajos en las zonas 5 y 6, arreglando el parque en general y poniendo a prueba el sistema de agua potable y alcantarillado de toda el área verde, obras que aún están pendientes. La construcción empezó a principios de 2011.

Como Llegar

Desde Quito (3 horas)

Seguir la Panamericana hacía Ambato antes de entrar a Ambato elegir la nueva ruta Pelileo – Baños, llegando a la Terminal terrestre de Baños seguir largo vía a Puyo durante 1 1/2 km.

G. PROPUESTA DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

10.2. Fichas de Platos típicos de la región

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: Fábrica de Melcochas las Ayoritas	NOMBRE DEL PROPIETARIO: Luis Pérez
Las Ricas Melcochas SU HISTORIA	
<p>Alfeñiques con exquisito sabor a mandarina melcochas con el calor y afecto abrazador de la panela sumado al maní tostado de Manabí. Menciona que no hace la melcocha y alfeñiques como todo el mundo, compra la miel pura de la caña del Puyo expuesta al fogón y con esta materia prima trabaja en sus productos.</p> <p>Con este negocio mantuvo a su numerosa familia conformando un total de 14 hijos y por ende a su gran esposa su fiel compañera Rebeca Fiallos.</p> <p>Según Eduardo Pérez considera que hay una ayora que no se devalúa, pues todos los conocen como Don ayora .Su negocio llevaba el nombre de Laurita no por su esposa si no por aquellas Monedas que se comercializaban en ese año llevando ese nombre. Ahora ya son 70 años que lo siguen haciendo con la mejor calidad y el mejor precio.</p>	
Ingredientes.-	
<ul style="list-style-type: none">• 2 Cucharadas de ácido cítrico• 25 ladrillos de panela• 7 litros de agua• Ajonjolí• Cáscara de Mandarina• Gancho de madera de guayaba (horcón)	
Preparación.-	
<p>Cocine la miel en un fogón de leña, elemento que aporta el clásico sabor; mueva contantemente hasta que espese, agregue las cáscaras de mandarina, el maní y el ajonjolí. Luego proceda a batir en el “horcón” hasta que quede en su punto.</p>	
Valor Nutricional.-	
<p>Hay 41 calorías en una barra de Melcocha, Energía 172 kj - 41 kcal, Proteína 0g, Carbohidrato 10,29 g, Fibra 0 g, Azúcar 7,7 g, Grasa 0,01 g, Grasa Saturada 0 g, Grasa Poliinsaturada 0g, Grasa Monoinsaturada 0g, Colesterol 0 mg, Sodio 6 mg, Potasio 4 mg.</p>	

Fuente: Fabrica las Ayoritas (Baños de AguaSanta)

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO El Rinconcito del Sabor	NOMBRE DE LA PROPIETARIA María Cunalata
--------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------

Mote con Cuero Asado
SU HISTORIA

Su negocio está ubicado en la parte frontal al sindicato de Choferes Profesionales de la ciudad de Baños en una pequeña y estrecha esquina la encontramos con sus manos expuesta al calor de una mini parrilla vendiendo el conocido mote con cuero asado, nos cuenta que su vida ha sido muy dura desde hace tanto tiempo atrás porque, fue madre y padre para sus hijos por este motivo trabajaba el doble cada día más por brindarles el estudio y no lo supieron aprovechar plasmo en su plática que compra el cuero en la ciudad de Pelileo porque ahí lo consigue más económico no adiciona ningún tipo de sazón aparte de la sal al cuero y lo expone a la parrilla para hacer el mote se levanta a las 4 de la mañana a desgranarlo y previo a cocinarlo para tenerlo listo para el siguiente día el maíz y los chochos los compra en la ciudad de Ambato lleva a 45 años en la venta del conocido por muchos como el rinconcito del sabor.

Ingredientes:

- 1 lb. de cuero de cerdo
- 2 lbs de choclo-mote cocinado
- 1/2 lb de tostado
- 1 cebolla paiteña
- 1 cebolla blanca
- 5 dientes de ajo
- Sal, pimienta, comino al gusto



Fuente: El Rinconcito del Sabor

Preparación:

Cortar el cuero en cuadrados medianos y asarlos al carbón en una parrilla
 Con las cebollas cortadas en trozos grandes, los ajos picados, sal pimienta al gusto, y el comino hacer un curtido.
 Servir con el choclo-mote y el tostado.

Valor Nutricional

- Energía 120 Proteína 2.10 Grasa Total (g) 1 Glúcidos 26.40 Fibra (g) 0.60 Calcio (mg) 9 Hierro (mg) 1.30
- Energía 377 Proteína 6.70 Grasa Total (g) 4.80 Glúcidos 79.10 Fibra (g) 2.30 Calcio (mg) 9 Hierro (mg) 2.30 Vitamina A (mg) 1.67
- Energía 532 Proteína 62.10 Grasa Total (g) 29.60 Calcio (mg) 30 Hierro (mg) 7.10 Vitamina E (mg) 0.20

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DE LA PROPIETARIA
Paradero Turístico las Ortencias	Lucinda Naranjo
<p style="text-align: center;">Truchas y Tilapias SU HISTORIA</p> <p>Hace ya más de 15 años atrás este establecimiento expende una de las más delicias truchas y tilapias con el toque delicioso que hacen de ellas lo más rico de la zona siempre preocupados en anteponer nuevas comodidades para sus clientes construyendo ahora unas cabañas con un estilo rustico que va relacionado a la comida fast food en donde el ambiente campestre hace juego con sus atractivos turísticos.</p> <p>Tanto Doña Lucinda Naranjo y su esposo Amador Ramos modelaron su espacio al ver que los turistas extranjeros visitaban mucho la cascada más conocida el pailón del diablo su primer producto que se vendía fueron las golosinas y ciertas gaseosas con el pasar de los años implementa un restaurante en donde comienzan a expender el plato anteriormente mencionados.</p> <p>La lucha fue muy dura ya que el gobierno municipal en aquella época no lo apoyaba como dueña y propietaria miraba que ciertos artesanos se colocaban en la entrada para promocionar su arte por la fatal perdida de su esposo y por su anhelo decide construir unos locales para ellos ya que su esposo Amador así lo pidió antes de partir además pueden tomarse fotos con la mascota de esta empresa una Boa constrictor y si la caminata fue muy agotadora encontraras jugos naturales de naranja zanahoria entre otras que les ayudara a mantenerse con animo</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 pescado (tilapia) • varias hojas frescas de lechuga • 1 plátano • ajo, sal, pimienta al gusto • 3papas <div data-bbox="1003 953 1378 1234" style="text-align: right;">  </div> <p style="text-align: right;">Fuente: Paradera Las Ortencias</p> <p>Preparación:</p> <p>Lava, sancocha y pela las papas. Lava y condimenta la trucha con ajo, sal yodada y pimienta. Apana con harina de trigo y pan molido. Fríe la trucha en aceite vegetal bien caliente. Prepara la ensalada de cebolla, lechuga y tomate. Condimenta con aceite vegetal, sal yodada, pimienta y limón. Sirve la trucha frita acompañada con ensalada de cebolla, tomate, lechuga y ají rocoto.</p> <p>Valor Nutricional</p> <p>Su aporte nutricional por ración de 772 calorías, 33 gramos de proteína, 3,1 miligramos de hierro y 2.95 miligramos de zinc.</p>	

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO
Monica Mexican Food	Maria Teresa Cayao
<p style="text-align: center;">Orejas de Elefante SU HISTORIA</p> <p>Conocido hace ya unos 25 años como el rincón de Suecia con sus propietarios Boris de nacionalidad Sueca y Patricia Góngora de la ciudad de Guayaquil deciden vivir en Baños el turismo aumentaba de manera increíble nos cuenta que por la construcción de la represa “Agoyan” ubicada en la vía hacia la provincia de Pastaza.</p> <p>La mayoría en aquel entonces eran ingenieros de nacionalidad extranjera los cuales buscaban una comida diferente para lo que ellos incorporan atreves de una cocinera de Suecia el platillo conocido como oreja de elefante desde el inicio Doña María Teresa era la mesera en aquella ocasión la cual con el tiempo fue la cocinera descubriendo el gran secreto que no pudo informarnos como algo curioso nos contaba que el otro ayudante cuando salió de la ciudad comenzó a expender este producto en Quito pero algo le faltaba a la receta inicial y dejó su elaboración ahí perdiendo popularidad ya que a él le salía apanado este platillo Boris por asuntos de fuerza mayor abandona Ecuador y decide vivir en EEUU antes de salir deja este local en manos de Teresa la cual al momento lo patenta en el IEPI y gracias al canal TC de la ciudad de Guayaquil los ciudadanos de Baños se informan que siguen existiendo esta preparación gente muy conocida como nuestro ex vicepresidente Lenin Moreno se deleitó de esta preparación y artistas del medio artístico visitaban mucho este local .</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 ½ lbs. De pulpa de res ▪ 1 huevo ▪ ½ taza de pan molido ▪ ½ taza de jugo de babaco ▪ 2 limones sutiles <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 tomate grande cortado en rodajas ▪ Aceite ▪ Pimienta. Sal <div data-bbox="915 940 1430 1312" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">Fuente: Monica Mexican Food</p> <p>Preparación:</p> <p>Corte la carne y arregle 6 pedazos muy anchos. Bañe la carne con el jugo de babaco. Deje 20 minutos en reposo. Enjuague la carne. Sazónela con la sal y pimienta. En un plato bata el huevo. Riegue el pan molido en una tabla. Caliente el aceite, Pase cada pedazo de carne por el huevo y luego por el pan. Molido en una tabla. Caliente el aceite, pase cada pedazo de carne por el huevo y luego por el pan. Fría y dore. Se adorna la carne apanada con un atabla de limón y una rodaja de tomate pasada por el aceite y sal.</p> <p>Valor Nutricional: La carne posee un gran valor nutritivo, proporcionando macronutrientes como las proteínas y los ácidos grasos, y micronutrientes como minerales (hierro principalmente), vitaminas, etc. El contenido medio (en peso) de la carne oscila entre un 70% de agua, un 20% de proteína, un 7% de</p>	

grasa y 1% de minerales, claro que las variaciones dependerán del tipo de animal, de la raza y de su régimen alimentario.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO Picantería Elvita	NOMBRE DE LA PROPIETARIA Patricia Silva
--------------------------------------------------------	---------------------------------------------------

Caldo de 31 y Librillo SU HISTORIA

En 1960 Doña Elvita Caicedo junto a Manuel Silva su esposo inician en un incómodo zaguán en el Club Montalvo de Lunes a Viernes mientras que los Sábados y Domingos en la plaza de camotes que ahora es el terminal terrestre esta se preparaba en una olla de paila de bronce con sus tres partes en la preparación : limpieza del producto , pre cocinado , cocinado con el tiempo se trasladaron a un local de la nuera de la señora mencionada en 1975 deciden quedarse en el lugar en donde hasta a hora funciona aprovechando la construcción del terminal en 1982se incrementan nuevos platillos como las tortillas de caucara seco de lengua camotes con librillo el caldo de 31 su especialidad lleva mote, camote y una porción de menudo tripas hígado shungo blanco como negro cansha bañado por una salsa de maní hace años atrás los servían con salsa de Pepa muy fresca que no hacía daño al estómago ahora lo sirven con una crema de Maní porque hay paladares que no gustan de la cebolla añadiéndole 31 tipos de vísceras de ganado vacuno.

Ingredientes.-

- 1 libra de tripas de res
- 2 libras de panza de res
- 2 cebollas blancas picada en cuadritos
- 1 cebolla paiteña finamente picada
- 4 dientes de ajo
- 2 cucharaditas de aceite
- Picadillo: culantro y cebolla finamente picada
- Sal al gusto



Fuente: Picantería Elvita

Preparación.-

En una olla grande hacer un refrito con aceite, cebolla blanca, perla ,ajo y sal al gusto. Una vez que el refrito este bien sazonado colocar cinco litros de agua hervida y enseguida verter las tripas y la panza de res previamente lavadas y cortadas. Dejar cocinar alrededor de una hora o más, hasta que las tripas y la panza estén suaves. Al momento de servir esparcir el picadillo.

Valor Nutricional.-

El Nivel de proteína de esta preparación es bastante alto; además la utilización de vísceras le da un aporte de hierro debido a la hemoglobina animal. La utilización del maní, aguacate y papas, le dan una adición de carbohidratos, el sellado y perfumado con especería lo vuelven inocuo ante algún exceso al ingerirlo.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO
-----------------------------------	-------------------------------

El Americano	Rosita López de Miranda
<p>JUGO DE CAÑA SU HISTORIA</p> <p>Pus ya con sus 81 años de edad nos cuenta que ya hace 70 años atrás fue la pionera en la ciudad de Baños en ser la expendedora de la caña con apenas 5 sucres en aquel entonces lograba traer 100 unidades de caña de la ciudad del Puyo o a su vez de una parroquia llamada Tarqui , Madre Tierra su esposo era guarda estanco en los periodos de Velasco Ibarra y por ello conocían muy bien todo en cuanto a la caña de azúcar luego enseñarles a pelarla en grandes pedazos a 10 centavos su primer local fue el Hotel Plantas Blanco en una carpita en donde vendía huevos limas oritos entre otras cosas pequeñas ahí ella vivió 16 años además toda la carga que traía lo hacía en unas camionetas q se encontraban en la ciudad de Pelileo y ellos bajaban la carga en las calles 12 de noviembre y Montalvo casi sus hijos todos lograron terminar sus estudios secundarios gracias a su esfuerzo hasta el día de hoy la vemos a ella muy pendiente en el control de su local ahora este paso a las manos de su hija menor la que lleva la tradición de vender este delicioso producto a propios y extraños.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="261 898 771 1075"> <p>INGREDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 Cañas De Azúcar • Hielo • Jugo de limón o mandarina • Un trozo de caña para decorar </div> <div data-bbox="1036 835 1393 1113">  </div> </div> <p>PREPARACION</p> <p>Para realizar este jugo es necesaria la utilización de un pequeño molino, para poder triturar las cañas y así poder obtener su líquido. Luego de este proceso puede servirlo con hielo y un poco de jugo de limón o mandarina. Debe ser consumido al momento de su preparación, ya que por su alto contenido de hierro se oxida con rapidez.</p> <p>VALOR NUTRICIONAL:</p> <p>Los nutrientes presentes en este alimento, ordenados por relevancia de su presencia, son: calcio, potasio, hierro, magnesio, vitamina B3, sodio, selenio, fósforo, cinc, vitamina B6, vitamina B, agua, vitamina B2 y vitamina B9.</p>	
<p>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO Hostería Samary Spa</p>	<p>NOMBRE DEL PROPIETARIO Asociados</p>

**Camotes en Caldo de Carne
SU HISTORIA**

El camote es un tubérculo similar a la papa ,según el Dr pazos barrera no existen documentos respecto al origen de este plato lo que si se sabe es que hace mucho tiempo antes de la llegada de los españoles en Baños se cultivaba mucho camote por lo tanto se convirtió en la dieta de sus habitantes lo consumían en varias formas en locro, en puré, enteras y cocinadas con una salsa de pan en rodajas y fritos luego de 50 años aproximadamente el camote de sal se lo degustaba cocinado entero y cortado en cuartos acompañado de carne asada o frita; en la actualidad este plato no es muy conocido, es una costumbre culinaria que lo queremos recuperar.

INGREDIENTES:

- 3 a 4 camotes (amarrillos) grandes
- 3 o 4 filetes de carne
- 1 cebolla paiteña
- 1 pimiento verde
- 2 tomates maduros
- Arroz cocinado (para acompañar)
- **PREPARACIÓN:**



Fuente: Samary Spa

En un recipiente de agua con sal, hierva los camotes, previamente pelados y cortados en cuartos. Luego de su cocción (aproximadamente 10 minutos) escurra y resérvelos Ahora los filetes de carne como para bistec; aliñelos con sal, ajo y comino. En una sartén coloque los filetes aliñados, añada el jugo de tomate cernido, el pimiento y las cebollas cortadas en juliana, tape por unos minutos hasta que la carne suelte sus jugos. Cocine a fuego lento por el lapso de 15 minutos, sirva primero los camotes cocinados y sobre ellos coloque los filetes con su guarnición, puede acompañarlo con arroz blanco, rinde de 3 a 4 porciones

VALOR NUTRICIONAL:

El camote es un alimento de alta energía, sus raíces tienen un contenido de carbohidratos totales de 25 a 30%, de los cuales el 98% es considerado fácilmente digestible.

LUGARES EN DONDE SE PUEDE ENCONTRAR

Únicamente bajo pedido en cualquiera de los restaurantes y hoteles de la ciudad

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO Los Tacos del Gringo "COCA"	NOMBRE DEL PROPIETARIO Tobías Guevara
Caldo de Gallina – Licor SU HISTORIA	

Este licor tiene una historia de más de 70 años cuando en la ciudad el conocido Señor J creo este licor apodado caldo de gallina su preparación era un total misterio el procedimiento habitual para su elaboración consistía en guarapo cebollas anís apio gallinas patos borregos chivos se estilaba con los requisitos de rigor hasta obtener el licor apto para el consumo a pesar de conocer con exactitud los ingredientes nadie conseguía ese sabor q fugazmente pasaba por nuestra lengua luego se hacía calorcito en el occipital y por fin se repartía en todo el cuerpo . Algunos sentían el sabor a carne otros a verduras .Antes de fallecer le confeso a su esposa que el lograba rebajar la fuerza del alcohol con agua de lluvia el secreto era esa agua tibia y persistente q llega desde los arboles de la amazonia

INGREDIENTES:

- 3 a 4 camotes (amarillos) grandes
- 3 o 4 filetes de carne
- 1 cebolla paiteña
- 1 pimiento verde
- 2 tomates maduros
- Arroz cocinado (para acompañar)



Fuente: Los Tacos del Gringo "COCA"

PREPARACIÓN:

En un recipiente de agua con sal, hierva los camotes, previamente pelados y cortados en cuartos. Luego de su cocción (aproximadamente 10 minutos) escurra y resérvelos Ahora los filetes de carne como para bistec; aliñelos con sal, ajo y comino. En una sartén coloque los filetes aliñados, añada el jugo de tomate cernido, el pimiento y las cebollas cortadas en juliana, tape por unos minutos hasta que la carne suelte sus jugos. Cocine a fuego lento por el lapso de 15 minutos, sirva primero los camotes cocinados y sobre ellos coloque los filetes con su guarnición, puede acompañarlo con arroz blanco, rinde de 3 a 4 porciones

VALOR NUTRICIONAL:

El camote es un tubérculo con alto contenido de hierro, zinc y magnesio conocidos como antioxidantes (porque actúan contra sustancias químicas nocivas para el organismo). La combinación del camote con la carne de res, convierten a este plato en una excelente fuente de vitaminas y proteínas

LUGARES EN DONDE SE PUEDE ENCONTRAR

Únicamente bajo pedido en cualquiera de los restaurantes y hoteles

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO
Sánduche – Licor SU HISTORIA	

De acuerdo con el historiador, Julio Pazos Barrera existía en Baños una cantina al borde del puente del Río Pastaza su propietario era un señor de apellido Guevara en el mismo lugar tenía un trapiche (máquina que extrae el jugo de caña) en donde vendía puntas (agua ardiente).

Desde hace 25 años atrás se comenzó a vender en este lugar un preparado que consistía en una jarra de jugo de caña a parte se servía el vaso con agua ardiente y se lo tomaba simultáneamente de acuerdo al gusto. La tradición persiste ya que ahora es la combinación justa de jugo de caña mezclada con el agua ardiente por esta razón toma el nombre de Sánduche

INGREDIENTES:

- Aguardiente o puro
- Jugo fresco de caña
- Jugo de limón o mandarinas (opcional)
- 3 cañas de azúcar (para decorar)
- Hielo picado (opcional)



Fuente: Hotel Americano

PREPARACIÓN:

Primero ponga los hielos picados en cada uno de los vasos; agregue una medida del jugo de caña, luego un a medida de aguardiente; y finalmente otra de jugo de caña, coloque la caña dulce pelada para decorar. Opcionalmente puede agregar un poco de jugo de mandarina o limón

VALOR NUTRICIONAL:

Toda bebida que contenga alguna cantidad de metanoles considerada bebida alcohólica. La ingestión de una pequeña cantidad de alcohol no es perjudicial para la salud, sin embargo debe ser consumido con moderación

A nivel calórico, el alcohol produce 7 kilocalorías por gramo sin aportar otros nutrientes, como pueden ser las vitaminas, minerales, etc. Dada esta característica de ausencia de aporte nutricional, a la caloría alcohólica se la denomina "caloría vacía". Por esta misma razón si se está realizando algún tipo de régimen o dieta baja en calorías, se restringe el consumo de alcohol.

LUGARES EN DONDE SE PUEDE ENCONTRAR:

En los diferentes negocios de venta de jugos de caña, en los principales restaurantes y bares de la ciudad de Baños

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO
-----------------------------------	-------------------------------

Cuy asado – PLATO FUERTE SU HISTORIA

El Cuy es un animal emblemático de la cocina de los pueblos indígenas de nuestra serranía se lo consume asado aunque los indígenas y campesinos lo preparaban hace décadas de años en sopas o locros. El Cuy en los pueblos del altiplano interviene prácticas tradicionales relacionadas con la familia y el entorno social, usándola para peticiones de mano, bodas y compradrazgos, era constituido el alimento obligado en las comidas de fiesta y homenajes acompañado siempre de papas cocinadas enteras es signo de respeto y prosperidad; este negocio a permitido el progreso económico de las familias llevando esta tradición culinaria que tiene gran acogida hasta la actualidad ya que esta carne tiene mucha proteína y cero colesterol.

Ingredientes:

- 1 Cuy
- 2 libras de papas cocinadas
- 2 ramas de cebolla blanca
- ½ taza de salsa de maní
- Hojas de lechuga
- Sal, comino, ajo al gusto



Fuente: Mercado central Baños de Agua

Santa

PREPARACION

Lave al cuy sacándole las viseras, aliñelo con sal, comino y ajo machacado. Refriegue una cebolla blanca sobre el cuy. Para asarlo se lo atraviesa de extremo a extremo con una madera o una varilla. Asele sobre carbón haciéndole girar hasta que este se cocine por dentro y por fuera y su piel tome una tonalidad dorada y crujiente.

Se sirve sobre una hoja de lechuga con papas cocinadas bañadas en salsa de maní y por supuesto no debe olvidarse del ají. Rinde para 4 personas

VALOR NUTRICIONAL:

El cuy, como producto alimenticio nativo, posee un alto valor proteico, puede constituirse en un elemento de gran importancia para contribuir a solucionar el hambre y la desnutrición, su carne contiene mucha proteína y cero colesterol.

LUGARES EN DONDE SE PUEDE ENCONTRAR

Av. Los guaytambos (ficoa), también lo podemos encontrar deliciosos cuyes asados en los cantones de Pelileo, Mocha, Quero, Cevallos, Tisaleo Y Baños de Agua Santa

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE DEL PROPIETARIO
<p>Fritada – PLATO FUERTE SU HISTORIA</p> <p>El cerdo fue el aporte Español más significativo de este animal c comen todas sus partes en diferentes formas como fritada chicharrón, hornado, pernil, salchichas, chorizos y morcillas se aprecia su piel reventada o asada al carbón y por ultimo c valora su manteca, la fritada se constituyó como uno de los platos emblemáticos de la ciudad de Baños gracias a doña Canchinia y Doña Paca que fue la pionera en exponer este plato ante el turista, se a convertido en una verdadera tradición desde hace varias décadas su secreto se basa en la alimentación que consumen los cerdos, aportándonos grandes cantidades de proteína, la combinación con los carbohidratos lo encontramos en el mote y las tortillas convirtiéndolo en un alimento altamente calórico, también podemos encontrar la fritada en todos los cantones de la provincia de Tungurahua.</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carne de cerdo • Choclo • Maduro • Mote • Papas • Cebolla perla • Tomate de carne • Limón • Perejil <div data-bbox="932 751 1382 1146" style="text-align: right;">  </div> <p style="text-align: right;">Fuente Picantería Trituras Baños de Agua Santa</p> <p>Preparación</p> <p>Sazone la carne de chanco con el comino molido, ajo machacado, sal y pimienta. Si tiene tiempo deje reposar en la refrigeradora por un par de horas.</p> <p>Ponga la carne de chanco, la cebolla, el chalote, los dientes de ajo enteros y el agua en una sartén grande y cocine hasta que ya casi no quede nada de agua.</p> <p>Añadí el jugo de naranja y cocine hasta se reduzca todo el liquido</p> <p>La carne se empieza a dorar, con una cuchara de palo revuelva la carne de vez en cuando para evitar que se queme. Cocine la carne hasta que todos los trozos estén dorados.</p> <p>En la misma sartén añada la yuca, el mote y los platanos fritos, si desea puede cocinar los platanos en la misma grasa de la fritada, llamada mapahuira, pero esto puede volverse complicado y resulta más fácil freírlos por separado.</p> <p>Sirva la fritada con la yuca, mote, platanos fritos, curtido, aguacate y aji criollo.</p> <p>Valor nutricional</p> <p>Energía (kcal) - 242 Energía (kj) - 1014 Proteínas (g) - 29 Total de carbohidratos (g) - 2 Grasas totales (g) - 12 Azúcares totales (g) - 0 Grasas saturadas (g) - 7 Fibras dietarias totales (g) - 0 Sodio (mg) - 788 Calcio (mg) - 30 Colesterol (mg) - 81 Hierro (mg) - 1 Grasas, monoinsaturadas (g) - 5 Grasas, polinsaturadas (g) - 2 Vitamina A (µg_RAE) - 2 Vitamina C (mg) - 2 Vitamina D (µg)</p>	



DESARROLLO DE LA RUTA

Baños de Agua Santa se encuentra en la provincia de Tungurahua a 180 Km de Quito y 35 Km de Ambato.

Para aquellos que quieren evitar la aventura existen hermosos lugares para visitar, si está buscando relajarse las aguas termales será el sitio ideal para el desestres, así como también los diferentes centros de relajación que Baños Ecuador tiene para ofrecer.



Fuente: Monumento Papagayo

Al ingresar a la ciudad podemos encontrar un Monumento del papagayo a la entrada de Baños de Agua Santa el mismo que en sus inicios eran dos, pero con la erupción del volcán Tungurahua y el descenso de su lava quedo enterrado uno de ellos, a lo que los pobladores del sitio cuentan en su historia que el logro escapar y se libró de ser consumido por el fuego mientras que el otro permanece intacto y sigue siendo un atractivo para propios y extraños.

A sido considerada una de las mejores vistas panorámicas con las que cuenta Baños de Agua Santa aunque esta sea un zona de riesgo.



Fuente: Volcán Tungurahua

Siguiendo nuestra ruta a pocos metros y 5 minutos de distancia podemos encontrar la formación de nuevos lahares que con mucha precaución se ha dado el debido mantenimiento, pasando toda esta travesía dirigiéndonos por la Av. De la



Fuente: Zoológico San Martín (jaguar)

Confraternidad, Vía Baños recorriendo 10 minutos de distancia al lado izquierdo encontramos el Zoológico ubicado en la parte occidental de Baños, en el sector del encañonado de San Martín, en este lugar se puede observar animales de diferentes zonas geográficas del Ecuador pero más especialmente animales nativos como la danta, el cóndor, loros, papagayos, sajinos y otras especies.

Cabe resaltar que este ecozoológico ha sido catalogado como una de los que mejor



Fuente: Zoológico San Martín

cuidado brinda a las especies en cautiverio, enfocado en la protección de especies en peligro de extinción. Se puede llegar a pie, si le gusta caminar, o tomar un bus local o un taxi desde el centro de la ciudad. Su atención es de lunes a domingos de 07h00 a 18h00. Ubicado en el sector de San Martín, frente al eco zoológico está el Serpentario que tiene una excelente infraestructura, posee especies de aves y reptiles de clima tropical, como la famosa boa constrictor o la boa arcoiris, tiene un interesante acuario con especies de peces de la amazonia como la piraña su atención es de lunes a domingos de 07h00 a 18h00.

Continuando por la Av. De la Confraternidad viajando 6 km más están ubicados los deliciosos dulces y melcochas del Señor Luis Pérez más conocidas como Las Ayoritas tradicionales del sector, este un negocio que se mantiene gracias a su numerosa familia quienes han obtenido una sucursal en el centro de la ciudad.

Nos acercamos al Terminal terrestre en donde sentimos un clima templado húmedo que dura todo el año; su temperatura promedio es de 18 °C.



Fuente: Calle Ambato

Podemos escoger alojamiento aproximadamente en 144 lugares; con un costo desde 8 dólares por persona hasta paquetes de 125 dólares.

Establecimientos de comida nacional e internacional y bebidas: 124, con una tarifa

promedio de 3 a 25 dólares.

Operadoras de turismo: 62, con paquetes turísticos (deportes extremos) desde 25 dólares.

Establecimientos de entretenimiento; 22, con un valor de 5 a 10 dólares.

Cooperativas de transportes: Baños, Amazonas, Express Baños...Frente al terminal encontramos diferentes stands donde se oferta la también muy conocida



Fuente: Monumento a la Virgen de Baños de Agua Santa

Caña de Azúcar de la cual extraen su jugo, en la parte posterior en las calles Oscar Efren Reyes y Eugenio Espejo esq. Está ubicada la Picantería "ELVITA" de su propietaria Patricia Silva donde se ofrece el famoso Caldo de 31 y el Librillo,

continuando por la calle Oscar Efrén Reyes tomamos la calle Montalvo y recorreremos 5 km en 30 minutos caminando para dirigirnos al Monumento de la Virgen que se encuentra erigido en el mirador de Ventanas, sector sur occidental de la ciudad ; fue construida por los maestros Manzano y Ríos en los años 1942 - 1943 ; es tallada en madera, el rostro es de metal, mide un metro treinta y cuatro centímetros de altura por un metro de ancho. En su brazo izquierdo sostiene al Niño Jesús y en la mano derecha sostiene un rosario.



Fuente: Parque Palomino Flores

En el descenso del monumento de la Virgen caminando tres cuadras tomamos la Calle principal Ambato frente al parque “Palomino Flores” está ubicado la Picantería “Doña Paquita”

donde nos presenta un plato muy sabroso no solo en Baños sino en el país como es la Fritada un plato elaborado con la carne de cerdo frita en manteca y papas enteras fritas en la misma, mote y ensalada.

Este plato ante el turista, se ha convertido en una verdadera tradición desde hace varias décadas su secreto se basa en la alimentación que consumen los cerdos, aportándonos grandes cantidades de proteína, la combinación con los carbohidratos lo encontramos en el mote y las tortillas convirtiéndolo en un alimento altamente calórico.

Descendiendo la calle Ambato 3 cuadras que son 400 m llegamos a la Basílica



Fuente: Catedral de Baños de Agua Santa

Ruinas de la Antigua Iglesia de Baños. Esta iglesia fue construida a finales del siglo 18.

Este templo religioso se derrumbó en su mayor parte a causa del gran terremoto del 5 de Agosto de 1949, quedando un pequeño tramo

de muros de piedra que se pueden observar en la parte interior del Palacio Municipal, en la misma de la basílica Sanduche un licor con jugo de caña y agua basílica observamos los Mote con cuero asado, rinconcito del sabor de



Fuente: Piscinas de la Virgen

calle Ambato en la parte derecha encontramos el preparado tradicional del sector compuesto ardiente y limón; al frente de la kioskos del apetecido Choclo-conocido con el nombre de la Señora María Cunalata.

Siguiendo la calle 12 de Noviembre a dos cuadras de la Basílica tomamos la calle Luis A. Martínez donde hallamos el Hotel Americano y en su planta baja descubrimos el delicioso Jugo de Caña de Doña Rosita López Miranda continuando la misma calle llegamos a las Piscinas de Aguas Termales de la Virgen, existen dos piscinas de agua caliente y una de agua fría para servicio diurno, y dos piscinas de agua caliente para servicio nocturno, posee duchas de agua fría y caliente su atención es de lunes a domingos de 04h00 a 17h00 y de 18h00 a 22h00 ubicadas

al pie de la cascada Cabellera de la Virgen, esta cascada nace en el cerro de



Fuente: Parque de los Dinosaurios

Bellavista, es la única en el país que se encuentra en la zona urbana y se la puede admirar desde cualquier sitio de la ciudad; al final de la calle Juan Montalvo seguimos 500m hasta la calle Eloy Alfaro y podemos ubicar el Caldo de Gallina es un licor elaborado antiguamente por la familia Guevara, su preparación es un secreto, la que

dice estar compuesta por agua ardiente de caña, macerado con gallinas y varias especies de frutas y plantas exóticas de la zona, junto a este está localizado el Parque de los Dinosaurios “Eduardos” es un establecimiento que presta sus servicios de una piscina semi-olímpica temperada, sauna, turco, hidromasaje, piscina polar, bronceado y el parque de aves exóticas con la exhibición de cuatro dinosaurios la avioneta perdida y un volcán sintético.

Retomamos la calle Eloy Alfaro 1k hasta la calle principal Ambato y nos ubicamos



Fuente: Mercado Central

en el Mercado Central para deleitarnos del exquisito sabor del Cuy Asado ya que es un animal emblemático de la cocina de los pueblos indígenas de nuestra serranía se lo consume asado aunque los indígenas y campesinos lo preparaban hace décadas de años en sopas o locros, junto a esto encontramos el pasaje artesanal

Ermita de la Virgen donde se expone artesanías típicas de Baños, así como también de otros lugares del país; saliendo a la calle Vicente Rocafuerte a una cuadra y media está el restaurante “MONY MEXICAN FOOD” con su administradora María Teresa Cayao donde se puede disfrutar del conocido plato llamado Orejas de Elefante



Fuente: Pasaje Artesanal Ermita de la Virgen

que es un tipo de carne cecinada muy finamente y se acompaña de papas fritas y ensalada. Manteniéndonos en nuestra aventura tomamos la Avenida Amazonas saliendo de Baños a 7 minutos encontramos el servicio turístico más representativo de la ciudad de Baños, la Hosteria Samari Spa donde sirven el plato más tradicional de la ciudad, los Camotes en Caldo de Carne expuestos como un plato gourmet; el camote



es un tubérculo similar a la papa ,según el Dr Pazos Barrera no existen documentos respecto al origen de este plato lo q si se sabe es q hace mucho tiempo antes de la llegada de los españoles en Baños se cultivaba mucho camote por lo tanto se convirtió en la dieta de sus habitantes lo consumían en varias formas en logro en puré enteras y cocinadas con una salsa de pan en rodajas y fritos luego de 50 años aproximadamente el camote de sal se lo degustaba cocinado entero y cortado en cuartos acompañado de carne asada o frita en la actualidad este plato no es muy conocido una costumbre culinaria que lo queremos recuperar su tradición .



A unos 3km más en la misma avenida inicia el Agoyán, cerca de la represa hidroeléctrica, a unos 15 minutos de Baños. Se puede llegar en auto, bus costo de un dólar, taxi cuatro dólares, bicicleta siete dólares el día, llegaremos a el

Parque de la Familia de Baños, cerca de abrirse, el espacio verde consta de seis secciones, en las que los visitantes podrán disfrutar de sembríos, miradores y criaderos de especies tanto de roedores como de peces nativos de la zona. Este es la segunda obra de este tipo en la provincia.

El sendero toma de tres a cuatro horas. Desde Agoyán pasa por la hacienda de Guamag, el caserío de Chinchín hasta el Manto de la Novia, donde se puede cruzar en tarabita. Son unos siete kilómetros de recorrido exclusivamente pedestre. Se recomienda llevar ropa cómoda, zapatos de buen labrado, bastones para caminar por pendientes, agua, bloqueador solar, repelente y cámara de fotos.



Fuente: Deportes Extremos

Aquí podemos encontrar las suculentas Tilapias y Truchas las cuales son pescadas por el mismo comensal y ser preparadas a gusto del cliente, fritas, asadas, al vapor, o en maitos, es un plato

que va acompañado de patacones, ensalada y una porción de arroz.

Pasando los túneles dependiendo el deporte que vaya a practicar varían sus distancias y hallaremos una zona apta para practicar varios deportes de aventura tales como: rafting, kayaking, canyoning, escalada en roca, salto de puentes,

paseos a caballo, caminatas ecológicas, ciclismo de montaña, andinismo, camping, parapente, entre otros. Si usted quiere disfrutar de todas estas alternativas.

Este pueblo encantador es el refugio de más de 60 cascadas, entre las más visitadas tenemos: Inés María , Pailón del Diablo, Manto de la Novia, Cabellera de la Virgen, San Jorge, San Pedro, Chamana, Machay, Agoyán, El Fantasma, El Placer, San Francisco, Cashaurco, El Corazón, etc., las mismas que pueden ser visitadas utilizando diferentes medios de transporte, así como también puede conocerlas caminando por los senderos ecológicos y mágicos puentes colgantes.



Fuente: Cascada Pailón del Diablo

Para culminar nuestra travesía llegamos a Rio Verde en donde observamos el Pailón del Diablo descendiendo por un sendero que se encuentra perfectamente señalado, que a través de orquídeas, hortensias y vegetación semi-selvática, que llega hasta un puente colgante y luego se encontrará en el filo mismo de la cascada.

En el borde de la cascada existe un mirador, desde donde la vista se pierde en la cubierta vegetal compuesta y bien representada en tres estratos: herbáceo, arbustivo y arbóreo. La cascada desciende a lo largo de una formación rocosa natural, la misma que es capaz de envolver en una densa nube de gotitas producto de la humedad.

Se encuentra a 18 km. desde Baños. En este lugar el río Verde forma una impresionante cascada dentro de las rocas. El Pailón del Diablo es considerado

como uno de los saltos más grandes del Ecuador tiene aproximadamente 80 metros de altura.

La temperatura del agua de esta cascada es de 23° C. pero en su entorno la temperatura oscila entre los 10° y los 28° C.

Al salir fascinado con la belleza de esta cascada le encontramos ahí a la Señora Mercedes Cárdenas con su local “MECHITAS” donde ofrece una infinita variedad de Empanadas, Hace ya 30 años conocemos a la pionera en el cantón Baños en realizar esta elaboración ella nos cuenta q comenzó realizando sus empanadas con una funda de harina YA a la próxima semana una arroba su local estaba ubicado en el terminal terrestre con una carpita de color amarillo por progreso de la ciudad resuelven desalojar a todos los vendedores de la zona para introducir una cooperativas de taxis.

Con el pasar del tiempo el volcán hizo de las suyas y su alerta roja se extendió y fuimos evacuados a diferentes partes del ecuador ella se trasladó la parroquia de Rio Verde tan necesitada del trabajo decide dedicarse a las artesanías y sabia q eso no era lo suyo pero seguía en la lucha por obtener recursos económicos. Todos los Baneños regresamos a nuestra ciudad y ahí ella retoma su elaboración con un nuevo toque en su masa ella añade 6 ingredientes a su masa los cuales por secreto no nos pudo manifestar su variedad encontramos en su relleno: Empanada de Queso, Empanadas de Pollo, Empanadas de Jamón mixta de pollo y queso, empanadas de pollo jamó y queso, empanadas de pollo y

verduras, empanadas de chocolate con mora y una variedad muy grande de rellenos que hacen de estas preparaciones la más buscadas

- **Publicidad y Ferias Gastronómicas**

Las Autoridades del cantón y los administradores de los establecimientos deben darse cuenta de los beneficios que gozan si son incluidos en una ruta gastronómica; por medio de la publicidad, reconocimiento público, participación activa en eventos y reuniones donde se traten temas sobre la ruta, capacitaciones del personal laboral y administrativo, derecho a participación en ferias y concursos gastronómicos abiertos al público en general, la inclusión en el mapa de la ruta y reconocimiento en departamentos, Secretarías y Ministerio de Turismo, y que cada uno de estos sean identificados.

Los ejemplares de esta ruta serán entregados en los diferentes establecimientos de comida ya categorizados, agencias de viaje y al Ilustre Municipio de Baños de Agua Santa, para su promoción y difusión para mayor conocimiento de la gastronomía en esta zona.

VI. CONCLUSIONES

- En Baños de Agua Santa según los resultados del inventario realizado se encontró 16 restaurantes y 4 cafeterías las más representativas del cantón, los mismos que fueron tomados en cuenta como destinos gastronómicos para satisfacer la gran demanda de turistas Nacionales e Internacionales que visitan Baños durante todo el año.
- El turista que arriba el cantón Baños de Agua Santa según la encuesta lo que más consumen son dulces y melcochas ya que son conocidos como referente gastronómico en el cantón, pero esto no satisface las necesidades del turista que busca tener una variedad de platos para escoger.
- Según los resultados de la encuesta se llegó a la conclusión que es muy necesaria la creación de una ruta gastronómica como compendio informativo de la gastronomía del Cantón Baños de Agua Santa contribuirá con la preservación del patrimonio del mismo mejorando notablemente la zona comercial y el desarrollo económico

VII. RECOMENDACIONES

- Se debe realizar una campaña informativa para dar a conocer a los dueños de los distintos establecimientos los beneficios e importancia de ser categorizado por el Ministerio de Turismo; ya que muchos lugares donde expendan alimentos no son conocidos por los turistas ni forman parte de un catastro al alcance del turista.
- Debe existir un compromiso legal que respalde la inclusión de los establecimientos participantes en la Ruta Gastronómica; y así mismo, el compromiso por parte de los restaurantes de aportar con los costos de inversión para la promoción y marketing que se le dará a dicha ruta, ya que estos serán positivamente beneficiados.
- Se recomienda formar una empresa o entidad legalmente constituida y serán parte activa los representantes de los establecimientos que se encargarán de la publicidad y promoción de la ruta gastronómica bajo la supervisión del departamento de turismo del cantón Baños de Agua Santa.

a. **BIBLIOGRAFIA**

• **BAÑOS DE AGUA SANTA (ECUADOR)**

[http://es.wikipedia.org/wiki/Ba%C3%B1os_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ba%C3%B1os_(Ecuador))

2012-11-15

• **IMPORTANCIA DEL TURISMO**

<http://www.importancia.org/turismo.php>

2012-11-27

• **TURISMO BAÑOS DE AGUA SANTA**

<http://www.banos-ecuador.com/>

2012-12-02

• **MARKETING GASTRONOMICO**

<http://marketinggastronomico.com/>

2012-12-02

• **CAÑIZAL, M.** La [Alimentación](#) fuera del Hogar en el Umbral del siglo

XXI. Barcelona: Editorial Tom. 2001.

• **MANEJO DE INVENTARIOS**

<http://www.monografias.com/trabajos11/conin/conin.shtml>

2012-12-10

- **GUIA TURISTICA DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA**

<http://www.viajandox.com/tungurahua/banos-canton.htm>

2012-12-18

- **GASTRONOMIA DE BAÑOS DE AGUA SANTA ECUADOR**

<http://www.viajeros.com/destinos/banos/restaurantes>

2012-12-19

- **PLATOS TIPICOS BAÑOS DE AGUA SANTA**

<http://www.camaradeturismo.com/>

2012-12-23

- **INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS**

<http://www.slideshare.net/adrianitaeli/inventario-de-atractivos-turisticos>

2012-12-13

IV. ANEXOS

10.1. Encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO ESCUELA DE GASTRONOMIA



La presente encuesta forma parte de la tesis titulada: “PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA RUTA GASTRONÓMICA EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA A TRAVÉS DEL ANÁLISIS E INVENTARIO DE SUS PLATOS TÍPICOS EN EL PERIODO 2013- 2014.

Sírvase marcar con una X, las siguientes preguntas según su preferencia.

1. **Cuál es su lugar de procedencia?**

País

2. **Los viajes de turismo hacia la ciudad de Baños de Agua Santa, ¿De qué manera los realiza?**

Independiente

Con Amigos

En Pareja

Con Familiares

3. **¿Qué tipo de turismo realiza en Baños de Agua Santa?**

Deportes de Aventura

Descanso y Diversión

Turismo de Naturaleza (Ecoturismo)

Turismo de Salud

Turismo Religioso (peregrinaciones)

Turismo Gastronómico

4. **¿Qué tipo de oferta gastronómica consume mayormente?**

Platos típicos del Cantón

Dulces (melcochas dulces, de guayaba)

Cañas

5. ¿Dentro de la oferta gastronómica de Baños de Agua Santa, que tipo de alimentación prefiere?

Platos Típicos

Platos a la Carta

Platos Gourmet

Menú del Día

6. De los siguientes platos típicos y tradicionales, ¿Cuál es el más apetecido por usted?

Cuy Asado

Pollo a la Brasa

Churrasco

Fast Food

Parrilladas y Asados

Trucha y/o Tilapia

Librillo y/o Caldo de 31

7. ¿Conoce usted la oferta gastronómica del cantón Baños de Agua Santa?

Si

No

8. ¿Considera usted que debería existir más oferta de platos típicos del cantón?

Si

No

9. ¿Para consumir un plato típico y/o tradicional de Baños de Agua Santa, por qué medios de promoción o difusión se enteró? Escoja una opción

Trípticos Tarjetas

Afiches Guía Turística

Hoja volantes Publicidad en prensa escrita

Publicidad en TV Información de Amigos y
Familiares.....
Publicidad en redes sociales
Publicidad rodante

10. ¿Qué tipo de elementos considera que debe tener una publicidad sobre oferta gastronómica? Escoja una opción

Fotografía
Ubicación del establecimiento
Descripción del Plato
Ingredientes del Plato

Gracias por su Colaboración

TABLA N° 1

Establecimientos que forman parte del catastro del cantón

NOMBRE	CATEGORIAS				TIPO DE RESTAURANTE	TIPO DE COMIDA
	4 Tenedores	3 Tenedores	2 Tenedores	1 Tenedor		
Asadero Dulce Carbón				✓	Parrilladas y Asados	Platos Típicos
Asadero la Chimenea				✓	Parrilladas y Asados	Platos Típicos
Asadero Lizburguer				✓	Parrilladas y Asados	Platos Tradicionales
Bar Panchos				✓	SnackBar	Otros
Chifa Achupalla				✓	Restaurante	Platos a la Carta
Paradero Vista al Tungurahua				✓	Parrilladas y Asados	Platos Típicos
Paradero Fabis				✓	Parrilladas y Asados	Platos Tradicionales
La casa de la Abuela				✓	Restaurante	Platos a la Carta
La castellana				✓	Restaurante	Platos a la Carta
La cocina de Dulcelina				✓	Restaurante	Platos a la Carta
Menestras Dantin Grill				✓	Parrilladas y Asados	Platos Tradicionales

NOMBRE	CATEGORIAS				TIPO DE RESTAURANTE	TIPO DE COMIDA
	4 Tenedores	3 Tenedores	2 Tenedores	1 Tenedor		
Pizzería Pappardelle		✓		✓	Restaurante	Platos a la Carta
Restaurante Café Hood		✓			Restaurante	Platos a la Carta
Restaurante Caracol				✓	Restaurante	Menú del Día
Restaurante Mama Fanny			✓		Restaurante	Menú del Día
Restaurante Lucerna Classic				✓	Restaurante	Platos a la Carta
NOMBRE	CATEGORIAS			TIPO DE RESTAURANTE	TIPO DE COMIDA	
	I	II	III			
Café bar Vaquitas	✓			Cafetería	Platos a la Carta	
Cafeteria the Coffee Lounge		✓		Cafetería	Platos a la Carta	
Heladería nice cream	✓			Heladería	Otros	
Heladería Pingüino	✓			Heladería	Otros	

Fuente: Ministerio de Turismo de Tungurahua (Baños de Agua Santa)

Elaboración: Santiago Xavier Albán Velasteguí