



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TEMA: ELABORACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA EN  
LA SIERRA NORTE RELACIONADA CON LAS BEBIDAS ANCESTRALES  
PARA IMPULSAR EL TURISMO.

Proyecto de investigación previo a la obtención de título de Tecnólogo en  
Administración Turística y Hotelera

Autor: Gaglay Aroca Marcia Rebeca

Tutor: Lic. Roberto Molina

Quito, Marzo 2016

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Gaglay Aroca Marcia Rebeca

CC 1722633243

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Gaglay Aroca Marcia Rebeca alumna de la Escuela de Administración turística y hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera"

---

Gaglay Aroca Marcia Rebeca

CC 1733633243

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **GAGLAY AROCA MARCIA REBECA** Por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el “CESIONARIO”, Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, que imparte el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “**ELABORACIÓN DE UNA RUTA TURISTICA GASTRONOMICA EN LA SIERRA NORTE RELACIONADA CON LAS BEBIDAS ANCESTRALES PARA IMPULSAR EL TURISMO**” el cual incluye el diseño de una Ruta Turística Cultural, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera se desarrolla la creación de la propuesta, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de

grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESION Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.) El Cesionario podrá explotar el recetario, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros:

- a) La reproducción del recetario por cualquier forma o procedimiento;
- b) La comunicación pública del recetario;
- c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, de la propuesta;
- e) La protección y registro en el IEPI de la Ruta, a nombre del Cesionario;
- f) Ejercer la protección jurídica del recetario;
- g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACION DEL CEDENTE.-** El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.-** la cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que derivan al mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** la vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCION Y COMPETENCIA.-** las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia deriva de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un mediador del centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del centro de Arbitraje y Mediación de la cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas:

- a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación;
- b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral;
- c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno;
- d) El procedimiento será confidencial y en derecho;

e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito,

f) El idioma de arbitraje será el español; y,

g) La reconvención, en caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SEPTIMA: ACEPTACION.**- las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 22 días del mes de Marzo del dos mil dieciséis.

f) \_\_\_\_\_

C.C. No. 1722633243

**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

**CESIONARIO**

## AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios, a mi madre que siempre ha estado allí para darme el aliento de continuar y luchar por mis sueños, ser perseverante; gracias a mis seres más allegados que siempre han estado pendientes de mi progreso académico.

Al instituto y sus docentes quienes me han ayudado a forjarme profesionalmente; impartiéndonos a mis compañeros y a mí sus conocimientos, gracias a eso lograré alcanzar un sueño más.

## DEDICATORIA

A mi madre Clara Gaglay que me ha apoyado y amado  
incondicionalmente.

A un angelito, que cuido, protejo y amo. Damián.

A mi madrina Marci, que me observa y bendice desde el  
lugar en el que esté.

A María del Rosario Guillén y Chris Patrick que durante  
varios años me han ayudado académicamente y han estado en  
mi formación tanto personal como profesional, eternamente  
agradecida.

A mi hermana de corazón Verónica, y todas aquellas  
personas que han estado conmigo.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL .iv	
AGRADECIMIENTO .....	viii
DEDICATORIA .....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	xix
CAPÍTULO I.....	1
1.00. Antecedentes .....	1
1.02 Justificación .....	12
1.03 Definición del problema central (matriz T).....	13
CAPÍTULO II .....	16
2.00. Análisis de involucrados .....	16
2.01. Mapeo de involucrados.....	17
2.02. Matriz de análisis de involucrados.....	19
CAPÍTULO III.....	23

---

3.00 Problemas y objetivos .....	23
3.01.  Árbol de problemas y objetivos .....	24
3.02.  Árbol de objetivos.....	26
CAPÍTULO IV .....	28
Matriz de análisis de alternativas .....	28
4.01.  Análisis de alternativas .....	29
4.02.  Análisis del impacto de los objetivos .....	32
4.03.  Diagrama de estrategias .....	34
4.04.  Matriz de marco lógico .....	35
CAPÍTULO V .....	37
Propuesta.....	37
5.01.  Antecedentes de la herramienta o metodología que propone como solución .....	40
5.02.  Misión .....	41
5.03.  Visión.....	41
5.04.  Objetivos específicos .....	41
5.05.  Objetivo general.....	41
5.06.  Análisis FODA .....	45
5.06.01.  Investigación de mercados.....	47
5.06.02.  Instrumentos de la investigación .....	50
5.06.03.  Población y muestreo.....	51

---

---

5.06.04. Análisis de información.....	58
CAPÍTULO VI.....	68
6.00 Aspectos Administrativos .....	68
6.01. Recursos.....	68
6.02. Cronograma .....	69
CAPÍTULO VII .....	70
Conclusiones y recomendaciones .....	70
7.01. Conclusiones.....	71
7.02. Recomendaciones .....	72

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 1.	Escalas .....	13
Tabla N. 2.	Análisis de fuerzas T .....	14
Tabla N. 3.	Matriz de Análisis de Involucrados .....	19
Tabla N. 4.	Matriz de Análisis de Involucrados .....	21
Tabla N. 5.	Categorías .....	29
Tabla N. 6.	Matriz de análisis de alternativas .....	30
Tabla N. 7.	Impacto de objetivos.....	32
Tabla N. 8.	Matriz de marco lógico.....	35
Tabla N. 9.	Costeo del viaje .....	44
Tabla N. 10.	Análisis FODA .....	46
Tabla N. 11.	Población de la Sierra Norte ecuatoriana .....	55
Tabla N. 12.	Sabe usted lo que es una ruta gastronómica .....	58
Tabla N. 13.	Sabe usted el significado de la palabra ancestral.....	59
Tabla N. 14.	Ha escuchado usted sobre las bebidas ancestrales .....	60
Tabla N. 15.	Motivos de viaje .....	61
Tabla N. 16.	Le parece interesante la propuesta de la elaboración de una ruta gastronómica con relación a las bebidas ancestrales en la Sierra Norte .....	62
Tabla N. 17.	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alguna bebida? .....	63
Tabla N. 18.	¿Cómo le gustaría que se difunda la página web o aplicación? .....	64
Tabla N. 19.	Cree usted que la riqueza gastronómica ancestral de nuestro país se ha perdido por:.....	65
Tabla N. 20.	Es importante mantener los legados ancestrales .....	66

---

Tabla N. 21. Estaría dispuesto a viajar a la Sierra Norte por disfrutar de las bebidas y visitar ciertos atractivos .....	67
Tabla N. 22. Presupuesto.....	68
Tabla N. 23. Cronograma de Actividades .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N. 1. Mapeo de involucrados .....	17
Figura N. 2. Árbol de problemas y objetivos .....	24
Figura N. 3. Árbol de objetivos .....	26
Figura N. 4. Diagrama de estrategias .....	34
Figura N. 5. Foto de Google maps .....	42
Figura N. 6. Población de Carchi .....	54
Figura N. 7. Población de Imbabura.....	54
Figura N. 8. Población de Pichincha .....	55
Figura N. 9. Ruta Gastronómica.....	58
Figura N. 10. Sabe usted el significado de la palabra ancestral .....	59
Figura N. 11. Ha escuchado usted sobre las bebidas ancestrales .....	60
Figura N. 12. Motivos de Viaje .....	61
Figura N. 13. Le parece interesante la propuesta de la elaboración de una ruta gastronómica con relación a las bebidas ancestrales en la Sierra Norte .....	62
Figura N. 14. Cuanto estaría dispuesto a pagar por alguna bebida .....	63
Figura N. 15. Como le gustaría que se difunda la página web.....	64
Figura N. 16. Cree usted que la riqueza gastronómica ancestral de nuestro país se ha perdido por: .....	65
Figura N. 17. Es importante mantener los legados ancestrales .....	66
Figura N. 18. Estaría dispuesto a viajar a la Sierra Norte por disfrutar de las bebidas y visitar ciertos atractivos. ....	67
Figura N. 19. Logo de la app.....	79
Figura N. 20. Mapa de la ruta.....	79

---

Figura N. 21. Recetario: canelazo .....	80
Figura N. 22. Chicha de Jora .....	81
Figura N. 23. Chicha de Maíz .....	82

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se encargará de la elaboración de una ruta gastronómica en la Sierra Norte relacionada con las bebidas ancestrales para impulsar el turismo en el lugar e incentivar al turista nacional como internacional su consumo, además de variar y ser este proyecto algo innovador porque conoceremos la historia y elaboración de las bebidas más emblemáticas de cada provincia.

Obtendremos información fidedigna, donde contaremos el uso de las bebidas y su uso en las diferentes fiestas del año, a razón de que nuestros antepasados las utilizaban para celebrar y honrar a la madre Tierra y agradecer sus bondades en la agricultura, o en actos religiosos además de que la preparación de cada una de ellas han evolucionado de cierta manera, utilizando diversas técnicas y procesos.

Donde su finalidad es guiar al turista e invitarlo a degustar o probar las bebidas que se usan en la Sierra Norte del Ecuador como parte de nuestra propia cultura y llena de riqueza, donde los principales ingredientes son productos naturales que podemos encontrar en los diversos mercados; los que dan ese toque especial que hacen de la Cocina Ecuatoriana única y especial, beneficiando así a los habitantes de cada sector a visitar.

## ABSTRACT

This research project will ensure the development of a culinary trail in the Sierra Norte related to the ancestral drinks to boost tourism in place and encourage the national tourist and international consumption, in addition to vary and be this project something innovative because We know the history and development of the most emblematic drinks of each province.

Obtain reliable information, which will have the use of drinks and their use in the different holidays of the year, a rate that our ancestors used them to celebrate and honor Mother Earth and appreciate its benefits in agriculture, or in religious ceremonies also preparation that each have evolved a way, using various techniques and processes.

Where its purpose is to guide tourists and invite you to taste or try drinks used in the Northern Sierra of Ecuador as part of our own culture and full of wealth, where the main ingredients are natural products that can be found in the various markets; those who give that special touch that make the unique and special Ecuadorian cuisine, benefiting the people of each sector to visit.

## INTRODUCCIÓN

La elaboración de una ruta turística gastronómica en la Sierra Norte relacionada con las bebidas ancestrales busca impulsar el turismo en el país, ya que ésta actividad además de ser una actividad con una importante fuente de ingresos económicos y al existir todo tipo de turismo: religioso, de aventura, comunitario, turismo de sol y playa, ruta turística. Con ésta ruta se busca promulgar la impulsación de las bebidas ancestrales para el deleite de turistas nacionales y extranjeros, además del beneficio económico de los lugares que mencionaremos a lo largo de la elaboración de ésta ruta.

Este proyecto es importante ya que a diferencia de los demás nos concentraremos en las provincias de la Sierra Norte para impulsar su cultura y tradiciones que han ido evolucionando de generación en generación dejando a los ecuatorianos un legado enorme de historia y folklore el cual deberíamos aprovecharlo al máximo y utilizarlo para promocionar al país en todos sus aspectos.

En la época actual nos hemos concentrado en impulsar los mismos lugares ya conocidos, olvidándonos de lugares poco conocidos pero igual o más importantes que los demás por eso ésta investigación procurara ser interesante y novedosa para captar la atención del lector, y al ser una investigación que no tiene ningún impacto ambiental será más factible aplicarla.

## CAPÍTULO I

### 1.00. Antecedentes

Los antecedentes, son todos aquellos trabajos de investigación que se han realizado y que guardan mucha similitud y relación con los objetivos del estudio que se aborda, son los trabajos de investigación realizados, relacionados con el objeto de estudio presente en la investigación que se está haciendo. Como ejemplo, si el trabajo trata sobre las basuras marinas, sus antecedentes tienen que ver con investigaciones previas relacionadas con las basuras marinas y que por tal razón orientan al cumplimiento de los objetivos de la investigación que se realiza en la actualidad. (Ciencia e Investigación, 2016)

Los antecedentes pueden ser: trabajos de grado, postgrado, trabajos de ascenso, resultados de investigaciones institucionales, ponencias, conferencias, congresos, revistas especializadas.

Es indispensable darle el reconocimiento a cada aporte o investigación encontrados en los antecedentes citando al autor, el objetivo de su investigación y el aporte de la misma, esto en un corto resumen incluyendo además la conclusión a que se puede llegar con esa información y lo relevante para su investigación. (Ciencia e Investigación, 2016)

Los antecedentes se pueden citar cronológicamente, eso sí sin olvidar la fuente de consulta. (Ibíd)

**Tema:** Cócteles sencillos coloridos y novedosos

**Autor:** S.A (Ediciones SALDAÑA)

**Institución:** Instituto Tecnológico Cordillera

**Año:** 2011

**Conclusión:** El recetario que se menciona nos da a conocer la elaboración de diversos cócteles en los que se utilizan ingredientes frescos y fáciles de encontrar además de añadirle un toque de diferentes tipos de licor para darle ese toque especial. También nos menciona la temperatura a la que debemos tenerlo. Son recetas que son básicas para la implementación de un bar y nos guía para poder elaborarlos en un día caluroso como refrescante.

**Tema:** Propuesta de creación de una ruta gastronómica en la Provincia de Sucumbíos

**Autor:** Muela Flores Gisela Viviana

**Institución:** Instituto Tecnológico Cordillera

**Año:** 2011

**Conclusión:** El presente trabajo busca impulsar el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos creando una ruta gastronómica mediante la investigación de la preparación de los alimentos en cada una de las comunidades en donde se dará a conocer más de la provincia incrementando su turismo interno a base de su comida típica en donde en un futuro sea uno de los rincones ecuatorianos más visitados.

**Tema:** Ecuador y sus costumbres como influencia para el turismo. Investigación y análisis de las bebidas tradicionales de la Costa ecuatoriana.

**Autor:** Karina Maricela Iza Chizaiza

**Institución:** Instituto Tecnológico Cordillera

**Año:** 2012

**Conclusión:** en el siguiente proyecto se busca la impulsación de las bebidas exóticas y apetecidas en el Ecuador de la costa ecuatoriana. En donde destacan las bebidas energizantes naturales, hidratantes, alcohólicas o aguardientes que se detallan en un recetario recopilando todas las recetas mencionadas. Es un proyecto productivo en donde se busca ingresos económicos planteando diversas estrategias.

**Tema:** Elaboración de una ruta gastronómica de la Provincia de Pichincha hasta Azuay.

**Autor:** Sigcha Ajila Veleria Geovanna

**Institución:** Instituto Tecnológico Cordillera

**Año:** 2014

**Conclusión:** en el proyecto mencionado se ha destacado la oferta gastronómica de las provincias mencionadas impulsando los platos típicos de cada una en donde tiene la finalidad de diseñar un plan de promoción de la gastronomía, además se analizará la oferta y la demanda para ayudar a promover el desplazamiento de los consumidores empujando el crecimiento de los locales aumentando así la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

**Tema:** El Gran Libro de los Vinos

**Autor:** Francois Collombet Y Jean Paul Paireault

**Institución:** Instituto Tecnológico Cordillera

**Año:** 2002

**Conclusión:** En el libro mencionado encontraremos los diversos vinos que se utilizan tanto para cocina como para su consumo en el acompañamiento en diversas preparaciones culinarias, los diversos tipos que existen y las más importantes zonas

vitinícolas del mundo. Además el proceso por el que pasan cada uno de los vinos como chardonnay, pinot, cabernet, syrah, entre otras; que salen desde bodega hasta llegar a nuestra mesa y poder deleitarnos con su sabor después de una elaborada preparación.

## 1.01 Contexto

**Ecuador y sus generalidades:** La República de Ecuador es un país que se encuentra limitada al sur y al este con Perú, al norte con Colombia, y al oeste con el océano Pacífico. Es un país andino con gran número de volcanes activos. (Geografía de Ecuador: generalidades, 2008)

Posee una superficie relativamente pequeña en comparación con los países limítrofes, 256.000 km.<sup>2</sup>; este territorio se divide a su vez en 24 provincias: Azuay, Bolívar, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Galápagos, Guayas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Morona-Santiago, Napo, Orellana, Pastaza, Pichincha, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Sucumbíos, Tungurahua y Zamora-Chinchipe. (Geografía de Ecuador: generalidades, 2008)

Las provincias se ubican a su vez en una de las cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Amazonía y Región Insular. Por esta variedad de regiones existen también climas y altitudes distintas. (Geografía de Ecuador: generalidades, 2008) Situado al noroeste de Sudamérica, en la costa del Pacífico y sobre la línea del Ecuador.

A medida que el Ecuador ha implementado proyectos para impulsar su economía, también se ha enfocado en el turismo.

En donde el Ecuador ha ganado diversos reconocimientos y premios por su ardua labor turística como poseer el Mejor Tren de lujo de Sudamérica, Aeropuerto Líder de Sudamérica, Hotel Líder de Lujo de Suramérica y Mejor destino verde de Suramérica.

La sierra ecuatoriana que posee 11 provincias: Carchi, Imbabura, Pichincha, Santo Domingo, Cotopaxi, Bolívar, Tungurahua, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja. (Ibíd)

En donde nos concentraremos en 3 provincias, las cuales pertenecen a la Sierra Norte ecuatoriana:

**Carchi:** se caracteriza por la magia de su gente, su solidaridad, amistad y bondad de un pueblo, que nació del pueblo Pasto. En el Carchi empieza y termina la Patria Ecuatoriana, puerta de entrada para el Turismo y el Comercio por su frontera con Colombia donde se encuentra el puente Internacional Rumichaca. Está conformada por 6 cantones de los cuales todos son conocidos por sus lugares tan hermosos para el turismo, jardines botánicos, infraestructura colonial, monumentos y parques, lugares de recreación. La Provincia del Carchi tiene una extensión de 3.604,33 Km<sup>2</sup> y su capital es Tulcán. Forma parte de la Región Andina. Su población alcanza un total de 152.939 habitantes que representan el 1.3% de la población total del Ecuador. Posee grandes montañas y su clima es Frio-Templado, posee un pequeño aeropuerto que recibe vuelos locales. (Ecuador extremo, 2015)

Se la conoce como la Provincia de los Lagos, ya que en sus cantones se encuentran los lagos más hermosos del país. Su temperatura promedia los 18 °C y su clima es seco. Es ideal para el turismo de aventura, la pesca y para entrar en contacto con la naturaleza, sus artesanías son bien valoradas en el mercado internacional. (Ecuador extremo, 2015)

**Imbabura:** se la conoce como la Provincia de los Lagos, Imbabura es un destino turístico permanente. Esta provincia conserva una diversidad importante de paisajes y de culturas. Paisajes andinos dominados por el Tita Imbabura y la Mama Cotacachi y una veintena de lagos en cuyos entornos se asientan ciudades y comunidades indígenas, que aún conservan sus ritos y tradiciones. (Ibíd)

Históricamente sus habitantes fueron los Imbayas, Cayambis, luego dominados por los Caras, la convergencia de estas, permitiría el nacimiento de los Caranqui quienes resistirían a la invasión Inca, años más adelante. (Ibíd)

Su temperatura promedia los 18 °C y su clima es seco. La provincia de Imbabura cuenta con 7 cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro, San Miguel de Ibarra.

Es ideal para el turismo de aventura, la pesca y para entrar en contacto con la naturaleza, sus artesanías son bien valoradas en el mercado internacional. Las personas de la provincia son muy amables y siempre cordiales con el visitante. La capacidad Hotelera de Imbabura es una de las más importantes del País. Presenta como atractivo de ecoturismo las Reservas ecológicas de Cotacachi – Cayapas. Conocida como la ciudad Blanca, de calles adoquinadas y sus casas de estilo Colonial (Ibíd).

La rama artesanal ha cobrado gran importancia siendo muy apreciados los trabajos en cuero, los tejidos de Otavalo mundialmente conocidos. La agricultura que es la base de la economía de la provincia de Imbabura, ofrece productos variados: maíz, trigo, cebada, fréjol, anís, legumbres, hortalizas, tomate riñón, cabuya, alfalfa; frutas como: papaya, piña, caña de azúcar, ciruela, guabo, aguacate, plátano, naranja, cacao y café. La actividad ganadera es rentable gracias a los buenos pastizales existentes, que han ayudado a la crianza de ganado vacuno ovino y porcino. (Ibíd)

**Pichincha:** debe su nombre al gran volcán Pichincha que presenta varias cumbres; entre las que destaca el Guagua Pichincha, famoso por su permanente actividad volcánica. Este hermoso coloso puede observarse desde Quito gracias a su cercanía y fácil acceso. Otro factor que hace inigualable este rincón es la variedad

climática. Se puede experimentar el frío de los páramos de 4°C (39°F) y 8°C (46°F); y también el calor de los trópicos, con temperaturas que pueden llegar hasta los 22 °C (68°F). (Ibíd)

El relieve de la provincia está marcado por el paso de las Cordilleras Oriental y Occidental de los Andes, lo que nos brinda gran variedad de valles (Guayllabamba, Los Chillos, Tumbaco, Cumbayá, Machachi, Mitad del Mundo) (Ibíd)

Por la existencia de diferentes pisos climáticos en esta provincia se da la producción papas, cebada, habas y pastizales, en las zonas altas, trigo, maíz, legumbres; frutas en los valles y laderas bajas. En el área occidental se cultiva café, arroz, cacao, yuca, plátano, palma africana y frutales propios del trópico. Ganadería es una importante fuente de ingresos, la crianza de ganado bovino ha permitido una notable producción de carne y leche. (Ibíd)

Con una extensión total de 16.599 km<sup>2</sup> y una población cercana a los 2'646.426 habitantes, Pichincha se compone por nueve cantones: con su capital provincial y a su vez capital de la república Quito, Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Rumiñahui, Santo Domingo de los Colorados, San Miguel de los Bancos, Puerto Quito y Pedro Vicente Maldonado. (Ibíd)

**La gastronomía ecuatoriana:** 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 marisco, 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. Pero no solo se goza de una diversidad en comidas saladas o platos fuertes, sino también en lo que

concierno al toque dulce nada mejor que hacerlo probando los dulces típicos de Ecuador como las cocadas, 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. (Cocina Ecuatoriana, 2010)

Como la mayoría de las cocinas de los diferentes países, la de Ecuador está formada por la influencia de otras culturas que llegaron a nuestro país en la época de la conquista y después durante el siglo XIX y XX. (Cocina ecuatoriana, 2010)

Estas culturas en cuestión fueron, para el siglo XVII y XVIII, la indígena que habitaba el territorio, la española que llegó en los viajes del descubrimiento y la africana que trajeron los iberos como esclavos para trabajar en las minas y los cañaverales. Para el siglo XIX llegaron los franceses y los ingleses, los cuales, nos enseñaron su gastronomía aplicada a toda clase de platillos e ingredientes. (Ibíd)

Las costumbres alimenticias, entre otras, de nuestros ancestros indígenas se vieron cambiadas, por un lado, a raíz de la empresa conquistadora con la presencia de Andaluces, valencianos y aragoneses, entre otros, quienes se impusieron sobre los guisos de la Iguana, el manatí o los insectos para reemplazarlos por el ganado vacuno, por nombrar sólo un producto y por el otro con las preparaciones y las costumbres africanas, especialmente en las zonas costeras. (Ibíd)

Podemos mencionar la Cocina Indígena, nuestros antepasados inmigrantes se plantaron en la Sierra porque hallaron un medio generoso para su subsistencia: llanuras y florestas tropicales generosas de frutos, valles interandinos templados y benignos para la agricultura, cacería abundante. (Ibíd)

El medio equinoccial atrapó al hombre, se prodigó hasta hacerlo sedentario y le imprimió carácter y costumbres. Este, a su vez, se integró mansamente a la

naturaleza y se contagió pronto con su sensualidad y exuberancia. Su herencia arqueológica revela claramente esa sensualidad forjada por el medio, abundante de formas y de gozo vital, plagada de usos múltiples. (Ibíd)

Pero en donde se muestra más espléndido ese realismo mágico es en sus instrumentos de cocina: ollas, cazuelas, cántaros, piedras para moler, tiestos de asado, extractores de jugo, cedazos, ralladores, moldes para hacer panes con figura de guaguas, platos iridiscentes para iluminar caldos, compoteras que se alzan sobre senos femeninos, vasijas musicales que endulzan las tareas y aligeran cansancios. (Ibíd)

En base a tres productos de la tierra –maíz, papas, porotos- los antiguos moradores de los Andes construyeron una mesa admirable. Con el maíz lograban platos múltiples: tostado, canguil, mote, chuchuca, mazamorras y tortillas. Los choclos, por su parte, se cocinaban tiernos, algo duros para el choclomote o se molían para elaborar esa delicia culinaria que es el chumal o humita. Con la harina del germen disecado se elaboraba chicha y excelente vinagre, y de las cañas tiernas se obtenía una miel de buena calidad.

Las papas, por su parte, se comían cocidas, asadas, en puré o servían de base para platos sabrosos como los llapingachos o los locros. A su vez, los porotos se cocinaban tiernos o maduros y enriquecían ollas familiares junto a cuyes, nabos, achogchas y condimentos varios. (Ibíd).

En realidad, las carnes de la cocina indígena serrana provenían mayoritariamente de la caza y más escasamente de la ganadería. Sin embargo, su variedad no era desdeñable: llamas, guanacos, venados, corzas, cuyes, conejos, dantas, pavas, tórtolas, perdices, garzas, patos y gallaretas.

Contra lo que podría suponerse, hubo varias bebidas de consumo común, destacándose entre todas la «chicha» de maíz, elaborada con un proceso parecido al de la cerveza. También se producía «chicha» de frutas como el molle y las moras. Lugar aparte y valor especial tuvo el chaguarmishqui, equivalente ecuatoriano del pulque, obtenido del zumo del maguey. (Ibíd)

La vida y la cocina del indígena estaban reguladas por la naturaleza, por las estaciones climáticas y por los ritos a ellas vinculados. Normalmente era simple y dependía de la caza o de la temporada de los frutos, pero tenía fechas especiales que le brindaban la oportunidad de mostrar su esplendor.

La ocasión más fastuosa de la cocina indígena la daban las cosechas. Junto al canto coral de la recolección de papas o mazorcas estaba el lujurioso ají de cuy y hacían acto de presencia los variados potajes de la quinua, el aguamiel de maguey y la chicha madura en rincones secretos. (Ibíd).

La comida ecuatoriana actual es, pues, el resultado de una rica tradición culinaria, en la que se combinan sustancias y costumbres de varios continentes, mezcladas sabiamente en el crisol del buen gusto popular. Una cultura auténtica, macerada por siglos, en la que nada falta salvo, quizá, un vino generoso y de factura propia. (Ibíd)

## 1.02 Justificación

La riqueza infinita en gastronomía que posee nuestro país es variada y extensa, por ésta razón para que el turista pueda conocer los rincones inexplorados del Ecuador se propone la creación de una ruta turística de bebidas ancestrales de la Sierra Norte para promover el turismo interno de cada una de las provincias y promover al rescate de nuestras tradiciones; además existe un desconocimiento de bebidas nacionales por parte de los turistas internacionales.

En el país para realizar proyectos innovadores y factibles tienen el apoyo de diversas entidades gubernamentales como el Ministerio de Turismo para incrementar el turismo y obtener recursos económicos, al realizar esta ruta turístico habrá beneficiarios directos e indirectos en donde en un conjunto sacarán provecho de la propuesta planteada. Además existen rutas turísticas de diversa índole pero en ésta se desarrollara e investigará sobre las principales bebidas ancestrales se indagará en su historia, sus derivados, las personas que las realizan, la temperatura adecuada para cada una de éstas y como apoyo se hará una guía para brindar una información completa. La finalidad de éste proyecto es rescatar nuestro legado, nuestra historia la cual ha evolucionado con el pasar del tiempo y se la ha relegado e incluso se ha ido olvidando.

Los turistas nacionales y extranjeros estarán motivados por experimentar algo nuevo ya que además de degustar las bebidas a lo largo de su viaje podrán observar los hermosos paisajes que los rodearán a medida a avancen en su viaje hasta llegar a su lugar de destino.

### 1.03 Definición del problema central (matriz T)

Tabla N. 1.

*Escalas*

1	Bajo
2	Medio bajo
3	Medio
4	Medio alto
5	Alto

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: La definición del problema que el proyecto busca solucionar es el paso y la decisión más importante del proceso de diseño de un proyecto. (Cempro, 2014)

La identificación del problema que el proyecto buscará solucionar es la decisión más importante del proceso de pre inversión constituyéndose en el punto de partida del proceso de diseño de un proyecto. Consiste en la identificación del problema que afecta a una determinada población, el mismo que, en virtud de determinadas características, debe ser abordado en forma prioritaria por el Estado, directamente o a través de terceros, utilizando para ello el enfoque de proyecto. (Cempro, 2014)

Así que en la tabla expuesta se utilizará una escala del 1 al 5 en donde, 1 significará bajo, 2 medio bajo, 3 medio, 4 medio alto y 5 alto.

Se usará para medir la intensidad y el potencial de cambio de las fuerzas bloqueadoras e impulsadoras en el Análisis de Fuerzas T.

Tabla N. 2.

*Análisis de fuerzas T*

Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Pérdida de las tradiciones ancestrales, como la elaboración de ciertas bebidas.	Desconocimiento de las bebidas ancestrales de la Sierra Norte				Dar a conocer las bebidas ancestrales a través de la promoción y divulgación de costumbres, tradiciones ecuatorianas.
Fuerzas impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas bloqueadoras
<ul style="list-style-type: none"> <li>Incentivar a la lectura a través de la guía que se elaborará en éste plan.</li> <li>Recopilar información para promulgar la gastronomía ancestral de la Sierra Norte</li> <li>Diálogo con las autoridades competentes.</li> <li>Ayuda económica para los principales locales que expenden las bebidas.</li> <li>Promover el rescate cultural y gastronómico</li> </ul>	4	4	5	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Despreocupación de las nuevas generaciones en actividades creativas</li> <li>Insuficiente información sobre la gastronomía ancestral en la Sierra Norte</li> <li>Despreocupación de las autoridades competentes</li> <li>Escasa ayuda económica</li> <li>Relego de la cultura gastronómica por otras actividades</li> </ul>

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: Toda situación es el resultado de la interacción de variables que construyen un campo de fuerzas y determinan la realidad actual. (Horacio Krell, 2015)

El análisis del campo de fuerzas es una técnica aplicable a situaciones sociales problemáticas no concebidas en forma estática sino en continuo movimiento generado por las fuerzas que influyen sobre ellas. (Horacio Krell, 2015)

La aparente estabilidad del campo de fuerzas se sostiene por un equilibrio precario entre fuerzas impulsoras y fuerzas restrictivas. (Horacio Krell, 2015)

El campo de fuerzas dibujado se asimila al diagnóstico visual del problema y las técnicas a usar son: a) disminuir o eliminar una fuerza restrictiva b) aumentar y /o agregar una fuerza impulsora c) Transformar una fuerza restrictiva en una fuerza impulsora. (Horacio Krell, 2015)

En ésta tabla podremos apreciar la situación actual del proyecto a realizarse además buscaremos la solución al problema. Además las fuerzas impulsadoras serán las ideas positivas y las fuerzas bloqueadoras serán las ideas negativas. También utilizaremos la escala de la Tabla N°1.

## CAPÍTULO II

### 2.00. Análisis de involucrados

Son los involucrados directa o indirectamente o afectados por el problema de desarrollo y sus posibles soluciones. Se pueden identificar los siguientes grupos:

- Grupos de la población, con base en características tales como localización, nivel de ingreso, etnia, género, edad, etc., mujeres, niños, grupos indígenas y de la tercera edad.
- Organizaciones del sector público: ministerios, gobernaciones y alcaldías, entre otros.
- Organizaciones del sector privado: cámaras de producción, cámaras de comercio, empresas importantes, etc.
- Organizaciones de la sociedad civil: incluye principalmente organizaciones no gubernamentales y otras organizaciones sin fines de lucro, como los consejos comunales.
- Organizaciones religiosas: incluye iglesias y otras organizaciones religiosas influyentes en la comunidad.
- Grupos políticos: incluye partidos políticos. (Marco A. Crespo A., 2015)

## 2.01. Mapeo de involucrados

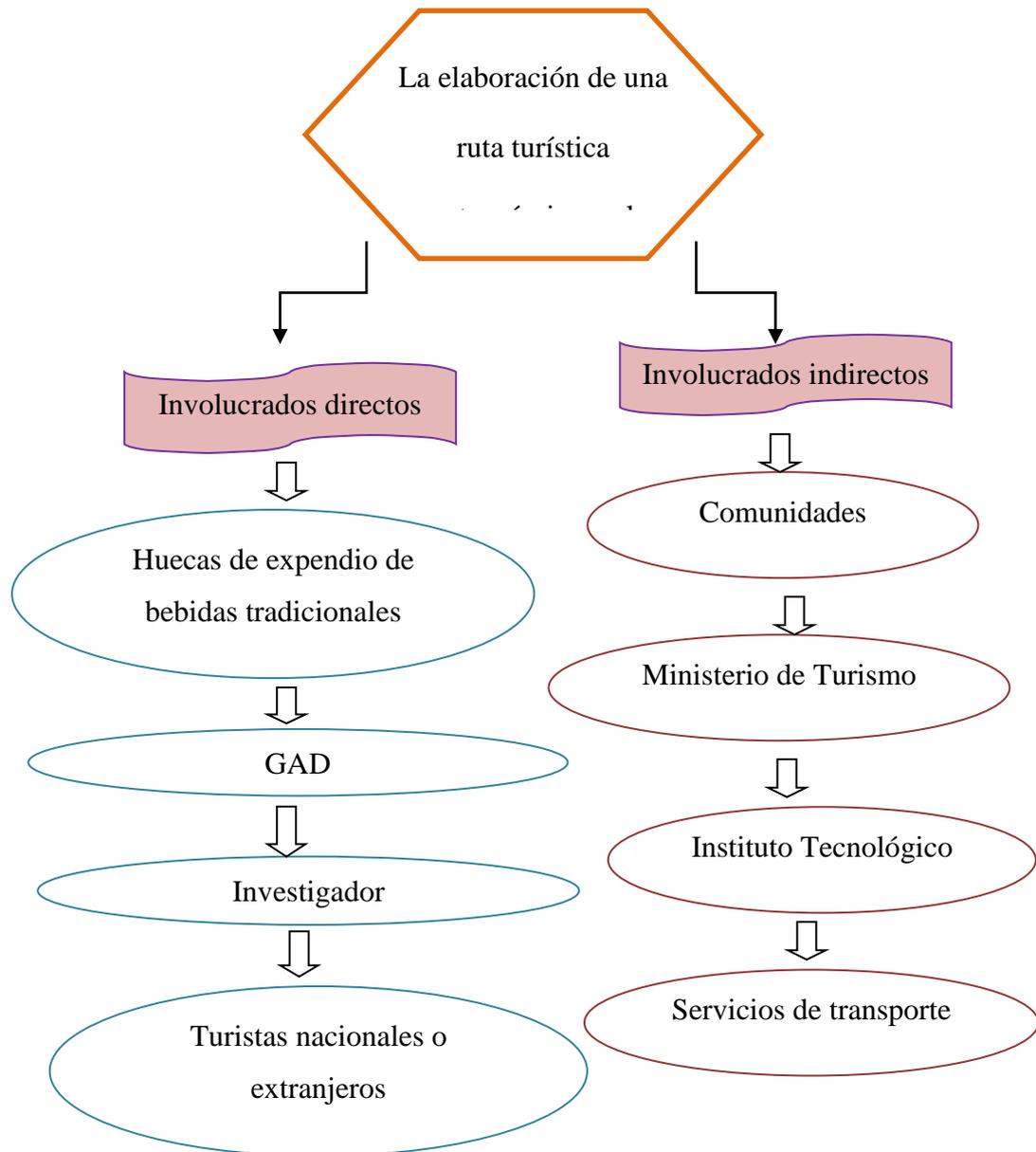


Figura N. 1. Mapeo de involucrados

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: El análisis de involucrados es una herramienta que permite identificar los actores sociales más importantes del Estado, sector privado y sociedad civil que puedan ser la base para la implementación de una intervención. Así mismo permite conocer el rol de los actores sociales, las funciones, actividades y responsabilidades e influencia en la implementación del proyecto. (Cempro, 2016)

En ésta figura observaremos los beneficiarios directos e indirectos de éste proyecto.

Donde se contempla los beneficiarios directos, en el que se puede decir va enfocado este proyecto y a través de éste podrán desarrollarse más, en los beneficiarios indirectos se observa a las diferentes entidades que también recibirán un aporte positivo.

## 2.02. Matriz de análisis de involucrados

Tabla N. 3.

*Matriz de Análisis de Involucrados*

Beneficiarios	Directos	Indirectos	%
Picanterías y locales de expendio de bebidas tradicionales	X		10
Investigador	X		20
Turistas nacionales y extranjeros	X		30
Comunidades aledañas	X		10
Ministerio de Turismo		X	10
Instituto Tecnológico Cordillera		X	10
Servicios de transporte terrestre		X	10
			<b>100</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: en ésta tabla apreciamos de manera porcentual cada uno de los beneficiarios directos e indirectos donde el de mayor número es el más importante, se ha hecho con una escala que al final suma el 100%.

Los principales beneficiarios de este proyecto a implementarse son los turistas nacionales e internacionales, además de los diferentes lugares donde se puede encontrar las bebidas ancestrales y así también entidades gubernamentales como el Ministerio de Turismo.

También como el sector de transporte terrestre.

### 2.03 Matriz de análisis de involucrados

Tabla N. 4.

*Matriz de Análisis de Involucrados*

Actores involucrados	Intereses sobre el problema central	Problema percibido	Recursos y capacidad	Intereses sobre el proyecto	Conflictos potenciales	Acuerdos
<b>TURISTAS</b>	Dar a conocer las bebidas ancestrales de la Sierra Norte.	Desinformación sobre las bebidas ancestrales de nuestro país.		Catar las bebidas ancestrales de la Sierra Norte	Expansión de bebidas internacionales	Cooperación durante el desarrollo e investigación del proyecto
<b>PRODUCTORES</b>	Las bebidas realizadas sean expandidas y comercializadas	Escasos recursos económicos		Impulsar la elaboración	Conflictos económicos	Acuerdo de los interesados para obtener los resultados deseados
<b>COMERCIANTES</b>	Logren una adecuada promoción de los productos que elaboran	Desconocimiento de estrategias de marketing y servicio al cliente	Personal capacitado debidamente en el ámbito de la publicidad	Impulsar la venta de los productos	Comerciantes desinteresados	Entregar información debidamente relacionada al mercadeo
<b>INVESTIGADORA</b>	Elaborar una ruta turística para resolver los problemas existentes	Pocos antecedentes relacionados al tema de estudio		Lograr el impulso de la región enfocada	-Resultados a largo plazo -Desinterés de los comerciantes	Aporte de información al proyecto

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: En la matriz se representa los actores involucrados en este proyecto así como los problemas percibidos que se derivan del problema central.

También se propone la capacidad y los intereses a alcanzar del proyecto y por último los acuerdos a los que se llegará para cumplir con los objetivos deseados.

## CAPÍTULO III

### 3.00 Problemas y objetivos

Los problemas y objetivos de un proyecto son una ayuda importante para entender la problemática a resolver. En él se expresan, en encadenamiento tipo causa/efecto, las condiciones negativas percibidas por los involucrados en relación con el problema en cuestión. (Wordpress.com, 2016)

Confirmado el mencionado encadenamiento causa/efecto, se ordenan los problemas principales permitiendo al formulador o equipo identificar el conjunto de problemas sobre el cual se concentrarán los objetivos del proyecto. Esta clarificación de la cadena de problemas permite mejorar el diseño, efectuar un monitoreo de los “supuestos” del proyecto durante su ejecución y, una vez terminado el proyecto, facilita la tarea del evaluador, quien debe determinar si los problemas han sido resueltos (o no) como resultado del proyecto. (Wordpress.com, 2016)

### 3.01. Árbol de problemas y objetivos

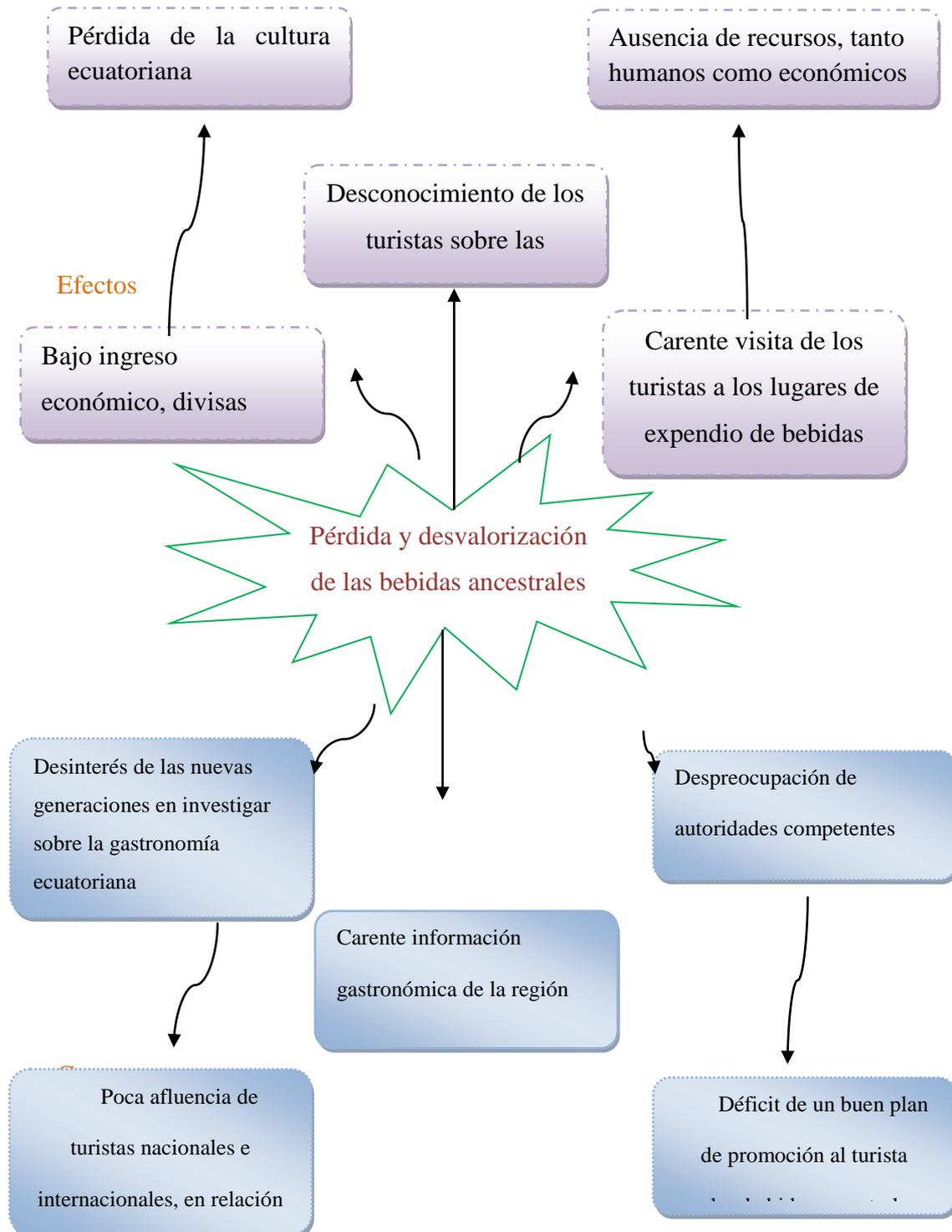


Figura N. 2. Árbol de problemas y objetivos

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: Con el uso del árbol de problemas no solo se identifican las raíces de las causas del o los problemas, sino también proporciona un desglose visual de éste, en donde sus síntomas son claramente visibles así como también sus causas; además el árbol de problemas es un resultado visual, que puede ser entendido por cualquier persona. Este proceso puede ser un método útil para la sensibilización de la comunidad sobre el problema: como la comunidad y otros contribuyen al problema, y al mismo tiempo como éste puede afectar sus vidas. (SSWM, 2016)

En la figura expuesta se encuentra el problema central que trataremos a medida que avance el proyecto, además de las causas y efectos que produce.

Con ésta figura lograremos determinar cuáles serán nuestros objetivos y solucionarlos para beneficiar a la comunidad como a los turistas nacionales y extranjeros, de manera que podremos impulsar la gastronomía de la Sierra Norte con enfoque en las bebidas que se expenden en los diversos lugares.

### 3.02. Árbol de objetivos

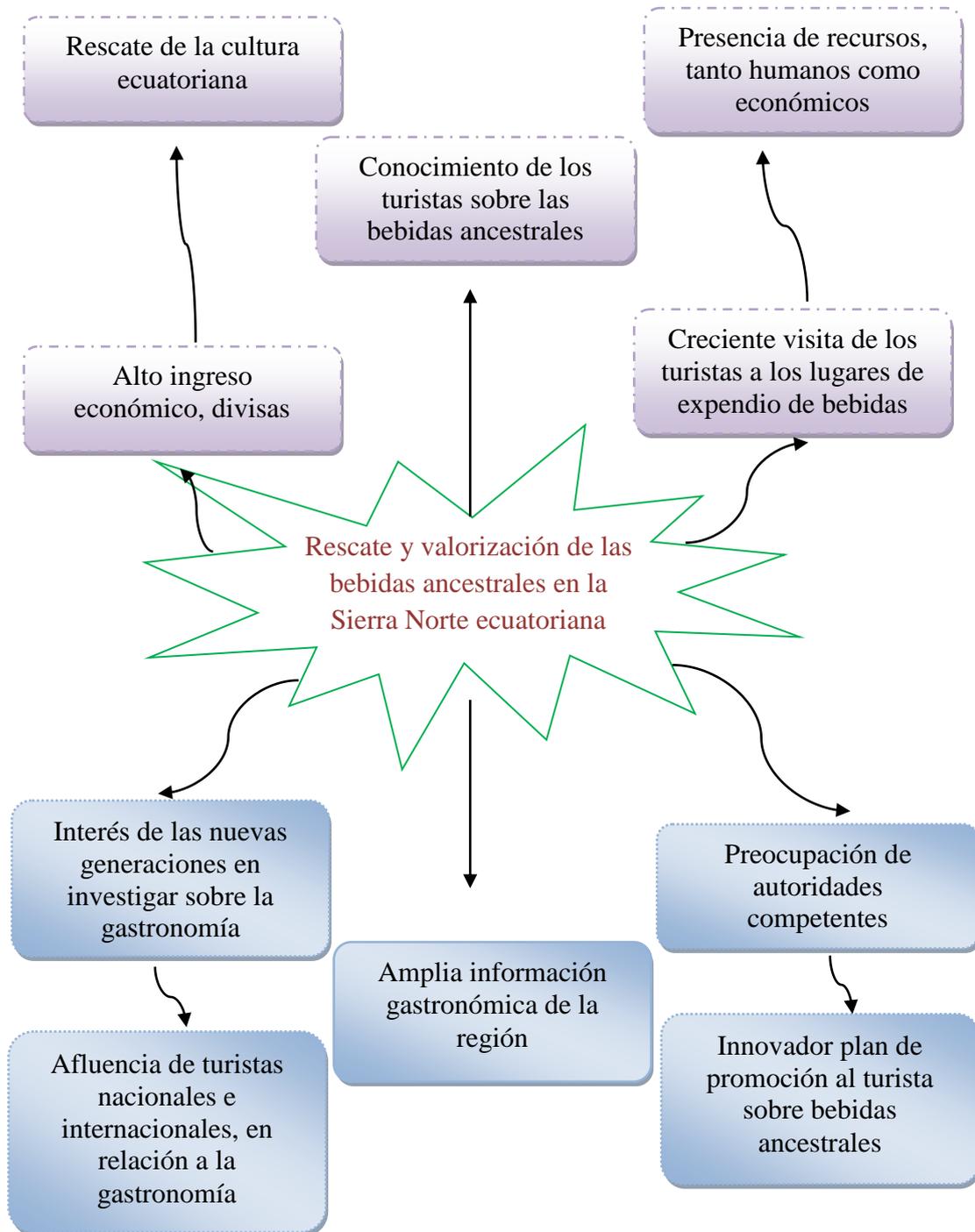


Figura N. 3. Árbol de objetivos

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: En el árbol de objetivos, las situaciones negativas que fueron expuestas en el árbol de problemas se convierten en soluciones (SSWM, 2016)

En la figura, se expone los efectos positivos que causará el proyecto, convirtiendo así el problema central en un efecto positivo sobre la región a tratarse.

Se expone los beneficios que traerá éste proyecto, a nivel social y económico para los residentes de los diversos lugares a tratar así como para turistas de índole nacional o internacional.

## CAPÍTULO IV

### Matriz de análisis de alternativas

Este análisis termina con la selección de una alternativa(s) que se aplicará(n) para alcanzar los objetivos deseados. Durante el análisis de alternativas o estrategias, conviene determinar los objetivos DENTRO de la intervención y de los objetivos que quedarán FUERA de la intervención. (Alejandro Caro, 2015)

Este análisis requiere:

- La identificación de las distintas estrategias posibles para alcanzar los objetivos;
- Criterios precisos
- La selección de la estrategia aplicable a la investigación.

#### 4.01. Análisis de alternativas

Tabla N. 5.

*Categorías*

1 - 5	Baja
6 – 11	Media baja
12 – 17	Media alta
18 - ?	Alta

Ex: Gaglay Marcia

Análisis: El análisis de alternativas consiste en identificar estrategias alternativas a partir del árbol de objetivos, que si son ejecutadas, podrían promover el cambio de la situación actual a la situación deseada. (Alejandro Caro, 2015)

Con la siguiente escala se calificará los objetivos del presente proyecto para verificar si es factible y sustentable su realización.

En donde la escala del 1 al 5 se considerará baja, y d 6 a 11 media baja, de 12 a 17 media alta y de 18 en adelante, alta.

Tabla N. 6.

*Matriz de análisis de alternativas*

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categorías
Interés de las nuevas generaciones en investigar sobre la gastronomía ecuatoriana	4	3	4	4	3	18	Alta
Afluencia de turistas nacionales e internacionales, en relación a la gastronomía	4	2	3	4	2	15	Media alta
Amplia información gastronómica de la región	4	2	3	4	2	15	Media alta
Preocupación de autoridades competentes	4	3	2	4	4	17	Media alta
Innovador plan de promoción al turista sobre bebidas ancestrales	4	2	3	4	3	16	Media alta
<b>Total</b>	20	12	15	20	14	86	

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: Este análisis termina con la selección de alternativas que se aplicarán para alcanzar los objetivos deseados. Durante el análisis de alternativas o estrategias, conviene determinar los objetivos DENTRO de la intervención y de los objetivos que quedarán FUERA de la intervención. (Alejandro Caro, 2015)

Además se usa para calificar los objetivos y verificar que el proyecto sea sustentable y que se lo pueda realizar.

## 4.02. Análisis del impacto de los objetivos

Tabla N. 7.

*Impacto de objetivos*

	<b>Factibilidad de lograrse (Alta-media-Baja) ( 4 – 2 – 1 )</b>	<b>Impacto en género (Alta-media-Baja) ( 4 – 2 – 1 )</b>	<b>Impacto ambiental (Alta-media-Baja) ( 4 – 2 – 1 )</b>	<b>Relevancia (Alta-media-Baja) ( 4 – 2 – 1 )</b>	<b>Sostenibilidad (Alta-media-Baja) ( 4 – 2 – 1 )</b>	<b>Total</b>
<b>Objetivos</b>	*Potencialización de los diversos lugares de expendio de bebidas tradicionales	*Participación de las familias	*Mejora el entorno social	*Llena las expectativas de los beneficiarios	*Fortalecerá la organización de las comunidad o localidades	22 a 32 BAJA
	*Afluencia de turistas nacionales e internacionales	*Fortalecimiento de la unión familiar, porque desearán alcanzar éxito	*Mejora el entorno cultural	*Beneficia las familias que quizá tengan un bajo ingreso económico y se encuentren vulnerables	*Se podría obtener financiamiento a futuro	33 a 44 MEDIA BAJA
	*Mayor reconocimiento de la región a impulsarse	*Incrementa el nivel participativo de tanto hombres y mujeres	*Protege a los recursos naturales	*Los beneficios son deseados por los beneficiarios	*Fortalece la participación de los beneficiarios y la población local	45 a 66 MEDIA ALTA
	*Ingreso de mayor actividad económica	*Incrementa los ingresos económicos de las familias	*Favorece la educación ambiental			
	*Apoyo de autoridades gubernamentales					
	20 puntos	16 puntos	16 puntos	12 puntos	12 puntos	76

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: mediante la tabla expuesta se logra visualizar y calificar el impacto de los objetivos planteados en relación a su factibilidad, el impacto de género, el impacto ambiental, la relevancia y sostenibilidad que tienen a nivel general. Otorgando una calificación de 4 – 2 – 1, n el que la suma de sus puntos le dará una valoración.

#### 4.03. Diagrama de estrategias

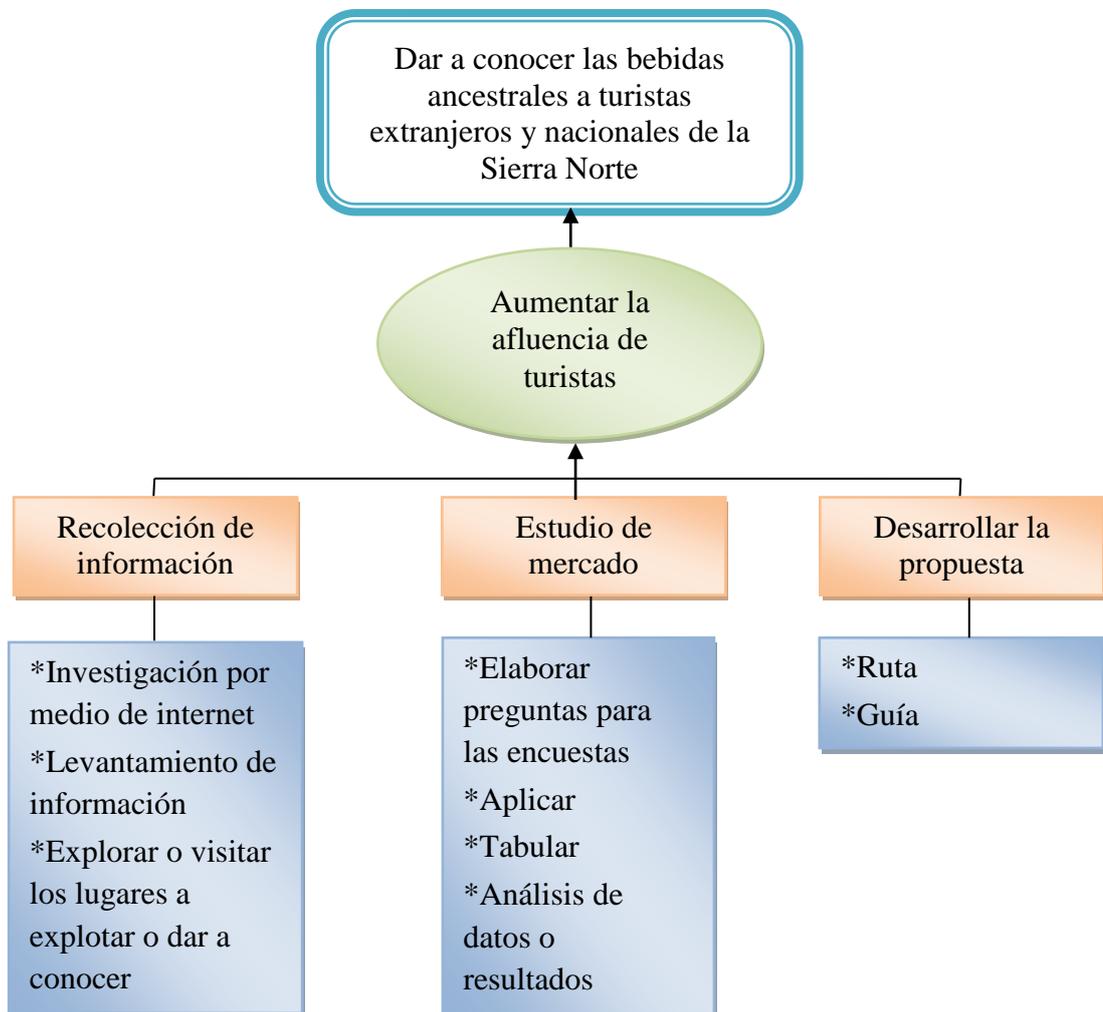


Figura N. 4. Diagrama de estrategias

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: en la figura expuesta se dará a conocer cada uno de los pasos que se seguirá en el proyecto propuesto y las herramientas que se utilizarán para alcanzar el objetivo y finalidad propuestos.

Se tomará en cuenta los cuestionarios porque estos nos proporcionarán una amplia idea de lo que el turista desea en este proyecto y su ejecución.

#### 4.04. Matriz de marco lógico

Tabla N. 8.

*Matriz de marco lógico*

OBJETIVO	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Incrementar la afluencia de turistas	<p>*Incremento de afluencia de turistas para el 2016 en un 30%</p> <p>*Incremento de turistas en el 2020 en un 100%</p>	Entrevistas Cuestionarios Encuestas	Por medio de la ayuda de las autoridades conseguir dinero
Dar a conocer las bebidas ancestrales de la Sierra Norte	Promocionar las bebidas ancestrales de la Sierra Norte hasta Noviembre del 2016, alcanzando un 90% de promoción	Entrevistas Cuestionarios Encuestas	Contar con el financiamiento
<p>* Telemercadeo</p> <p>*Elaboración de una app</p>	Cumplir con el 100% hasta Enero del 2017	Tener el proyecto culminado	
<p>*Realizar la degustación de las bebidas</p> <p>*Capacitar a los habitantes cercanos</p>	<p>Impresiones \$70</p> <p>Transporte \$45</p> <p>Guía \$35</p> <p>Bebidas \$20</p> <p>Internet \$150</p>	Facturas Recibos Estado financiero	Obtener ayuda financiera

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: la matriz de marco lógico es una plantilla que contiene el resumen del proyecto o programa. Está basada en dos principios básicos. Primero, las relaciones lógicas de causa-efecto entre las diferentes partes de un problema, que corresponden a los cuatro niveles o filas de la matriz que relacionan a: las actividades (o insumos), los componentes (o productos), el propósito y el fin, como el conjunto de objetivos jerarquizados del proyecto. Segundo, el principio de la correspondencia, que vincula cada nivel de objetivos a la medición del logro (indicadores y medios de verificación) y a las condiciones que pueden afectar su ejecución y posterior desempeño (o supuestos principales). (Abigail Masaquiza, 2008)

## CAPÍTULO V

### Propuesta

El proyecto de investigación debe aclarar detalladamente los siguientes puntos para plantear la propuesta:

1. La identificación de un problema científico
2. La existencia de un método específico para resolverlo
3. La realización de la investigación en un tiempo determinado y a costos razonables.(DAAD, 2014)

Además conoceremos los siguientes términos:

Ruta: La palabra ruta proviene del francés *route*, que a su vez deriva del latín *rupta*. Se trata de un camino, carretera o vía que permite transitar desde un lugar hacia otro. En el mismo sentido, una ruta es la dirección que se toma para un propósito. (Definición.de, 2013)

Ruta turística: un recorrido que tiene un objetivo: permite admirar paisajes, rememorar 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 deseosos de 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. (De conceptos, 2016)

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. (De conceptos, 2016).

Guía: Una guía es algo que orienta o dirige algo hacia un objetivo. Puede usarse en múltiples contextos. Por ejemplo un guía de turismo es aquel que encamina a los visitantes hacia los sitios más representativos de un lugar geográfico, mostrándoles sus bellezas y relatándoles su historia. (De conceptos, 2014).

Guía turística: Este término puede tener diversos usos y puede referirse a objetos, seres humanos o elementos simbólicos. En su uso generalizado se conoce como guía tanto el manual o convenio que recopila los principios que hay que tener en cuenta para dirigir algo, como el informe con datos referentes a una cierta temática e incluso el individuo que dirige e instruye a otro para hacer una determinada cosa. Puede referirse a una publicación impresa o digital que recopila información sobre dichos atractivos; es una especie de libro o revista con información de interés para el viajero. Puede incluir direcciones y precios de hoteles, recomendaciones de restaurantes, etc.: “No puedo creerlo: me olvidé la guía de viaje en casa”, “Según la guía turística, éste es el mejor restaurante del pueblo”, “La guía turística menciona sólo tres hoteles en esta parte de la ciudad”. (Definicion.de, 2014)

Definición de una ruta turística gastronómica: “Es un itinerario con un origen, dimensión territorial, y configuración estructural específica que enlaza destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción,

creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad. Los viajes pueden realizarse por diversos medios de transporte e incluso a pie, en grupo o de manera individual solo si cumple con la comunicación y señalética adecuada.” (*Montecinos 2012: p101*).

### **5.01. Antecedentes de la herramienta o metodología que propone como solución**

En el proyecto de una Ruta turística gastronómica en la Sierra Norte relacionada con las bebidas ancestrales, se realizará por medio de una app (aplicación) para teléfonos inteligentes en la cual se otorgará información de la gastronomía de la Sierra Norte, las bebidas que se degustarán la historia y preparación de cada una de ellas, incluirá imágenes y un mapa de los lugares a visitar y un precio accesible

Estará dispuesto para teléfonos iPhone, Huawei, Samsung, Sony, Blackberry y Alcatel.

El principal objetivo de éste proyecto es rescatar los valores ancestrales de éstas bebidas las que por el paso del tiempo han perdido importancia, además de aportar un alto valor nutricional por los componentes que posee, con esto se logrará impulsar el turismo local y regional, conjuntamente ayudará a los pequeños negocios que expenden éstas bebidas, que brindarán a los turistas nacionales e internacionales sus bebidas y a su vez la economía de sus propietarios mejorará dando como resultado un mejor nivel de vida.

Además de degustar diversas bebidas se podrá apreciar los diferentes atractivos de cada provincia, con esta la ruta será más interesante. También se explicará el proceso de elaboración de las bebidas ingredientes y también las fiestas en las que puede estar presente.

## 5.02. Misión

Lograr que los turistas nacionales e internacionales degusten las bebidas ancestrales para así rescatar nuestra identidad el turismo se enfoca en nuevas experiencias; es así que mediante la elaboración de ésta ruta turística gastronómica se esparcirá conocimiento y sabor.

## 5.03. Visión

Liderar las rutas turistas gastronómicas y satisfacer las necesidades de los turistas nacionales e internacionales a traes de información verificada de interés al viajero, donde nuestro plus será la degustación de bebidas enfocadas en la Sierra Norte ecuatoriana

## 5.04. Objetivos específicos

- Impulsar la economía de las localidades aledañas que se relacionen con el expendio de bebidas sean alcohólicas o no.
- Obtener más ingreso de divisas al país a través de esta ruta turística gastronómica.
- Generar más empleo y por ende mejorar la calidad de vida de las personas que habitan en el cantón o parroquia que se va a visitar, que esté incluida en la ruta.

## 5.05. Objetivo general

Mediante la ruta turística gastronómica sobre las bebidas enfocada en la Sierra Norte ecuatoriana busca evitar que se pierda la tradición, y generar que la gente se interese por esto; porque para nosotros los ecuatorianos es nuestra identidad, la cual se ha ido perdiendo por el paso del tiempo y los ingredientes de la preparación de las diversas bebidas que existen han variado.

La ruta turística comprenderá desde Quito hasta Tulcán:

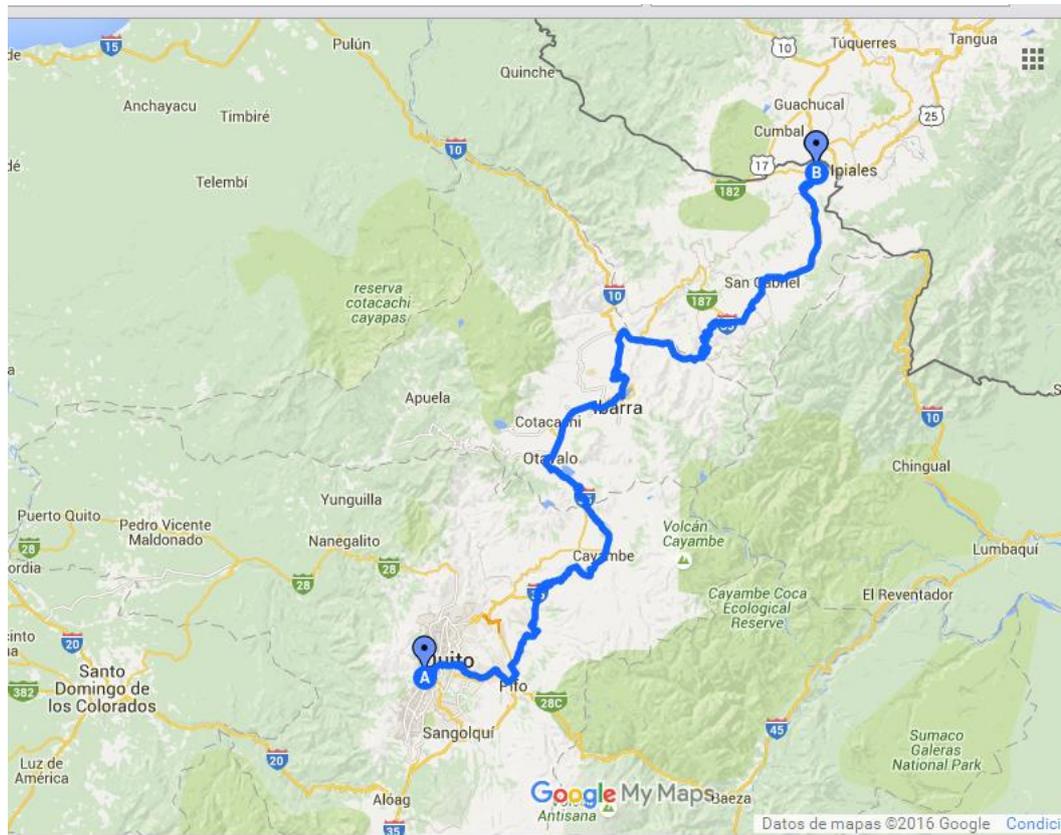


Figura N. 5. Foto de Google maps

Fuente: Google

### **5.06 Ruta turística**

La ruta gastronómica sobre las bebidas ancestrales de la Sierra Norte ecuatoriana tendrá su recorrido en:

1. Quito
2. Cayambe
3. Otavalo
4. Tulcán

#### **La ruta turística ofrece los siguientes servicios:**

- Transporte.
- Alimentación.
- Tour por cada lugar a visitar
- Guía

Tabla N. 9.

*Costeo del viaje*

<b>RUTA GASTRONÓMICA DE LAS BEBIDAS ANCESTRALES DE LA SIERRA NORTE</b>			
<b>30 PAX</b>	Check in Hotel	19:00	
<b>2 días , 1 noches</b>	Check out Hotel	7:30	Guía +Conductor

SERVICIOS	VALOR NETO UNITARIO	IVA	IMP. SERVICIO	COSTO UNITARIO TOTAL	COSTO GRUPAL TOTAL	FRECUENCIA	TOTAL
Transporte terrestre	310,00			310,00	310,00	2	620,00
Alojamiento+Cena+Desayuno	21,00	21,00	21,00	21,00	315,00	1	315,00
Almuerzo	2,80	2,81	2,82	2,83	42,45	1	42,45
Honorarios guía	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	2	100,00
Tour por los atractivos más característicos de la ciudad	19,00	19,00	19,00	19,00	19,00	1	19,00
Bebidas a degustar	7,50	0,90		8,40	252,00	1	252,00
						<b>COSTO TOTAL</b>	1348,45
						<b>IMPREVISTOS (5%)</b>	67,42
						<b>UTILIDAD (27%)</b>	364,08
						<b>PRECIO DE VENTA</b>	1779,95
						<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>89,90</b>
						<b>PRECIO UNITARIO</b>	118,66
	1600						
<b>PE (Punto de equilibrio)</b>	28,77						
R: PE (Punto de equilibrio)		56					

Elaborado por: Marcia Gaglay

### 5.06. Análisis FODA

Es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de un proyecto. El principal objetivo de aplicar es la organización, y es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro (Espinoza, 2013)

“**Fortaleza.**- Son todos aquellos elementos positivos que me diferencian de la competencia” (Espinoza, 2013)

“**Debilidades.**- Son los problemas presentes que una vez identificado y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.” (Espinoza, 2013)

“**Oportunidades.**- Son situaciones positivas que se generan en el medio y que están disponibles para todas las empresas, que se convertirán en oportunidades de mercado para la empresa cuando ésta las identifique y las aproveche en función de sus fortalezas.” (Espinoza, 2013)

“**Amenazas.**- Son situaciones o hechos externos a la empresa o institución y que pueden llegar a ser negativos para la misma.” (Espinoza, 2013)

Tabla N. 10.

*Análisis FODA*

Factor interno		Factor externo	
Oportunidades	Fortalezas	Debilidades	
Promover la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros por medio de una aplicación para celulares y así incrementar la economía de los habitantes	La Sierra Norte es uno de los destinos turísticos más visitados por sus atractivos naturales y culturales.	En la Sierra Norte no existe la suficiente información sobre las bebidas ancestrales que las caracterizaban y que con el tiempo han perdido importancia	
Amenazas	Estrategias	Estrategias	
Desinterés sobre conocer las diversas bebidas ancestrales que se preparan en las diferentes provincias que conforman la Sierra Norte	Implementar una guía turística	Promover el proyecto por medio de spots publicitarios	
	Llamar la atención del turista joven y vivaz	Promover la riqueza ancestral de nuestro país	

Elaborado por: Marcia Gaglay

Análisis: en la Tabla que se presenta anteriormente se podrá analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, conocido como FODA que sirve para enfocarnos en las fortalezas y oportunidades que él mismo tiene y concentrarnos en desarrollarlas. Para minimizar al máximo las debilidades y amenazas.

### **5.06.01. Investigación de mercados**

Los estudios de mercado son una forma en que las empresas obtienen información sobre sus clientes, no clientes, consumidores o negocios y, cómo estos clientes o consumidores ven los productos y servicios en comparación con productos de los competidores de una empresa. Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos. Las encuestas cualitativas se utilizan para la obtención de información en pequeña escala, mientras que las encuestas cuantitativas son más predecibles en la población general. Hay una serie de técnicas de encuestas de mercado que las empresas pueden utilizar para adquirir información valiosa sobre sus clientes. (how.es.español, 2015)

#### **Tipos**

##### **Grupos de enfoque**

Los grupos de enfoque son una técnica de encuestas de mercado cualitativo. Una empresa puede entrevistar a los clientes de diversos grupos demográficos en base a la edad, los ingresos o el sexo. El objetivo de un grupo de enfoque es obtener una idea general de cómo compran estas personas para determinados productos y, cuáles son los productos que más les gustan. La empresa puede entonces introducir varios conceptos nuevos como los alimentos y, examinar lo que a las personas les gusta y no les gusta sobre el producto. (how.es.español, 2015)

##### **Encuestas uno a uno**

Las encuestas de mercado uno a uno, es otra técnica cualitativa para el estudio de mercado, normalmente se utilizan para la introducción de nuevos productos. Por ejemplo, una compañía puede observar un cliente operar un nuevo tipo de software. Luego el entrevistador le puede pedir al cliente y a otras personas cuanto les gusta el

nuevo software y si ellos lo comprarían o no. Las encuestas uno a uno a menudo se utiliza en las pruebas beta para solventar los problemas antes de que el producto salga a la venta en el país. (how.es.español, 2015)

### **Encuestas telefónicas de satisfacción del cliente**

Muchas encuestas se realizan a través del teléfono, tales como las encuestas de satisfacción del cliente. Las encuestas de satisfacción del cliente miden los niveles de satisfacción de los clientes con respecto a los productos, servicio, precios y otros atributos claves de la compañía. Estas encuestas son más de naturaleza cuantitativa, ya que las empresas llevan a cabo cientos de estudios para poder determinar donde tienen ventajas o problemas significativos. Luego pueden realizar cambios para corregir estos problemas. (how.es.español, 2015)

### **Encuestas de correo**

Una empresa puede utilizar una encuesta por correo para determinar por qué algunos clientes han dejado de comprar sus productos. Las compañías de software a veces utilizan esta técnica cuantitativa de encuestas de mercado. Un pequeño incentivo, tal como US\$1 o US\$2 puede ser entregado a los encuestados para que completen la información. Las encuestas por correo son a menudo muy informativas, ya que una persona puede escribir en los comentarios adicionales. (how.es.español, 2015)

### **Encuestas en línea**

Las encuestas en línea a menudo aparecen en los sitios web de la compañía de forma emergente (pop-up). Estas técnicas de encuestas de mercado pueden ser activadas en cualquier momento para comenzar a recoger información demográfica, o prácticamente cualquier información que una empresa está buscando. La encuesta

puede ser terminada una vez que se hayan completado suficientes cuestionarios.

Según el sitio web All Business (ver la sección de Referencias al final del artículo, para en enlace), a veces las encuestas en línea pueden ser impredecibles, porque no hay control sobre el tipo de persona que responde. (how en español, 2015)

En el siguiente proyecto se utilizará la investigación de mercado para medir la cantidad de personas que les atrae el proyecto para así poder realizarlo y ejecutarlo es decir servirá para medir el potencial de mercado. (how.es.español, 2015)

Se usará la encuesta uno a uno en donde conoceremos el conocimiento o desconocimiento de las masas en relación a las bebidas ancestrales de la Sierra Norte ecuatoriana. (how.es.español, 2015)

### **5.06.02. Instrumentos de la investigación**

Rojas Soriano, (1996-197) señala al referirse a las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo, lo siguiente:

Que el volumen y el tipo de información-cualitativa y cuantitativa- que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de la investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema.

En opinión de Rodríguez Peñuelas, (2008:10) las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas.

Efectuar una investigación requiere, como ya se ha mencionado, de una selección adecuada del tema objeto del estudio, de un buen planteamiento de la problemática a solucionar y de la definición del método científico que se utilizará para llevar a cabo dicha investigación. Aunado a esto se requiere de técnicas y herramientas que auxilien al investigador a la realización de su estudio. Las técnicas son de hecho, recursos o procedimientos de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento y se apoyan en instrumentos para guardar la información tales como: el cuaderno de notas para el registro de observación y hechos, el diario de campo, los mapas, la cámara fotográfica, la grabadora, la filmadora, el software de apoyo; elementos estrictamente indispensables para registrar lo observado durante el proceso de investigación.

Para el presente proyecto se utilizará cuestionarios con diversas preguntas las cuales tendrán preguntas dicotómicas y preguntas cerradas con varias alternativas para tener resultados amplios y realizar su respectivo análisis.

**Entrevistas:** es una forma de observar el impacto y el interés de la población sobre el proyecto presentado.

### 5.06.03. Población y muestreo

#### Población y muestra

Las estadísticas de por sí no tienen sentido si no se consideran o se relacionan dentro del contexto con que se trabajan. Por lo tanto es necesario entender los conceptos de población y de muestra para lograr comprender mejor su significado en la investigación educativa o social que se lleva a cabo. (Jacqueline Widotski, 2010)

Población - es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Jacqueline Widotski, 2010)

Entre éstas tenemos:

Homogeneidad - que todos los miembros de la población tengan las mismas características según las variables que se vayan a considerar en el estudio o investigación. (Jacqueline Widotski, 2010)

Tiempo - se refiere al período de tiempo donde se ubicaría la población de interés. Determinar si el estudio es del momento presente o si se va a estudiar a una población de cinco años atrás o si se van a entrevistar personas de diferentes generaciones. (Ibíd)

Espacio - se refiere al lugar donde se ubica la población de interés. Un estudio no puede ser muy abarcador y por falta de tiempo y recursos hay que limitarlo a un área o comunidad en específico. (Ibíd)

Cantidad - se refiere al tamaño de la población. El tamaño de la población es sumamente importante porque ello determina o afecta al tamaño de la muestra que se vaya a seleccionar, además que la falta de recursos y tiempo también nos limita la extensión de la población que se vaya a investigar. (Ibíd)

Muestra - la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población.

Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

Aleatoria - cuando se selecciona al azar y cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido.

Estratificada - cuando se subdivide en estratos o subgrupos según las variables o características que se pretenden investigar. Cada estrato debe corresponder proporcionalmente a la población.

Sistemática - cuando se establece un patrón o criterio al seleccionar la muestra. Ejemplo: se entrevistará una familia por cada diez que se detecten.

El muestreo es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad de ellas a la población. (Ibíd)

El tamaño de la muestra depende de la precisión con que el investigador desea llevar a cabo su estudio, pero por regla general se debe usar una muestra tan grande como sea posible de acuerdo a los recursos que haya disponibles. Entre más grande la muestra mayor posibilidad de ser más representativa de la población. (Ibíd)

En la investigación experimental, por su naturaleza y por la necesidad de tener control sobre las variables, se recomienda muestras pequeñas que suelen ser de por lo menos 30 sujetos. (Ibíd)

En la investigación descriptiva se emplean muestras grandes y algunas veces se recomienda seleccionar de un 10 a un 20 por ciento de la población accesible. (Ibíd)

## Población

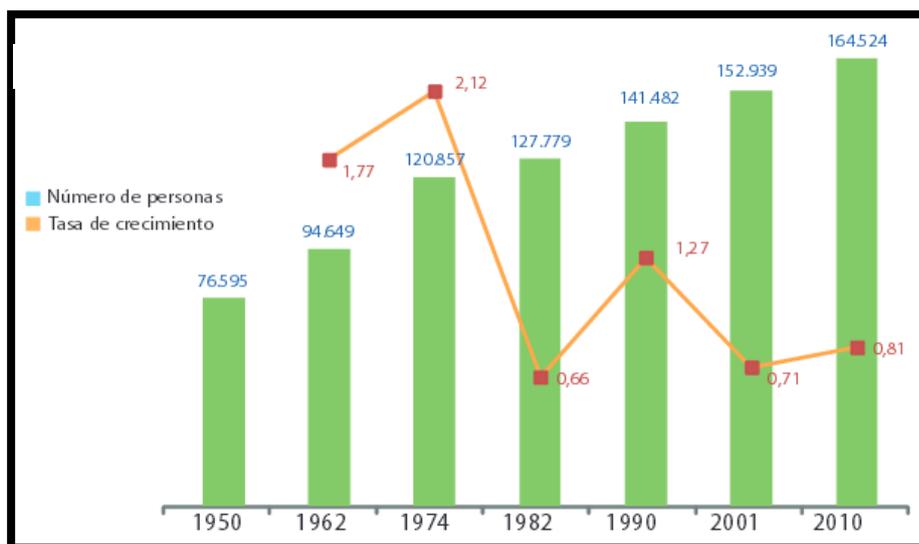


Figura N. 6. Población de Carchi

Fuente: INEC

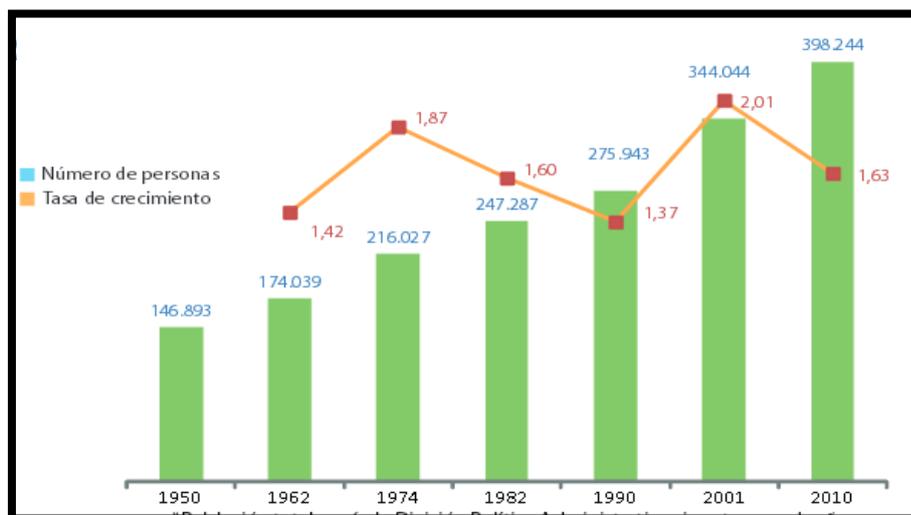


Figura N. 7. Población de Imbabura

Fuente: INEC

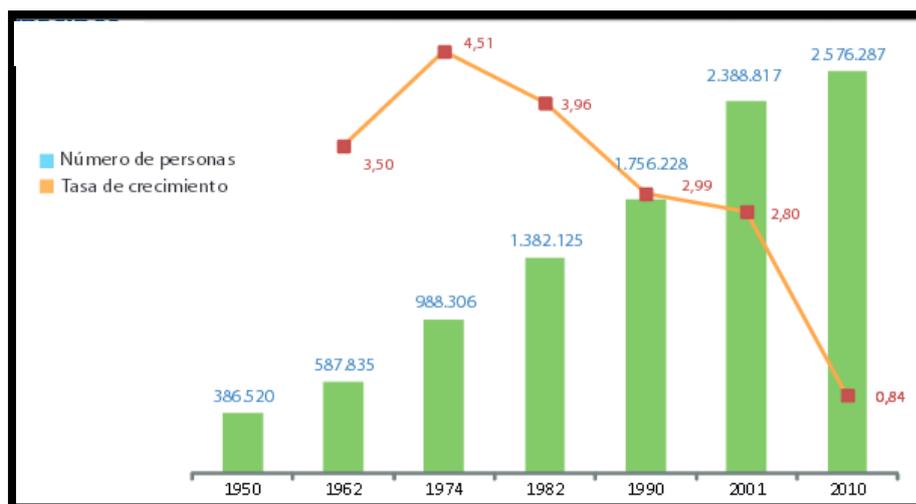


Figura N. 8. Población de Pichincha

Fuente: INEC

Tabla N. 11.

*Población de la Sierra Norte ecuatoriana*

<b>Carchi</b>	164 524 hab
<b>Imbabura</b>	398 244 hab
<b>Quito</b>	2 576 287 hab

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: Marcia Gaglay

**Muestra:** En estadística, una muestra es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística. En diversas aplicaciones interesa que una muestra sea una muestra representativa y para ello debe escogerse una técnica de muestreo adecuada que produzca una muestra aleatoria adecuada (contrariamente se obtiene una muestra sesgada cuyo interés y utilidad es más limitado dependiendo del grado de sesgo que presente). (Muestras, 2016)

Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma (una muestra representativa se denomina técnicamente muestra aleatoria). Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo. En tales casos, puede obtenerse una información similar a la de un estudio exhaustivo con mayor rapidez y menor coste (véanse las ventajas de la elección de una muestra, más abajo). (Muestras, 2016)

Por otra parte, en ocasiones, el muestreo puede ser más exacto que el estudio de toda la población porque el manejo de un menor número de datos provoca también menos errores en su manipulación. En cualquier caso, el conjunto de individuos de la muestra son los sujetos realmente estudiados. (Ibíd)

El número de sujetos que componen la muestra suele ser bastante inferior a la población total, aunque suficiente grande como para que la estimación de los parámetros determinados tenga un nivel de confianza adecuado. Para que el tamaño de la muestra sea idóneo es preciso recurrir a su cálculo. (Ibíd)

**Fórmula:**

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot (Z)^2}{(N - 1) \cdot (e)^2 + p \cdot q \cdot (Z)^2} = \frac{2\,576\,287 \times 0,50 \times 0,50 \cdot (1,95)^2}{(2\,576\,287 - 1) \cdot (0,05)^2 + 0,50 \times 0,50 \cdot (1,95)^2}$$

$$= 380.196 = 380 \text{ ENCUESTAS}$$

#### 5.06.04. Análisis de información

Tabla N. 12.

*Sabe usted lo que es una ruta gastronómica*

Respuesta	N°	%
SI	180	47%
NO	200	53%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

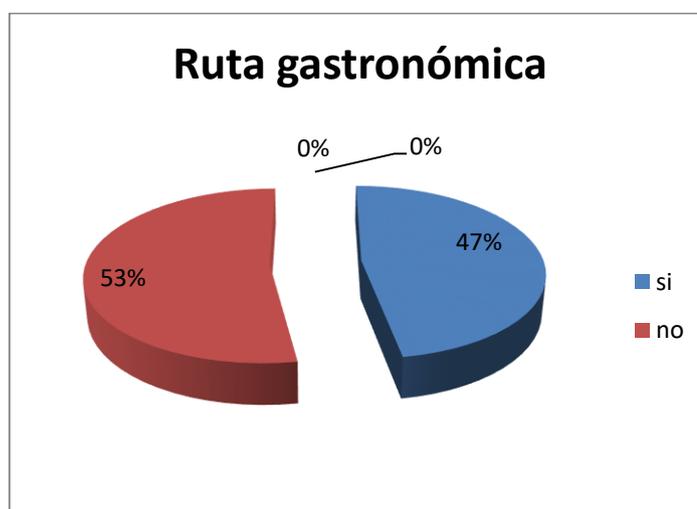


Figura N. 9. Ruta Gastronómica

Elaborado por: Marcia Gaglay

Análisis: en la primera pregunta planteada en la encuesta pudimos constatar que el 53% de la población estudiada no sabe lo que es una ruta gastronómica.

Tabla N. 13.

*Sabe usted el significado de la palabra ancestral*

Respuesta	N°	%
SI	285	75%
NO	95	25%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

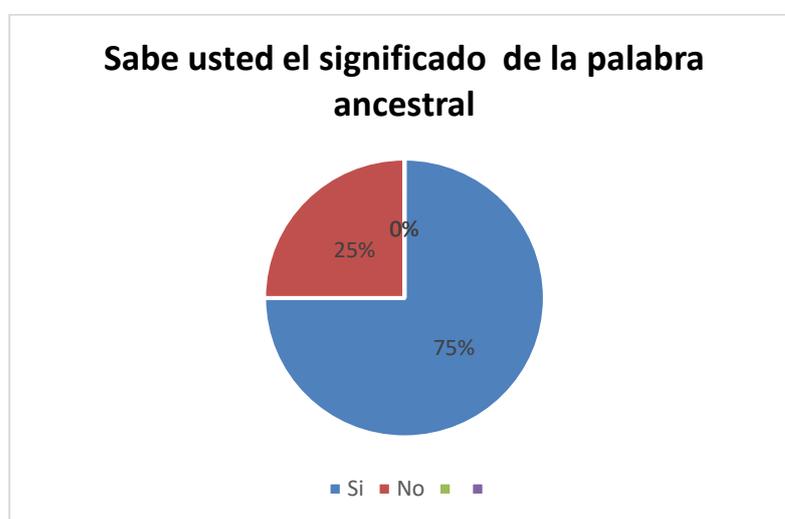


Figura N. 10. Sabe usted el significado de la palabra ancestral

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: En la pregunta tabulada se demuestra que la mayoría de la gente sabe el significado de la palabra ancestral.

Tabla N. 14.

*Ha escuchado usted sobre las bebidas ancestrales*

Respuesta	N°	%
SI	250	66%
NO	130	34%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

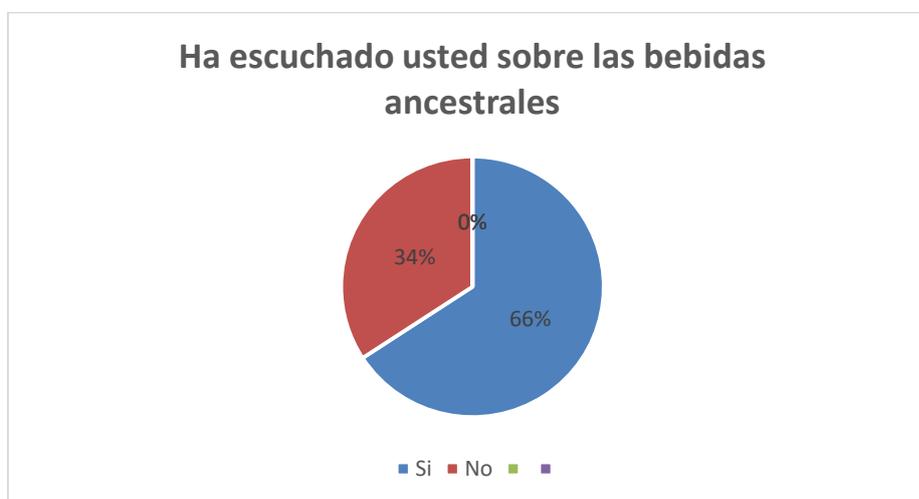


Figura N. 11. Ha escuchado usted sobre las bebidas ancestrales

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: la gente ha escuchado sobre las bebidas ancestrales y tradicionales de nuestro país.

Tabla N. 15.

*Motivos de viaje*

Respuesta	N°	%
Ocio	105	28%
Familiar	130	34%
Trabajo	45	12%
Educativo	70	18%
Gastronómico	30	8%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

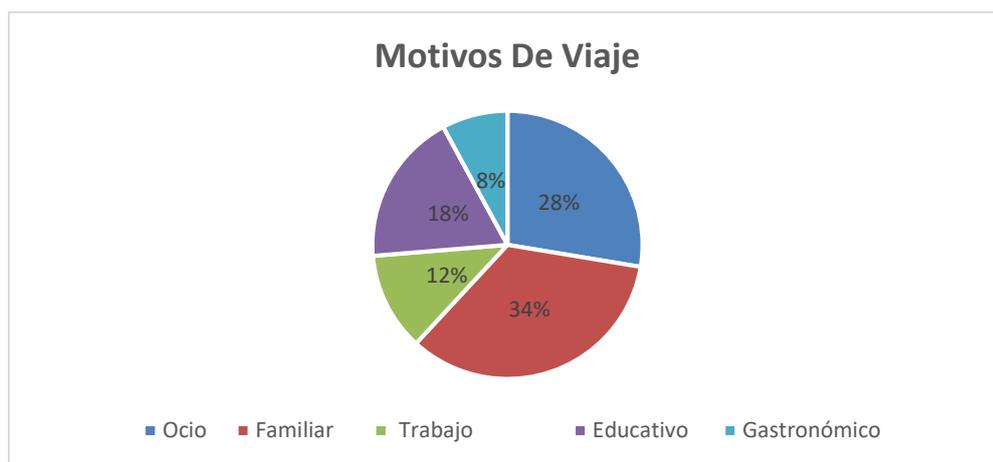


Figura N. 12. Motivos de Viaje

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: La mayoría de la población estudiada, viaja por aspectos familiares ya sean reuniones o reencuentros, y en último lugar se encuentra por motivos gastronómicos.

Tabla N. 16.

*Le parece interesante la propuesta de la elaboración de una ruta gastronómica con relación a las bebidas ancestrales en la Sierra Norte*

Respuesta	N°	%
SI	300	79%
NO	80	21%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

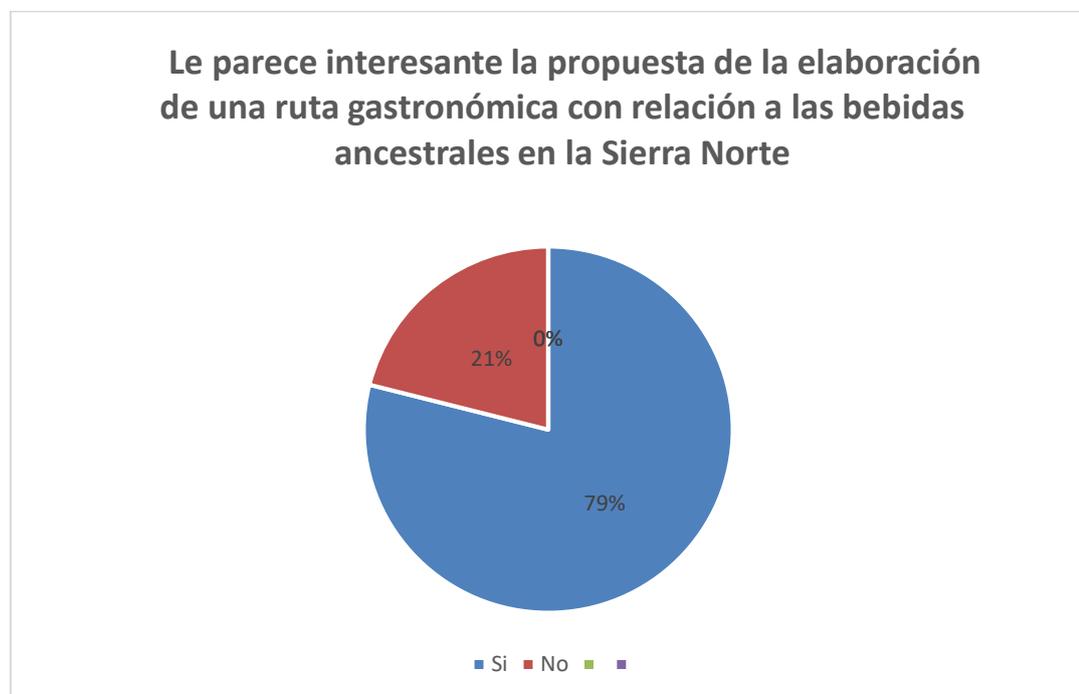


Figura N. 13. Le parece interesante la propuesta de la elaboración de una ruta gastronómica con relación a las bebidas ancestrales en la Sierra Norte

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: la pregunta tabulada nos indica que a la gente le interés y agrada que se cree una ruta gastronómica sobre las bebidas ancestrales de la Sierra Norte.

Tabla N. 17.

*¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alguna bebida?*

Respuesta	N°	%
0.75	110	29%
1.00	142	37%
1.50	75	20%
1.75	53	14%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

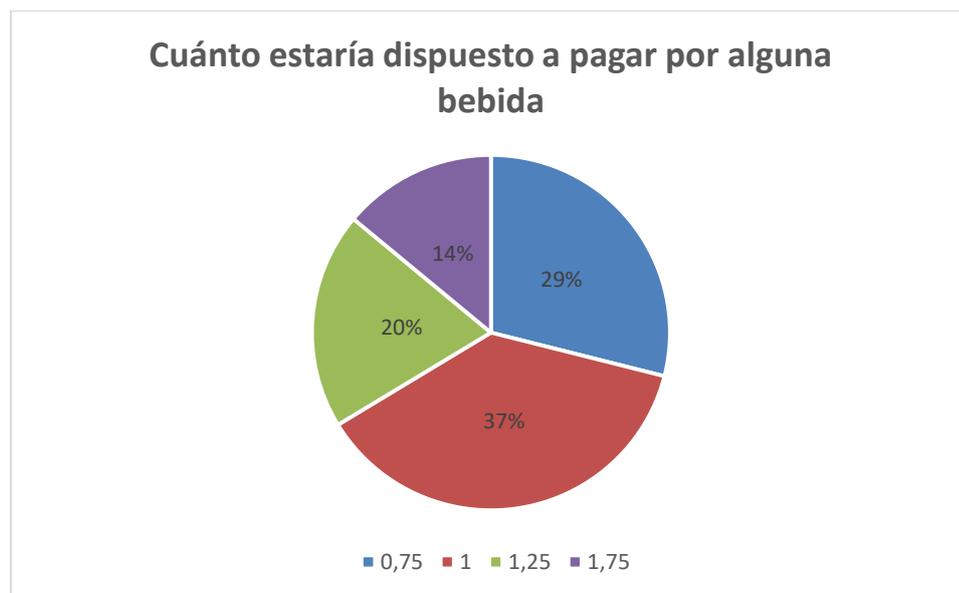


Figura N. 14. Cuanto estaría dispuesto a pagar por alguna bebida

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: el resultado que obtenemos según la preferencia de las personas al momento de pagar sería \$1 dólar.

Tabla N. 18.

*¿Cómo le gustaría que se difunda la página web o aplicación?*

Respuesta	Nº	%
Redes sociales	190	50%
Publicidad por medio de volantes	190	50%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

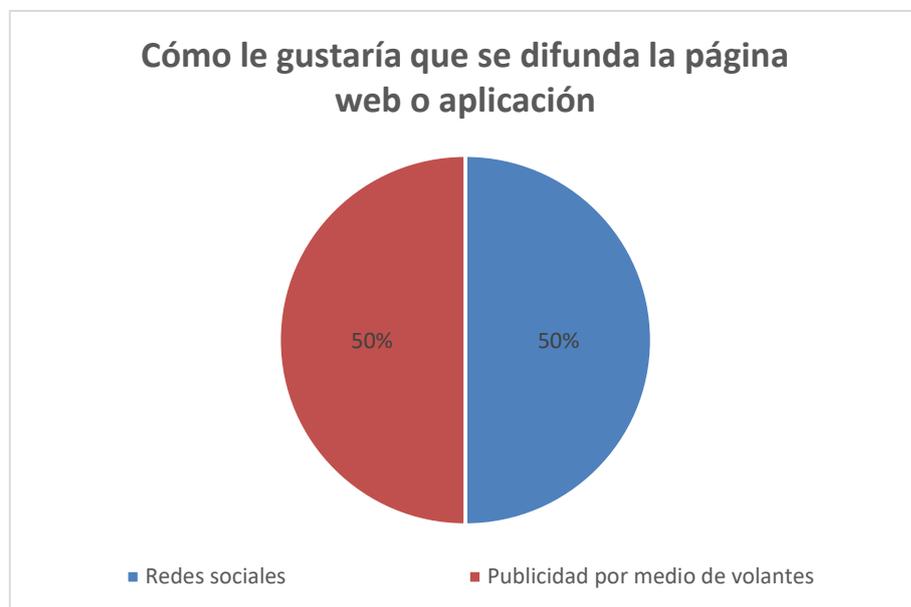


Figura N. 15. Como le gustaría que se difunda la página web

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: la promoción de esta ruta se desea que se haga tanto en redes sociales o por medio de volantes.

Tabla N. 19.

*Cree usted que la riqueza gastronómica ancestral de nuestro país se ha perdido por:*

Respuesta	N°	%
Desconocimiento	243	64%
Desinterés	137	36%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

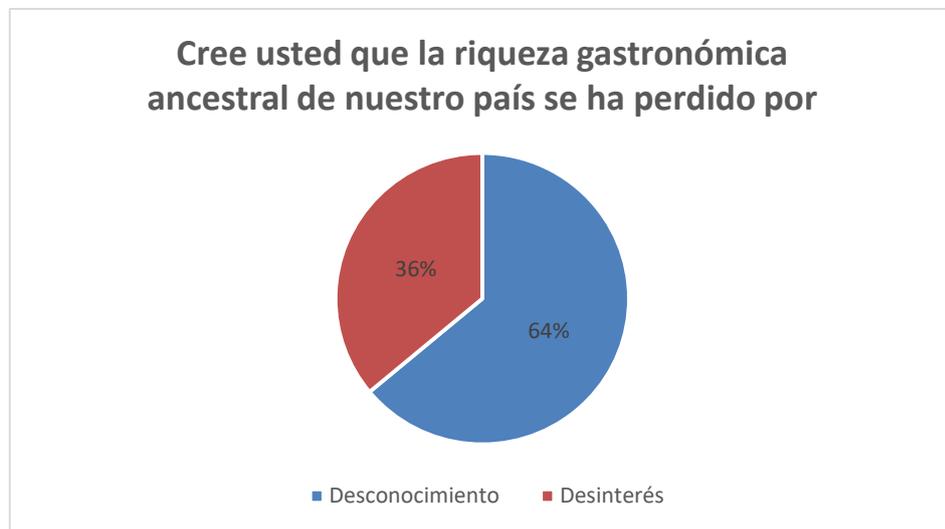


Figura N. 16. Cree usted que la riqueza gastronómica ancestral de nuestro país se ha perdido por:

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: La tabulación nos indica que la mayoría de la población estudiada tiene desconocimiento por las bebidas y es por ésta razón que han perdido su valor.

Tabla N. 20.

*Es importante mantener los legados ancestrales*

Respuesta	Nº	%
SI	250	66%
NO	130	34%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

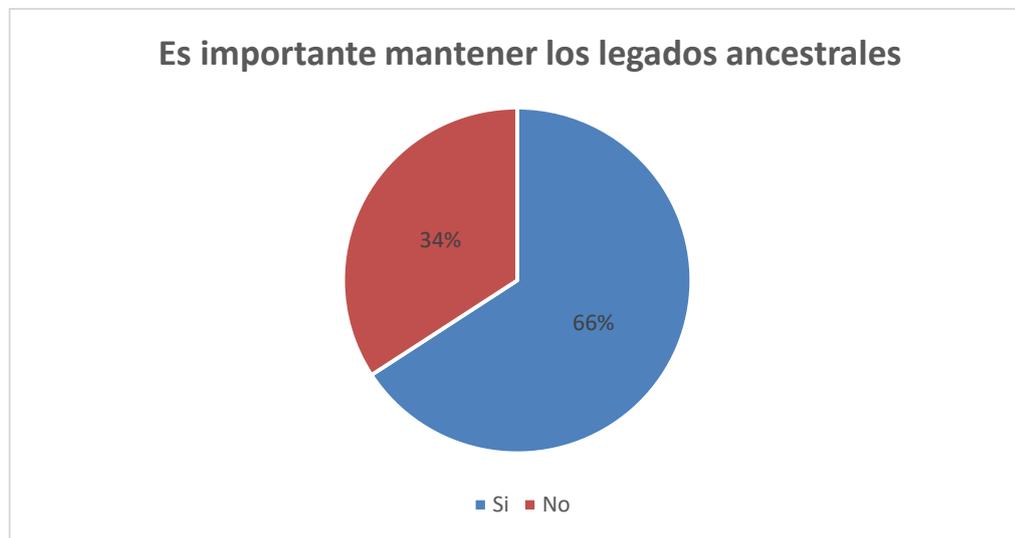


Figura N. 17. Es importante mantener los legados ancestrales

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: la población demuestra que es importante mantener el legado ancestral.

Tabla N. 21.

*Estaría dispuesto a viajar a la Sierra Norte por disfrutar de las bebidas y visitar ciertos atractivos*

Respuesta	Nº	%
SI	310	82%
NO	70	18%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gaglay Marcia

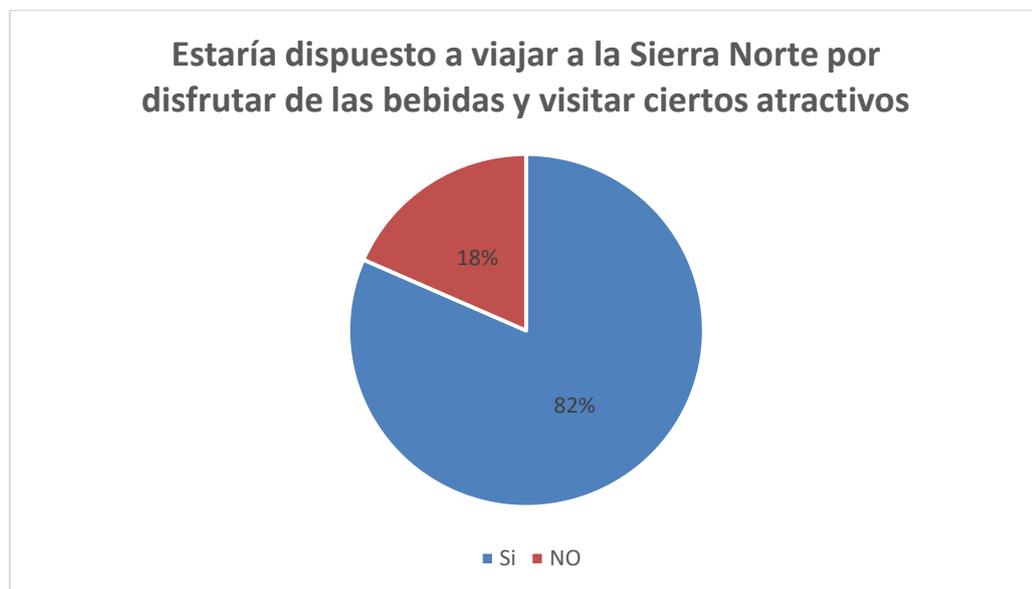


Figura N. 18. Estaría dispuesto a viajar a la Sierra Norte por disfrutar de las bebidas y visitar ciertos atractivos.

Elaborado por: Gaglay Marcia

Análisis: Al momento de tabular ésta pregunta nos demuestra que la gente está interesada en viajar y disfrutar además de degustar de las bebidas.

## CAPÍTULO VI

### 6.00 Aspectos Administrativos

#### 6.01. Recursos

Se denomina recursos a aquellos elementos que aportan algún tipo de beneficio a la sociedad. En economía, se llama recursos a aquellos factores que combinados son capaces de generar valor en la producción de bienes y servicios. Estos, desde una perspectiva económica clásica, son capital, tierra y trabajo. ( Definición ABC: , 2007)

Tabla N. 22.

*Presupuesto*

DETALLE	VALOR
Movilización	\$ 50
Alimentación	\$ 45
Copias	\$ 33
Recargas del celular	\$ 20
Internet	\$ 150
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 298</b>

Elaborado por: Marcia Gaglay

## 6.02. Cronograma

Tabla N. 23.

*Cronograma de Actividades*

Actividad	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Presentación del tema	X																															
Aprobación del tema			X																													
Capítulo I					X																											
Capítulo II							X																									
Capítulo III									X																							
Capítulo IV											X																					
Capítulo V													X																			
Capítulo VI															X																	
Capítulo VII																	X															
Sustentación del proyecto																					X										X	

Elaborado por: Marcia Gaglay

## CAPÍTULO VII

### Conclusiones y recomendaciones

Cuando se llega al nivel de las conclusiones de la investigación debe guardar un estricto orden de relación a cada objetivo específico enunciado, es decir, por cada objetivo planteado corresponde a una conclusión de él.

Debe expresar luego, una conclusión genérica que recoja realmente al objetivo genera

Recomendaciones:

Las recomendaciones deben también de guardar una relación estricta con cada conclusión llegada.

De igual manera, una vez establecida cada recomendación se puede llegar a plantear unas recomendaciones generales que recojan realmente el espíritu de una propuesta.

La lógica coherente de la relación se expresa de la siguiente manera:

OBJETIVOS - CONCLUSIONES - RECOMENDACIONES - PROPUESTA

PUNTUAL. (Metodología, 2014)

### 7.01. Conclusiones

- Con la elaboración de una ruta turística gastronómica en la Sierra Norte obtendremos más afluencia de turistas así como el ingreso de divisas
- Ayudaría en la economía de las diferentes parroquias y cantones porque entre más turistas lleguen los ingresos económicos van en aumento.
- Para finalizar esta investigación de acuerdo a los resultados obtenidos se demostró que en la Sierra Norte no se ha difundido las bebidas ancestrales y no ha sido realmente desarrollado como tal necesita de más organización de la población y énfasis de las autoridades
- Impulsará los diferentes negocios mejorando así la calidad de vida de los ciudadanos y sus respectivas familias
- Lograr que la Sierra Norte sea conocida por sus bebidas ancestrales además de sus diversos atractivos naturales y culturales

## 7.02. Recomendaciones

- En lugares estratégicos ubicar la guía para que los turistas se interesen por el tema y así promover el turismo gastronómico.
- Incluir a la población en el desarrollo del proyecto para que tengan conocimientos fuertes
- Mejorar la organización de la población
- Hacer partícipe a la administración correspondiente y que realice campañas de marketing
- Cada año mejorar la ruta e incluir más bebidas ancestrales dentro de los itinerarios turísticos

## BIBLIOGRAFÍA

- Caro, Alejandro (2015). *Matriz del marco lógico, Análisis de Alternativas*.  
Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/37811428/Matriz-de-Marco-Logico-Analisis-de-Alternativas>
- CEMPRO (2014). *Definición del problema investigar*. Recuperado de  
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/definicion-del-problema-investigar.html>
- CEMPRO (2016). *Planes y proyectos, Análisis de involucrados*. Recuperado de  
<http://www.cempro.org.pe/2011/11/paso-1-analisis-de-involucrados.html>
- Crespo A. Marco A.(2015). *Eumed.net, Análisis de involucrados*. Recuperado de  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2009c/575/ANALISIS%20DE%20INVOLUCRADOS.htm>
- DAAD (2014). *Contenido de la propuesta*. Recuperado de  
[http://www.daad.co/imperia/md/content/informationszentren/ic-bogota/otros-docs/daad\\_c\\_mo\\_escribir\\_una\\_propuesta\\_de\\_investigacion\\_2012.pdf](http://www.daad.co/imperia/md/content/informationszentren/ic-bogota/otros-docs/daad_c_mo_escribir_una_propuesta_de_investigacion_2012.pdf)
- Ecuador Extremo (2015). *Provincia del Carchi*. Recuperado de  
<http://ecuadorextremo.com/provincias/carchi.htm>
- Ecuador Extremo (2015). *Provincia de Imbabura*. Recuperado de  
<http://ecuadorextremo.com/provincias/imbabura.htm>
- Ecuador Extremo (2015). *Provincia de Carchi*. Recuperado de  
<http://ecuadorextremo.com/provincias/carchi.htm>
- Ecuaworld (2010). *Tema: la cocina ecuatoriana*. Recuperado de  
[http://www.ecuaworld.com.ec/cocina\\_ecuatoriana.htm](http://www.ecuaworld.com.ec/cocina_ecuatoriana.htm)

- Espinoza, Roberto (2016). DAFO, Análisis FODA. Recuperado de  
<http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Francois Collombet y Jean Paul Paireault (2002). *El Gran Libro de los Vinos*.
- INEC (2010). *Población de Carchi*. Recuperado de  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/carchi.pdf>
- INEC (2010). *Población de Imbabura*. Recuperado de  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>
- INEC (2010). *Población de Pichincha*. Recuperado de  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- Krell, Horacio (2015). *La investigación, Análisis de fuerzas*. Recuperado de  
<http://www.ilvem.com/shop/otraspaginas.asp?paginanp=357&t=EL-CAMPO-DE-FUERZAS.htm>
- Miller, Patricio (2008). *Geografía de Ecuador, Tema: Generalidades*. Recuperado de  
<https://patomiller.wordpress.com/generalidades-del-ecuador/>
- Muestras (2016). *Qué es una muestra*. Recuperado de  
[http://www.muestras.us/gratis/ofertas/ahorros/muestra\\_estadistica/](http://www.muestras.us/gratis/ofertas/ahorros/muestra_estadistica/)
- Montecinos, Antonio. (2012), *Planificación del Turismo Gastronómico Sostenible: Servicios, rutas, productos y destinos*.
- nArw. Blanca Lucas S. (2006). *Lo mejor de la cocina ecuatoriana*. Guayaquil – Ecuador. Receta 120 y 121
- Rodríguez, Peñuelas (2018). *Instrumentos de investigación*. Página 10

- Salazar Rivera, Liliana (2016). *Ciencia e investigación, Antecedentes de un proyecto*. Recuperado de <http://lilianasalazarrivera.blogspot.com/2013/07/los-antecedentes-en-un-proyecto-de.html>
- S.A. (2016). *Definición de ruta*. Recuperado de <http://definicion.de/ruta/>
- S.A. (2016). *Definición de Ruta Turística*. Recuperado de <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/ruta-turistica>
- S.A. (2016). *Definición de Guía*. Recuperado de <http://deconceptos.com/?s=GUIA>
- S.A. (2011). *Cócteles sencillos, coloridos y novedosos*. Autos: S.A. Editores Saldaña
- SSWM (2016). *Análisis del árbol de problemas*. Recuperado de <http://www.sswm.info/es/category/step-gass-en-al/gass-en-castellano/gesti%C3%B3n-de-agua-y-saneamiento-sostenible-en-am%C3%A9rica-la-8>
- Widodski, Jacqueline (2010). *Metodología de la investigación, Población y muestra*. Recuperado de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

# Anexos

**Anexo 2:**

Encuesta

“Instituto Tecnológico Superior Cordillera”

ENCUESTA APLICADA PARA LA ELABORACIÓN DE UNA RUTA  
GASTRONÓMICA RELACIONADA CON LAS BEBIDAS ANCESTRALES EN  
LA SIERRA NORTE

Buen día, el siguiente cuestionario tiene como objetivo medir el interés de las personas en estar informadas sobre las bebidas ancestrales de la región Sierra Norte.

La encuesta es anónima, marca con una  solo 1 alternativa

*Datos:*

¿Qué edad tiene? .....

¿De qué ciudad eres?.....

Género F..... M.....

*Preguntas:*Sabe usted lo que es una ruta gastronómica SI  NO Sabe usted el significado de la palabra ancestral SI  NO Ha escuchado usted sobre las bebidas ancestrales SI  NO 

Motivos de viaje

Ocio  Familiar  Trabajo  Educativo Gastronómico 

Le parece interesante la propuesta de la elaboración de una ruta gastronómica con relación a las bebidas ancestrales en la Sierra Norte en una página web

SI  NO

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alguna bebida?

0,75  1,00  1,25   
1,50  1,75  2,00

¿Cómo le gustaría que se difunda la página web?

Redes sociales  Publicidad por medio de volantes

Cree usted que la riqueza gastronómica ancestral de nuestro país se ha perdido por:

Desconocimiento  Desinterés

Es importante mantener los legados ancestrales SI  NO

Estaría dispuesto a viajar a la Sierra Norte por disfrutar de las bebidas y visitar ciertos atractivos

SI  NO

### Anexo 3

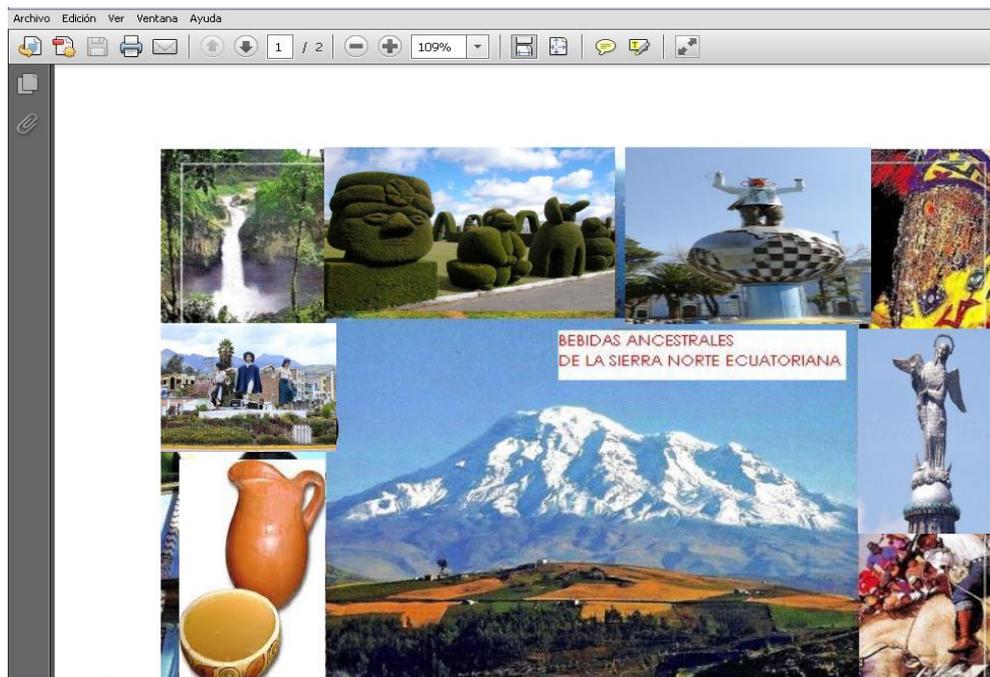


Figura N. 19. Logo de la app

### Anexo 4

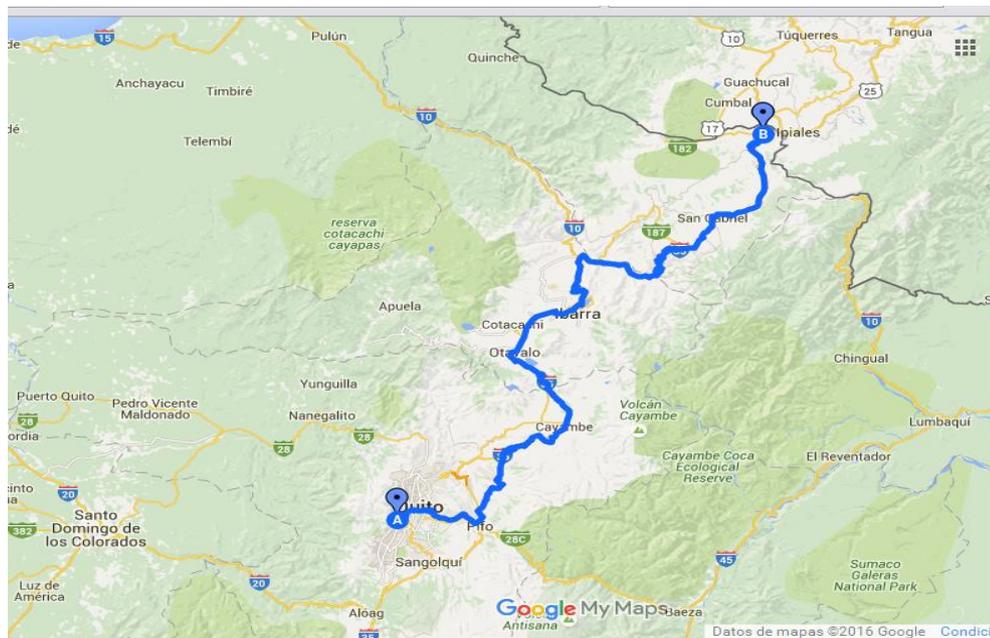


Figura N. 20. Mapa de la ruta

**Anexo 5:**



- 2 ramas grandes de canela
- 2 tazas de aguardiente
- 2 tazas de agua
- 1 limón partido
- Azúcar al gusto

*Preparación.*

En una cacerola ponga a hervir  
Aguardiente, el agua, canela, el  
Limón partido y el azúcar por veinte  
Minutos, ciérnalo sirva bien caliente.

Figura N. 21. Recetario: canelazo

Elaborado por: Marcia Gaglay

## Anexo 6:

### Chicha de jora



#### *Ingredientes*

¼ lb de jora  
¼ lb de cebada  
1 rama de canela  
¼ taza de azúcar  
1 hoja de naranja  
2 litros de agua  
1 rama de arrayán  
Cáscara de piña

#### *Preparación.*

Ponga a hervir la cáscara de piña en un litro de agua déjelo reposar de un día para otro. Tueste la jora y la cebada, luego póngalas a hervir en un litro de agua con las especias moviendo constantemente hasta que se consuma la mitad, agregue azúcar. Ciérralo y añada al jugo de la cáscara de piña, déjelo macerar por dos días.

Figura N. 22. Chicha de Jora

Elaborado por: Marcia Gaglay

## Anexo 7:

### Chicha de maíz



#### *Ingredientes*

- ¼ lb de harina de maíz
- 8 tazas de agua
- ½ piña con cáscara
- 100 gr de ajonjolí y anís
- 2 tazas de azúcar
- ½ panela
- 1 membrillo machacado
- Cáscara de una naranja
- 2 pimientos de olor
- 2 pimientos picantes
- 2 clavos de olor

#### *Preparación.*

Tueste y muele el ajonjolí.  
Aparte hierva en olla de barro por 30 minutos 4 tazas de agua con las especias, coloque ajonjolí dentro de una bolsita de tela, y añádalo a la olla, mientras hierva agregue 2 tazas de agua, la harina, la piña en trozos con cáscara, déjelo macerar por tres días y luego cernalo

Figura N. 23. Chicha de Maíz

Elaborado por: Marcia Gaglay

## Anexo 8

## Guarango



### Ingredientes

- 13 cubos de hielo
- 3/4 oz chicha de jora
- 3/4 oz jugo de maracuyá
- 1 1/2 oz crema de coco
- 1 1/2 oz pisco puro de quebranta
- 2 oz chicha morada
- 1 cáscara de naranja tallada
- 1 flor tallada de naranja china
- 2 cáscaras de limón talladas
- 1 fresa
- rama de canela

### Preparación

Eche tres cubos de hielo en una copa huracán. Aparte, ponga en una coctelera la chicha de jora, el jugo de maracuyá, la crema de coco y cuatro cubos de hielo, agite enérgicamente, durante ocho segundos, y sirva en la copa con hielo. Reserve. Mezcle en un vaso mezclador el pisco puro, la chicha morada y los cubos de hielo restantes; vierta en la copa. Decore con las cáscaras de naranja y de limón, la flor de naranja china, la fresa y la rama de canela. Sirva de inmediato.

Figura N. 24 Guarango

Elaborado por: Marcia Gaglay