

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INSTITUTO DE POSGRADO

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GASTRONOMÍA



Tema:

**ESTUDIO TURÍSTICO GASTRONÓMICO DEL ACHIOTE (*BIXA ORELLANA*)
EN LA “COMUNA CHIGÜILPE” TSÁCHILA.**

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Magister en Gastronomía

AUTOR(A):

Jonathan Javier Mina Reyes

DIRECTORA:

MSc. Sonia Lorena Arellano Guerrón

Ibarra, 2023

DEDICATORIA

Lleno de regocijo, de amor y esperanza dedico este proyecto a cada uno de mis seres queridos quienes han sido mis pilares para seguir adelante.

AGRADECIMIENTOS

Empezaré agradeciendo a mi padre por ser el motor incansable que mueve mi vida. Gracias, mamá por levantarme y mostrarme que juntos era más fácil subir las escaleras.

Gracias a mi hermana que, a pesar de mantener una guerra constante sin ningún motivo, llega un momento en que nuestra lucha cesa e iniciamos una tregua para lograr metas conjuntas.

Por ultimo y no menos importante agradecer a SAMUEL que es la luz de mi vida.

GRACIAS

EPMA

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GASTRONOMÍA
ESTUDIO TURÍSTICO GASTRONÓMICO DEL ACHIOTE (BIXA ORELLANA) EN LA
“COMUNA CHIGÜILPE” TSÁCHILA.

Autor: Jonathan Javier Mina Reyes
Tutor: Sonia Lorena Arellano Guerrón Mst.
Año: 2023

RESUMEN

El turismo es una de las fuentes de ingresos seguida por la agricultura, los más jóvenes de la comuna son quienes lideran y motivan al turismo, con la finalidad de integrar la etnia y preservar la cultura además que sirve como un ingreso y sustento económico para la comunidad. El objetivo de este estudio se centró en elaborar una propuesta de ruta gastronómica para promover el desarrollo del turismo de la Comuna Chigüilpe de la provincia Tsáchilas. Las rutas alimentarias como un conjunto de destinos turísticos diseñados en torno a la cadena alimentaria, desde la producción agrícola hasta la elaboración del plato, que ofrecen al turista la oportunidad de explorar y disfrutar de las actividades tradicionales y culturales asociadas al producto o alimento en cuestión. La metodología que se utilizó tuvo un alcance cualitativo la cual se hizo uso del método inductivo. Se identificó que la comuna no tiene rutas que sean favorables por esta razón esta en decadencia el turismo en el sector. Con la información obtenida de las fuentes bibliográficas se diseñó la propuesta de una ruta gastronómica para promover el desarrollo turístico de la comuna. Finalmente se implementó una página web, la cual engloba los atractivos turísticos de la zona.

Palabras clave: Achiote, Ruta Gastronómica, Comuna Chigüilpe.

ABSTRACT

Tourism is one of the sources of income followed by agriculture, the youngest of the commune are the ones who lead and motivate tourism, with the purpose of integrating the ethnic group and preserving the culture, as well as serving as income and economic support for the community. The objective of this study was focused on developing a proposal for a gastronomic route to promote the development of tourism in the Chigüilpe Commune of the Tsáchilas province. Food routes as a set of tourist destinations designed around the food chain, from agricultural production to the preparation of the dish, which offer tourists the opportunity to explore and enjoy traditional and cultural activities associated with the product or food in question. The methodology that was used had a qualitative scope which made use of the inductive method. It was identified that the commune does not have routes that are favorable for this reason tourism in the sector is in decline. With the information obtained from the bibliographical sources, the proposal of a gastronomic route was designed to promote the tourist development of the commune. Finally, a web page was implemented, which includes the tourist attractions of the area.

Key words: Achiote, gastronomic route, Chigüilpe Comuna.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
RESOLUCIÓN 173-SE-33-CACES 2020
26 de octubre del 2020
FACULTAD DE POSGRADO

Ibarra, 15 de marzo 2023



Dra. Lucia Yépez
DECANO/A
FACULTAD DE POSTGRADO

ASUNTO: Conformidad con el documento final

Señor(a) Decano(a):

Nos permitimos informar a usted que revisado el Trabajo final de Grado Estudio turístico gastronómico del Achiote (*Bixa Orellana*) en la "Comuna Chigüilpe" Tsáchila, del maestrante Mina Reyes Jonathan Javier, de la Maestría de Gastronomía, certificamos que han sido acogidas y satisfechas todas las observaciones realizadas.

Atentamente,

	Apellidos y Nombres	Firma
Tutor/a	Arellano Guerrón Sonia Lorena	 Sonia Lorena ARELLANO GUERRON
Asesor/a	Falcón Santiago	 SANTIAGO ISRAEL FALCON GORDILLO



**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
 UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	1723267900		
APELLIDOS Y NOMBRES	Mina Reyes Jonathan Javier		
DIRECCIÓN	Santo Domingo/ Urb. Coromoto, Río Yamboya y Buenos aires		
EMAIL	jonathanminareyes94@gmail.com		
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL:	0983530583

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio turístico gastronómico del Achiote (<i>Bixa Orellana</i>) en la “Comuna Chigüilpe” Tsáchila.
AUTOR (ES):	Mina Reyes Jonathan Javier
FECHA: DD/MM/AAAA	07/03/2023
PROGRAMA DE POSGRADO	Maestría en Gastronomía
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Magister en Gastronomía
TUTOR	Sonia Lorena Arellano Guerrón Msc.



2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 15 días del mes de marzo del año 2023

EL AUTOR:

Firma _____



Nombre Mina Reyes Jonathan Javier

Índice de Contenido

1	CAPITULO I: EL PROBLEMA	15
1.1	Planteamiento del problema	15
1.2	Objetivos	18
1.2.1	General	18
1.2.2	Específicos	18
1.2.3	Justificación Teórica	19
1.2.4	Justificación Metodológica	19
1.2.5	Justificación Práctica	19
2	CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL.....	21
2.1	Marco Teórico	21
2.1.1	Turismo	21
2.1.2	Gastronomía	21
2.1.3	La gastronomía y el turismo.....	22
2.1.4	Turismo gastronómico.....	24
2.1.5	Gastronomía Típica	25
2.1.6	Identidad Gastronómica	26
2.1.7	Experiencia Turística.....	27
2.1.8	Experiencia gastronómica	28
2.1.9	Ruta gastronómica.....	29
2.1.10	Ecuador como destino turístico	30
2.1.11	Turismo y Gastronomía en la Provincia de Santo Domingo.....	31
2.1.12	Comuna <i>Chigüilpe</i>	35
2.1.13	Gastronomía típica de Santo Domingo	36
2.1.14	Platos típicos de Santo Domingo de los Tsáchilas	37

2.1.15	Utensilios culinarios	37
2.2	Marco Legal	47
2.2.1	Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025	48
2.2.2	Objetivos de Desarrollo Sostenible	49
3	CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	50
3.1	Descripción del área de estudio/Grupo de estudio	50
3.2	Tipo de investigación	51
3.2.1	Investigación Cualitativa	51
3.2.2	Investigación Cuantitativa	52
3.2.3	Investigación de campo	52
3.2.4	Investigación documental	52
3.2.5	Diseño de investigación	53
3.3	Métodos de investigación	54
3.3.1	Método inductivo	54
3.3.2	Técnicas e instrumentos de investigación	54
3.4	Población y muestra	55
3.4.1	Población	55
3.5	Muestra	55
3.6	Interpretación y presentación de resultados	58
3.6.1	Resultados e Interpretación de las entrevistas	74
4	Capítulo V	75
4.1	Propuesta	75
4.1.1	Introducción	75
4.1.2	Planteamiento de la Ruta Gastronómica	75
4.1.3	Objetivo	76
4.2	La comuna Chigüilpe	76
4.2.1	Atractivos Naturales	76

4.2.2	Otros Atractivos	78
4.2.3	Componentes gastronómicos.....	79
4.2.4	Alojamiento	83
4.2.5	Infraestructura	84
4.2.6	Servicio de transporte	85
4.2.7	Itinerario y costo de la Ruta Gastronómica Chigüilpe.....	86
4.2.8	Normativa de la ruta	87
4.2.9	Elaboración de la ruta Gastronómica.....	88
4.2.10	Canales digitales.....	88
4.2.11	Logotipo	88
4.2.12	Enlace	89
5	Conclusiones y Recomendaciones	89
5.1	Conclusiones	89
5.2	Recomendaciones.....	90
6	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	92
7	ANEXOS.....	95
7.1	Entrevista Diana Aguavil	95
7.2	Entrevista a Abraham Calazacón	98
7.3	ENCUESTA HABITANTES COMUNA CHIGÜILPE	101
7.4	Encuesta turistas Chigüilpe	102
7.5	Comuna Chigüilpe.....	104

Índice de Tablas

Tabla 1 Edades de la los habitantes de la comuna Chigüilpe	58
Tabla 2Pregunta 1 Encuesta comuna	59
Tabla 3Pregunta 2 Encuesta comuna	60
Tabla 4Pregunta 4 Encuesta a la comunidad	61
Tabla 5Pregunta 4 Encuesta comuna	63
Tabla 6Pregunta 5 encuesta a la comuna	64
Tabla 7Pregunta 6 encuesta a la comuna	66
Tabla 8 Encuesta a los Turistas.....	67
Tabla 9 Pregunta 1 encuesta a los turistas.....	69
Tabla 10Pregunta 2 de las encuestas a los turistas.....	70
Tabla 11Pregunta 3 encuesta turistas	71
Tabla 12Pregunta 4 encuesta a los turistas.....	72
Tabla 13 Pregunta 6 encuesta a los turistas.....	73
Tabla 14 Itinerario de la Ruta Gastronómica Chigüilpe	86

Índice de Figuras

Figura 1: Tabla de madera.....	38
Figura 2: Piedras de moler maíz.....	39
Figura 3: Badeas coloradas	39
Figura 4: Trampa de pescar	39
Figura 5: Ollas de barro.....	40
Figura 6: Plato de barro.....	40
Figura 7: Olla de aluminio	41
Figura 8: Cocina Tsáchila	41
Figura 9: Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	49
Figura 10: Edades comuna Chigüilpe.....	58
Figura 11: Visitas a la comuna Chigüilpe.....	59
Figura 12: Pregunta 2 Encuesta comuna	60
Figura 13: Pregunta 4 Encuesta de la comuna.....	62
Figura 14: Pregunta 4 encuesta a la comuna	63
Figura 15: Pregunta 5 encuesta a la comuna	65
Figura 16: Pregunta 5 de la encuesta a la comuna.....	66
Figura 17: Encuesta de los turistas Chigüilpe	68
Figura 18: Pregunta 1 Encuesta a los turistas.....	69
Figura 19: Pregunta 2 encuesta a los turistas.....	70
Figura 20: Pregunta 3 encuestas a los turistas	71
Figura 21: Pregunta 4 encuesta a los turistas.....	72
Figura 22: Pregunta 6 de las encuestas a los turistas.....	73
Figura 23: Río Otongo.....	76
Figura 24: Río Mapalí	77
Figura 25: Museo Etnográfico Tsáchila	78
Figura 26: Celebración Kasama	79
Figura 27: Utensilios Tsáchilas	80
Figura 28: El achiote	82
Figura 29: Recolección del achiote	83
Figura 30: Trayecto Terminal Sto Dgo-Comuna Chigüilpe.....	85
Figura 31: Logo de la página.....	88

1 CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Según Montesinos (2016) “el turismo gastronómico es una actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar” (p. 8). La comuna Chigüilpe es una de las siete comunas tsáchilas del cantón Santo Domingo (Chigüilpe, Búa, Los Naranjos, Otongo, Mapalí, y el Poste) su nombre es debido a que en la zona pasa uno de los ríos más representativos de la ciudad el río Chigüilpe, cuenta con una extensión de territorio de 1300 hectáreas donde habitan alrededor de 350 personas. Geográficamente está ubicada al sur de la ciudad en el kilómetro siete de la vía a Quevedo en el punto de tres parroquias una urbana la Santo Domingo y las dos rurales El Esfuerzo y Luz de América.

La primera fuente de ingresos para la comuna es el turismo seguido de la agricultura, los más jóvenes de la comuna son quienes lideran y motivan al turismo, con la finalidad de integrar la etnia y preservar la cultura además que sirve como un ingreso y sustento económico para la comunidad.

Las rutas gastronómicas se conforman como un elemento clave para el desarrollo cultural, social y económico de la comuna Chigüilpe, facilitando la diversificación de los ingresos pudiéndose observar varias problemáticas en la comunidad. Organización Mundial del Turismo (OMT 2015)

La comuna Chigüilpe no tiene rutas turísticas que sean favorables, por esa razón son poco conocidas y no son tan concurridas por turistas, por lo que se está perdiendo las costumbres ancestrales tanto gastronómicas como culturales, no existen recorridos con su debida publicidad, además se percibe mala organización y planificación. Mujica (2002) señala la carencia de supervisión por parte de las autoridades trayendo como afectación el crecimiento desordenado e impactos negativos al destino, las autoridades a cargo del sector no tienen la responsabilidad de proteger, difundir y preservar el patrimonio gastronómico.

Se puede apreciar con facilidad que los platos propios de la comunidad en donde se destaca el achiote¹ como ingrediente culinario no se aprovecha en su totalidad; se evidencia la ausencia de estudios sobre ingredientes tradicionales de la localidad perdiendo la identidad culinaria, ya que el achiote es un producto endémico de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y el más utilizado en la comunidad tsáchilas.

Finalmente, no existe industria gastronómica con relación a este ingrediente, que fortalezca el desarrollo de este producto, debido a que estas comunidades están más relacionadas con actividades primarias.

Estos problemas llevan a la pérdida de identidad de la comuna puesto que las generaciones actuales olvidan la riqueza cultural que poseen y no la ven como un recurso económico encaminado del turismo gastronómico que con buena organización y canalizando ideas puede ser aplicada dentro de la misma comunidad convirtiéndose en un potencial

¹ Achiote es El achiote es una planta arborescente que crece en México, América Central y en las zonas cálidas andinas que limitan con la Amazonia. El mismo nombre se les ha dado a sus semillas, que son lo que realmente nos interesa a los foodies. También conocidas como: bixa orellana, achiotl, urucú, annatto, bija, bijol, rocú, roncón y onoto (Mercado Flotante, 2022, párr. 2).

atractivo por su cultura y por su gastronomía siendo de interés para otras ciudades y países rescatando las costumbres ancestrales.

Por lo anterior, se considera urgente y necesario un diseño de una ruta gastronómica en el pueblo indígena Tsáchilas Comuna Chigüilpe basado en su producto endémico el achiote debido a que la comuna debe preservar la cultura demostrando prácticas religiosas, costumbres u hábitos ancestrales, instaurando el producto endémico el achiote como un atractivo turístico y conservación de la comida tradicional permitiendo el reflejo de las raíces de la comuna que conquistarán a los turistas tanto nacionales como internacionales.

Propuesta de investigación

¿Cómo la descripción de las costumbres y tradiciones ancestrales del achiote de la “Comuna Chigüilpe” Tsáchila contribuirá al turismo gastronómico?

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Describir las costumbres y tradiciones ancestrales relacionadas al achiote en la “Comuna Chigüilpe” Tsáchila para su revalorización en el turismo gastronómico de la zona.

1.2.2 Específicos

- Identificar las costumbres y tradiciones ancestrales a través de la observación de campo y consulta de fuentes bibliográficas.
- Determinar los objetos culinarios ancestrales a través de la observación de campo y consulta documental.
- Diseñar una ruta turística etno-gastronómica mediante la información analizada de las costumbres y tradiciones ancestrales de la “Comuna Chigüilpe” Tsáchila.

1.3. Justificación

1.2.3 Justificación Teórica

En el presente trabajo de investigación se justifica el desarrollo desde la parte teórica, ya que, se pretende aprovechar todo el referencial teórico mediante el contenido en: libros, revistas especializadas, artículos científicos en (Scopus, Taylor&Francis, Springer), investigaciones, documentos, páginas web, y todo material referente al tema con el propósito que sirva como base adecuada para su debida fundamentación del presente trabajo investigativo.

1.2.4 Justificación Metodológica

Lo referente a la parte metodológica se justificará en el presente trabajo, en el que se pretenderá aplicar el tipo y nivel de la investigación con un enfoque cualitativo en base al método inductivo, con un nivel descriptivo, diseño no experimental, técnicas e instrumentos como las encuestas y entrevistas, mediante cuestionarios y la observación, herramientas como el ArcGis pro y Google Maps, todos estos tendientes a recopilar información pertinente, consistente, y suficiente para que los resultados que obtengamos sean los más creíbles y verificables posibles.

1.2.5 Justificación Práctica

En base a la problemática antes ya mencionada, el propósito de este trabajo es el Estudio de las costumbres y tradiciones ancestrales del achiote (Bixa Orellana) en la Comuna Tsáchila como aporte al turismo gastronómico, mediante la aplicación de estrategias y cómo este nos ayuda en la elaboración de platos en la cocina tradicional rescatando el patrimonio cultural de la comuna

y así ayudar en el crecimiento económico y social perseverando las tradiciones ancestrales convirtiéndose en el centro de atracción para los turistas.

Por esta razón la ruta iniciará al entrar al bosque primario ya que este es un reserva donde están cultivadas diferentes plantas incluido el producto local que vamos a destacar el achiote (Bixa Orellana), seguido a otra parada, el turismo vivencial en el cual dan a conocer y comparten los rituales y vivencias ancestrales, en este punto destacaremos como se han elaborado diferentes platos y como se han seguido conservando, seguimos al turismo agro-frutal aquí se destaca el tema artesanal y terminamos en el bosque primario, sirviendo de ayuda tanto a la comunicad en su crecimiento económico con a los habitantes de Santo Domingo.

2 CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (2019) “... el turismo percibe las acciones que ejecutan las personas en distintos ambientes durante sus viajes y estancias, por un lapso de tiempo próximo a un año, con fines de descanso o por negocios” (p. 46). Independientemente del destino el turismo propicia un incremento de la actividad económica debido al desplazamiento y a todas las acciones que proporcionan momentos de relajación y diversión al participante.

El turismo como un movimiento de individuos de forma espontánea y temporal constituye solo una parte de toda la experiencia vivida a lo largo de los distintos momentos.

Para Panosso (2007) el turismo es una experiencia que se construye en el momento de ser turista y las impresiones internas de esa acción no se forman sólo con el desplazamiento o con el viaje, sino también son vividas en los momentos que anticipan y que prosiguen después que el turista ha emprendido su viaje.

2.1.2 Gastronomía

La gastronomía comprende un gran conjunto de platos típicos de una localidad que además abarca bebidas, tradiciones, procesos de producción y cocción, personas con diferentes estilos de vida que se definen alrededor de la gastronomía (Torres, 2018).

Dentro de la relación entre las personas y la alimentación Gutiérrez (2012) manifiesta que:

La gastronomía se enfoca en explorar la interacción entre la cultura y la alimentación, y no se limita exclusivamente al acto de cocinar y disfrutar de platos en una mesa. Aunque se tiende a

pensar de manera equivocada que gastronomía es sinónimo de cocina, esta disciplina abarca muchos otros aspectos. Ser un chef no siempre implica ser un experto en gastronomía, ya que esta área de estudio se ocupa de múltiples elementos culturales que giran en torno a la comida (p.6).

De acuerdo con Mejía et al. (2014) es una ciencia que cada día se va modificando en diferentes formas una de ellas la elaboración de alimentos mediante comprobaciones e iniciativas de gastrónomos, de igual manera también es un arte que produce experiencias y muestra significados estéticos con la finalidad de alimentar a la humanidad y a la misma vez proveer nuevas experiencias sensoriales.

2.1.3 La gastronomía y el turismo

En la antigüedad el desplazamiento de los individuos hacia un lugar diferente al de su refugio tenía el propósito de compartir alimentos; a partir de ese momento la gastronomía ha sido un factor relevante en la motivación de las personas para viajar. Hoy en día, se hace referencia al turismo gastronómico cuando se habla de esta actividad (Villacís et al., 2018).

Según Díaz (2010), la gastronomía es patrimonio en cualquier sociedad y mediante esta se reafirma el reconocimiento de las costumbres y tradiciones de una comunidad. Es innegable la estrecha conexión que existe entre el turismo y la gastronomía. Mientras el turismo refiere una actividad primariamente económica, la gastronomía es parte de la cultura y por tanto no puede ser considerada como un producto clásico sino como un recurso renovable que debe mantener su esencia.

El turismo gastronómico considera al turista que no consume alimentos y bebidas para sobrevivir, sino que viaja para consumir en cuerpo y almas experiencias. Los viajeros se interesan

cada vez más en el conocimiento de todo lo relacionado con la cultura gastronómica de los lugares que visitan, por tanto, las diferentes administraciones privadas y entidades públicas deberían considerar a la gastronomía como un elemento clave en la promoción y comercialización de sus áreas territoriales (López-Guzmán & Sánchez, 2012).

El progreso de la gastronomía contribuye al fortalecimiento de la comunidad, al recuperar sus valores tradicionales y realzar su cultura, al mismo tiempo que fomenta el crecimiento de otros sectores. Este tipo de turismo es en sí mismo un canal de comercialización para la exportación de productos agrícolas y agroindustriales locales pues a partir del contacto del turista con los productos de la zona, éste los conoce y demanda, ya sea en el sitio o en su lugar de origen (Instituto Distrital de Turismo, 2020). La gastronomía se caracteriza por ser un recurso fundamental para desarrollar un destino.

2.1.4 Turismo gastronómico

El turismo gastronómico es nombrado mediante una combinación de turismo culinario y turismo de alimentos y bebidas.

Según la Organización Mundial del Turismo (2019):

El turismo gastronómico es una modalidad turística en la que la experiencia del viajero se relaciona principalmente con la gastronomía, los productos y actividades relacionadas con ella. Además de disfrutar de auténticas y tradicionales experiencias gastronómicas, el turismo gastronómico puede incluir otras actividades como visitas a productores locales, participación en festivales culinarios y asistencia a clases de cocina (p. 45).

El turismo gastronómico es descrito como una actividad realizada por el turista que compra, curiosear o consume productos típicos de una localidad particular, además, ayuda en su elaboración y genera la utilización regular de los recursos agrícolas provenientes de la zona local. Algunos turistas realizan las actividades turísticas en zonas rurales, creadas para brindar espacios recreativos, encaminada a grupos de personas cuya estimulación es la reunión con el medio ambiente natural y que está relacionada con la organización social de la comunidad (Vega et al., 2018).

Hall (2016) indica que: El turismo gastronómico ayuda al desarrollo económico sociocultural de las zonas agrícolas mediante el consumo y la comercialización de productos elaborados localmente mitigando así el empobrecimiento y el éxodo rural, a través de actividades turísticas complementándose con la preservación de la cultura.

Según la Organización Mundial del Turismo (2019) indica que:

Turismo gastronómico constituye una oportunidad de fomentar el desarrollo económico local y luchar contra la despoblación, tratando de involucrar en el desarrollo de muchas capas sociales, el amplio espectro del turismo gastronómico lo convierte en un aliado de la inclusión social, con el potencial de empoderar económicamente a grupos vulnerables tales como mujeres, jóvenes o comunidades indígenas (p. 6).

Esta una nueva opción de aventura, no solo dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, sino más bien está enfocado a personas dispuestas a experimentar una nueva aventura culinaria. Los productos alimenticios típicos, así como los platos y las recetas tradicionales de un destino, son la expresión de la historia, la religión, el recorrido social y político de una región. Conocerlos y degustarlos significa acercarse a un determinado contexto social y cultural, posiblemente muy diferente a la rutina de cada uno. No obstante, si para un turista es importante la cultura de un destino también lo es la gastronomía (Hernández Mogollón et al., 2015).

2.1.5 Gastronomía Típica

En el Ecuador la fusión de platos a consecuencia del mestizaje permitió el nacimiento de nuevos platos de sal y de dulce. “La influencia de las culturas antiguas existentes, la influencia del Tahuantinsuyo, la colonización de los españoles, la llegada de los esclavos africanos traídos por los españoles, desde los mercaderes del Caribe hasta las costas litorales” (Villagómez, 2010, p. 8). Han dado origen a una vasta influencia cultural que se refleja claramente en la gastronomía ecuatoriana.

“La amplia variedad gastronómica en nuestro país se debe a la presencia de cuatro microclimas diferentes, los cuales se ven reflejados en cada territorio y ofrecen una gran diversidad de opciones culinarias, otorgando una gran diversidad de alternativas culinarias y un estilo de vida único en cada región” (Villagómez, 2010, p.7).

La gastronomía tradicional se beneficia de las condiciones geográficas, gracias a la presencia de varios microclimas que permiten la existencia de una gran diversidad de ingredientes en diferentes épocas del año. Esto facilita que los turistas puedan disfrutar de platos típicos durante todo el año.

De acuerdo con González et al. (2017) La gastronomía típica se refiere a las comidas, bebidas y postres que se preparan con frecuencia en regiones específicas de un territorio, mediante recetas que han sido transmitidas de generación en generación sin sufrir cambios significativos. Estas especialidades culinarias se caracterizan por presentar particularidades únicas en cuanto a su color, aroma, sabor, presentación y hasta la forma en que se consumen, lo que las hace destacar y diferenciarse de otras comidas.

2.1.6 Identidad Gastronómica

La identidad se refiere a la sensación individual de cada persona en cuanto a su pertenencia a determinados grupos sociales con los que se identifica debido a sus tradiciones, creencias religiosas, políticas, costumbres, vestimenta o formas de alimentación. “Es común que en la vida social exista una diferencia entre la imagen que una persona tiene de sí misma y la forma en que es percibida por los demás. En este sentido, es esta última percepción la que finalmente determina la identidad de la persona en el contexto de sus relaciones sociales” (Unigarro, 2010, p.49).

La recuperación de la memoria culinaria es crucial para preservar la identidad cultural y gastronómica de las comunidades. Las investigaciones que recuperan la comida típica como expresiones culturales contribuyen a valorar la riqueza de una población y a que sus miembros conozcan su pasado, que es la base para construir su futuro.

Según Harrington (2012) citado en (Vásquez, 2016) “La idea de Identidad Gastronómica describe cómo los ingredientes utilizados en la cocina son influenciados por el entorno (geografía y clima) y la cultura (historia e influencias étnicas)., sabores y texturas que se mantienen en la comida a lo largo del tiempo.”

La identidad gastronómica se refiere a los alimentos y productos alimentarios preparados por una persona o comunidad de acuerdo a sus recetas, prácticas y conocimientos, que se distinguen por sus propias texturas y sabores derivados del uso de ingredientes autóctonos. Estos alimentos se convierten en una tradición para las personas que habitan en una localidad o región, y su preparación se transmite de generación en generación (Vásquez, 2016).

2.1.7 Experiencia Turística

De acuerdo con Toapanta (2017) La vivencia turística abarca la serie de sensaciones físicas, sensoriales, espirituales e intelectuales que cada viajero experimenta de manera individual y en momentos diversos, pudiendo calificarlas como gratificantes o desagradables, y que otorgan a un destino la capacidad de convertirse en un atractivo turístico.

La oportunidad de experimentar estas vivencias únicas relacionadas con la gastronomía está transformando los planes y paquetes turísticos, lo que a su vez contribuye al desarrollo y la promoción de un territorio. Al respecto, Carballo et al. (2015) afirma que “La experiencia turística se relaciona con la perspectiva de cada individuo respecto al mundo, y esta perspectiva está influenciada por su posición relativa a la sociedad a la que pertenece” (p. 4).

2.1.8 Experiencia gastronómica

Según Jiménez (2019) la conexión entre turismo y gastronomía se refleja en la experiencia de lugares que ofrecen un patrimonio gastronómico de alta calidad. La visita a un destino destacado o de moda no solo brinda una experiencia placentera, sino que también refuerza aspectos como el reconocimiento y el deseo de atraer la atención de los demás. Las expectativas culinarias pueden influir significativamente en la elección del destino turístico.

De acuerdo con Jaramillo (2018) en todas las industrias, la satisfacción del cliente es crucial para el éxito, y en el turismo, la creación de experiencias gastronómicas aumenta el valor percibido por el usuario y reduce la presión asociada a la innovación, al permitir la inclusión de otras variables que pueden mejorar la oferta turística. Además, la satisfacción del turista proporciona información clave para la industria turística.

En los últimos años, la gastronomía se ha convertido en un elemento clave dentro de la oferta turística, lo que ha motivado a una mayor diversificación y renovación en las técnicas culinarias y en el uso de ingredientes locales. Se ha puesto un énfasis especial en recuperar recetas tradicionales que han sido transmitidas de generación en generación a través del lenguaje, con el objetivo de ofrecer una experiencia gastronómica innovadora y auténtica a los turistas. Torres et al. (2017) afirman “La gastronomía se está consolidando como un elemento clave para el progreso del

turismo, ya que descubrir y saborear los platillos propios de una región se considera una experiencia que combina aspectos culturales y sensoriales” (p. 5).

2.1.9 Ruta gastronómica

Barrera (2015) indica que: las rutas alimentarias como un conjunto de destinos turísticos diseñados en torno a la cadena alimentaria, desde la producción agrícola hasta la elaboración del plato, que ofrecen al turista la oportunidad de explorar y disfrutar de las actividades tradicionales y culturales asociadas al producto o alimento en cuestión. Estas rutas se convierten en un atractivo turístico que permite al visitante conocer la cadena de valor del alimento y disfrutar de una experiencia sensorial y cultural única.

Montesinos (2016) menciona que: “La ruta gastronómica es una dimensión territorial y estructural específica que conecta destinos, productos, atracciones, servicios y actividades con el objetivo de preservar de manera saludable y sostenible el patrimonio gastronómico cultural.” (p. 108). Las rutas gastronómicas son una estrategia efectiva para fomentar el turismo y la gastronomía de una región o localidad, lo que a su vez contribuye al desarrollo económico y fortalecimiento de las comunidades locales. Además, estas rutas permiten mejorar la infraestructura turística para que los visitantes puedan involucrarse con la cultura local, conocer sus problemáticas y valorar la riqueza del patrimonio cultural. Asimismo, las rutas gastronómicas promueven la elaboración y promoción de platillos tradicionales con productos endémicos, muchos de los cuales son desconocidos fuera de la región.

2.1.10 Ecuador como destino turístico

En los últimos años, Ecuador ha emergido como un destino turístico de gran importancia en Latinoamérica, gracias a su vasto patrimonio cultural, su singular gastronomía, sus parques naturales y sus prósperas ciudades comerciales. Esto ha provocado un aumento significativo en la cantidad de visitantes en los últimos años, convirtiendo al turismo en un eje fundamental para la reactivación económica, la creación de empleo, la inversión local e internacional, el desarrollo de infraestructura y, sobre todo, como una fuente importante de divisas para el país (López-Guzmán et al., 2016).

Para desarrollar la gastronomía ecuatoriana como parte del patrimonio cultural inmaterial de sus diferentes regiones, se requiere una estrategia que se base en la identidad local, promoviendo la integración del patrimonio natural y cultural del territorio, con un enfoque en la sustentabilidad y una conjunción del desarrollo económico, social, cultural e identitario (Vega et al., 2018).

Según Revista Líderes (2019), Ecuador cuenta con una amplia variedad de destinos turísticos gracias a su diversidad y riqueza cultural, incluyendo una gastronomía variada que destaca por la sabiduría ancestral de los pueblos indígenas. Estos pueblos han adoptado medidas de producción amigables con el medio ambiente para preservar la calidad de sus productos y mantener su identidad culinaria. Por esta razón, la gastronomía ecuatoriana se ha convertido en un aspecto cultural muy valorado por los turistas que visitan el país.

2.1.11 Turismo y Gastronomía en la Provincia de Santo Domingo

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en Ecuador tiene su nombre por el pueblo indígena Tsáchila, también conocidos como los Colorados, quienes habitan en siete comunas: Colorados del Búa, Cóngoma, Poste, Chigüilpe, Otongo Mapalí, Peripa y Naranjo. Los Tsáchila tienen su propio gobernador y su idioma es el Tsáfiqui, perteneciente a la familia lingüística barbacona, que significa "verdadera palabra".

La provincia se destaca por ser una zona ganadera y agrícola rodeada de bosques tropicales, ríos y cascadas, lo que la convierte en un lugar ideal para el turismo de aventura y deportes extremos.

Uno de los mayores atractivos de la provincia son sus ríos, que brindan oportunidades para realizar actividades turísticas de aventura como rafting, canyoning, tubing y kayak. Esta última actividad se ha vuelto muy popular, especialmente en las cascadas. Las comunidades de Alluriquín y El Esfuerzo son ideales para los amantes de la aventura, ya que en la primera se pueden encontrar 9 cascadas imponentes y en la segunda, 7 saltos de agua.

Estos lugares cuentan con guías profesionales y especializados que brindan el equipo y la seguridad necesaria para vivir al máximo estas experiencias.

La Comuna Colorados del Búa es otra opción turística que ofrece centros culturales para realizar actividades como caminatas por senderos ecológicos y descubrir el bosque sagrado de la etnia Tsáchila, lo que permite conocer de cerca la magia de esta cultura.

Lugares Turísticos en Santo Domingo

- **Alluriquín:** Es conocida como Tierra Dulce por su fama en la elaboración de dulces artesanales (como melcochas, maní y panela) y aguardiente.
- **Comuna Congoma:** Es un lugar singular debido a la gran variedad de pájaros que habitan en ella, lo que la convierte en un atractivo destino turístico para escuchar sus melodías.
- **Valle Hermoso:** Es una comunidad rural en el cantón Santo Domingo, con alrededor de 10,000 habitantes y una altitud de 307 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura promedio de 25°C.
- **Bosque Protector La Perla:** Es uno de los bosques más importantes de la zona, gracias a su rica biodiversidad de flora y fauna. Está ubicado a 40 km de Santo Domingo de los Tsáchilas y abarca alrededor de 250 hectáreas de bosque.
- **Comuna Peripa:** Es un lugar sagrado donde solían bautizar a los Pone (chamanes) y se le conoce como Santuario.
- **Ruta de las cascadas y monos aulladores de Alluriquín:** Se trata de un recorrido comunal que atraviesa 7 cascadas y un bosque primario, donde se puede realizar observación guiada de monos aulladores en la zona.
- **Zoológico La Isla del Tapir:** Se inició como un sitio de rescate de animales, pero se ha convertido en un zoológico con diversas especies.

- **Balneario Las Pirámides:** Su característica más destacada es una roca con la forma de un mono en su río. Se encuentra en la parroquia Julio Moreno.

- **Malecón San Gabriel de Baba:** Un espacio recreativo que ofrece actividades en contacto con la naturaleza y la oportunidad de probar la gastronomía tradicional de la zona.

- **Balneario Las Vegas:** Es un balneario natural con puentes colgantes.

- **Parque acuático El Pulpo:** Un balneario que cuenta con el tobogán más grande de Ecuador.

Los integrantes de la comunidad Tsáchila solamente festejan una festividad conocida como *Kasama*. En el idioma *tsafiqui* «Kasa» significa nuevo y «ma» día, entonces Kasama es el inicio de un nuevo día o nuevo año.

Para los Tsáchilas, la festividad de Kasama, que coincide siempre con el sábado de Gloria en la tradición católica, tiene un significado mucho más profundo que simplemente la celebración del inicio de un nuevo año, como lo es para los occidentales Velasteguí (2018).

En el pasado, esta festividad se utilizaba como una oportunidad para solicitar la mano de una joven, y durante la celebración, los músicos de marimba deleitaban a los asistentes con su música, se bebían bebidas especiales y se organizaban peleas.

En la actualidad, se llevan a cabo espectáculos de baile, teatro y música, así como competiciones tradicionales de la cultura indígena. También se realizan demostraciones de habilidades en caza y pesca.

Durante la época colonial, esta región era considerada parte de la Provincia de Yumbos debido a la presencia de los nativos que habitaban en la zona. En la actualidad, los nativos viven en comunidades y ofrecen experiencias para los turistas que se relacionan con su estilo de vida comunitario. La región también es conocida popularmente como Santo Domingo de los Colorados debido a la comunidad indígena Tsáchila que pinta su cabello de un tono rojizo-anaranjado. Velastegui (2018).

En Santo Domingo de los Tsáchilas, no existe un plato típico distintivo que lo identifique. Su oferta gastronómica y su identidad son variadas, al igual que su gente. La mezcla cultural y la sazón de los inmigrantes de diversas regiones, como Manabí, Loja, Esmeraldas y Colombia, que se establecieron en la provincia a partir de 1970, han dado lugar a platillos como el desayuno y la bandera Tsáchila, los chinchulines con verde, las parrilladas con yuca y los maduros asados con queso rallado y sal prieta, que satisfacen los paladares más exigentes.

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas debe su nombre al pueblo Tsáchila, una etnia antigua de la zona que tiene características culturales especiales que la hacen única en el Ecuador. Su mayor atractivo es la naturaleza, ya que está llena de una rica biodiversidad, que abarca una variedad de ecosistemas y una gran cantidad de especies endémicas en la zona. (Díaz R. & Vargas M., 2010).

En cuanto a su economía, la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se dedica principalmente a la agricultura, cultivando productos como café, palma africana, abacá, cacao, tubérculos, maíz y flores tropicales. Además, también destaca en la ganadería y el turismo como actividades económicas importantes.

2.1.12 Comuna *Chigüilpe*

La Comuna Chigüilpe, una de las siete comunas tsáchilas del cantón Santo Domingo, se extiende sobre unas 1.300 hectáreas y es el hogar de unas 350 personas, repartidas en unas 100 familias aproximadamente. (Díaz R. & Vargas M., 2010).

Ubicada en el suroeste de la ciudad de Santo Domingo, la Comuna Chigüilpe se encuentra en la intersección de tres parroquias: la parroquia urbana Santo Domingo, y las parroquias rurales de El Esfuerzo y Luz de América. Está ubicada en el kilómetro 7 de la vía Quevedo, a unos 30 minutos en coche del centro poblado. La comuna recibe su nombre del río Chigüilpe, uno de los ríos más importantes de la zona, que atraviesa la zona donde se ubica.

Con el objetivo de regular el turismo y aumentar la supervisión, la ciudad se ha organizado en diversos Centros Turísticos que suelen estar agrupados por categorías familiares. Pero, “Varios negocios han tenido que cerrar por diferentes motivos, siendo la falta de financiamiento y el escaso apoyo gubernamental para promocionarlos los factores más relevantes” (Calazón Agustín, 2020).

Luego de realizar entrevistas con los líderes de la comunidad, se ha concluido que los cinco Centros Turísticos más dinámicos en la Comuna Chigüilpe, para febrero de 2020, son los siguientes.: el Centro Turístico *Mushily*, el Museo Etnográfico Tsáchila “*Wapilú*”, el Centro Turístico Tsáchila *Ka-Ti Luli*, el Centro Cultural Etnográfico de Ecoturismo *Seke Sonachun*; y, el Centro Cultural Turístico Botánico Uni-Shu.

Indudablemente, lo que distingue a la Comuna Chigüilpe de otros pueblos tsáchilas es su conjunto de Centros Turísticos que se han convertido en los más sobresalientes de la provincia. Esto se debe al enfoque innovador que han adoptado para dar a conocer su historia, sus creencias y su riqueza cultural. En consecuencia, se describirán los distintos enfoques de cada emprendimiento, así como su oferta turística (Calazación A., 2022).

Basándonos en las estadísticas de visitantes que recibe a diario, el Centro Turístico *Mushily* es el más concurrido y, por ende, el más popular entre los demás de la comuna. Abraham Calazación, líder comunitario y responsable de este proyecto, ha explicado en una entrevista que su objetivo principal es mantener viva la cultura para las futuras generaciones, y que la lucha por sacar adelante el proyecto turístico tiene precisamente esa finalidad. Para él, la integración de todos en el turismo "es una oportunidad para preservar la cultura, valorar el territorio, la identidad, el idioma; y gracias al turismo se ha combatido la contaminación" (Calazación, 2022, p. 5).

2.1.13 Gastronomía típica de Santo Domingo

La gastronomía tradicional de la provincia tiene una relación directa con la migración que ha ocurrido en la zona, por lo que no hay platos típicos exclusivos o representativos de la región. Sin embargo, hay algunas exquisiteces culinarias de esta área del país que comparten su cultura con otras partes de la nación (Velasquí, 2018).

Los asados son un plato muy destacado en esta provincia y se pueden encontrar en diferentes lugares a lo largo de la misma. Por lo general, se trata de asados de carne de res y cerdo que se sirven con arroz, plátano verde asado y menestra de lentejas o frijoles. También es muy popular en la región el jugo de caña, que se suele servir con panela y limón.

Durante una visita a las comunidades Tsáchilas, es posible degustar platos típicos de estas comunidades, como el maito de trucha con hoja de banano. Este plato se sirve de manera tradicional, al igual que en la región amazónica, acompañado de yuca, plátano verde asado, encurtidos y arroz (Velasquí, 2018).

La provincia está profundamente arraigada en su pasado indígena, lo que se refleja en su cultura y tradiciones. Aún hoy en día, al visitar las comunidades Tsáchilas, es posible observar estas tradiciones y ritos ancestrales, como la ceremonia de las "limpias". Esta ceremonia de bienvenida es realizada por un sabio o brujo de la comunidad, quien, a través de cánticos, bailes y rituales mágicos, recibe a los visitantes. Además, en estas comunidades se puede disfrutar de música y danzas nativas que acompañan las actividades cotidianas de los Tsáchilas.

2.1.14 Platos típicos de Santo Domingo de los Tsáchilas

- **La parrillada:** es una comida que destaca por ser rica en nutrientes, especialmente en proteínas de alta calidad, vitaminas y minerales, al ser preparada con carne de res.
- **La bandera:** es el plato típico más representativo de la provincia, y consiste en servir ceviche de camarón con concha, acompañado de pescado y guatita.
- **La chicha de chonta y maduro:** es una bebida alcohólica fermentada elaborada con la pulpa de los frutos de la chonta, conocidos como chontaduros (Calazacón A., 2022).

2.1.15 Utensilios culinarios

Los pueblos indígenas de Santo Domingo son conocidos como "colorados" debido al uso del achiote en su cabeza. El achiote tiene una gran importancia en las comunidades, ya que las plantaciones de achiote que rodean las aldeas se utilizan como ejemplo para explicar la adaptación de las personas al entorno. Se dice que las personas son como las semillas de achiote

que "viven en una cápsula buscando un terreno favorable", lo que demuestra la adaptación al medio ambiente" (Velastegui, H. 2016).

Para los colorados, el achiote en la cabeza es un símbolo de vigor y energía, así como una forma de protección contra diversas enfermedades. Los colorados lograron evitar la conquista española debido a que se encontraban en la selva, donde era difícil para los españoles llegar. En el siglo XVIII, se inició la explotación del caucho, y los afroecuatorianos eran abusados por los colorados debido a que estos últimos conocían muy bien la zona y las diferentes variedades de plantas, incluyendo el caucho. Los colorados tienen una estrecha relación con los Cayapas, ya que comparten un dialecto similar y ambos grupos comprenden el español debido a su contacto con los españoles (Calazacón A., 2022).

Los colorados de Santo Domingo poseen una artesanía única que forma parte de su vida diaria y que incluye una variedad de utensilios, entre los cuales se pueden destacar:

- **Tabla de madera**

Tabla de madera y palo para moler verde y secarlo para sus diferentes consumos.



Figura 1: Tabla de madera

Fuente: Comuna Chigüilpe

- **Piedras para moler maíz**



Figura 2: Piedras de moler maíz
Fuente: Aldea Colorada “KASAMA

- **Badeas**



Figura 3: Badeas coloradas
Fuente: Aldea Colorada “KASAMA

- **Trampa para pescar**



Figura 4: Trampa de pescar
Fuente: Aldea Colorada “KASAMA ”

- **Ollas de barro**



Figura 5: Ollas de barro

Fuente: Aldea Colorada "KASAMA"

- **Plato de barro**

Se utiliza un plato de barro para producir humo y ahuyentar a los malos espíritus, lo cual es acompañado por un canto shamánico.



Figura 6: Plato de barro
Fuente: Hijos De La Selva

- **Olla de aluminio**

Olla en donde se hace el nepi o ayahuasca



Figura 7: Olla de aluminio
Fuente: Hijos De La Selva

- **Cocina Tsáchila**



Figura 8: Cocina Tsáchila
Fuente: Aldea Colorada “KASAMA”

- **Badea para agua**

Badea en la que se recolectaba la fruta o se llevaba agua del río



Figura 9: Badeas para el agua
Fuente: Comuna Chigüilpe

2.1.15.1 El achiote

El achiote es un árbol que se desarrolla en México, América Central y en las zonas andinas cálidas que colindan con la Amazonía. Sin embargo, lo que resulta más atractivo para los amantes de la comida son las semillas de la planta, conocidas como achiote, bixa orellana, achiotl, urucú, annatto, bija, bijol, rocú, roncón y onoto (Esponda, 2017).

Desde el siglo 20, el achiote se ha convertido en un fruto emblemático para la nacionalidad y se utiliza para hacer una pasta con la que los hombres se pintan el cabello. Según la historia que maneja la nacionalidad, el achiote tiene una conexión ancestral con los Tsáchilas. Los historiadores de la nacionalidad relatan que los ancestros de los sanadores les habían recomendado protegerse con achiote, lo que dio inicio a su uso y a la relación especial que los Tsáchilas tienen con este fruto (Esponda, 2017).

En la comunidad, los árboles de achiote son considerados sagrados debido a la importancia de su fruto y su flor, que son objeto de gran respeto. La cosecha de los granos se realiza según se necesite para elaborar una pasta que se utiliza como pigmento para el cabello de los hombres y para realizar líneas corporales en toda la población (Esponda, 2017).

“En la comuna Cóngoma, se lleva a cabo la recolección del achiote, el cual es luego colocado en una bandeja de madera de forma profunda, donde es triturado hasta convertirse en una pasta. Esta pasta es utilizada en el proceso de pintado del cabello de los hombres” (Calazación A., 2022).

Los tsáchilas aplican la pasta de achiote en su cabello de forma manual, realizando un peinado distintivo que los identifica. En la comuna Chigüilpe, se ofrece información turística

acerca de la cosecha y uso del achiote, así como la conexión ancestral que los tsáchilas mantienen con esta planta sagrada. La flor del achiote también tiene un valor cultural importante para esta nacionalidad, ya que cada florecimiento del árbol es considerado una señal para la preparación de la cosecha, que es esperada con gran entusiasmo.

2.1.15.2 Usos tradicionales

Se utiliza la hoja del achiote como cataplasma para aliviar el dolor de cabeza, y una decocción de la hoja se utiliza como gárgaras para tratar problemas de garganta. Además, la pulpa del achiote se utiliza tradicionalmente como remedio para quemaduras, previniendo la formación de ampollas y llagas. Por otro lado, la semilla del achiote se utiliza como antídoto para el envenenamiento por *Manihot esculenta*, también conocida como yuca, yuca brava, yuca amarga o yuca agria (Calazacón A., 2022).

Los curanderos de la Amazonía y las comunidades indígenas emplean el achiote en sus prácticas culturales, utilizando la pintura extraída de las semillas en la fontanela de los bebés. También mezclan esta pintura con la resina de "*caucho-masha*" (*Sapium marmieri*) para protegerlos del susto y los espíritus del bosque y de los ríos (Calazacón A., 2022).

2.1.15.3 Propiedades del achiote

Los habitantes originarios de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas han sabido aprovechar las bondades del achiote, convirtiéndolo en un ícono tanto cultural como gastronómico.

- El achiote es rico en antioxidantes como carotenoides, terpenoides y flavonoides, los cuales tienen la capacidad de neutralizar moléculas dañinas en el cuerpo, lo que ayuda a prevenir el envejecimiento y a combatir los radicales libres.

- Tiene propiedades hipoglucemiantes, lo que lo hace ideal para reducir los niveles de azúcar en sangre en ayunas. Además, su consumo puede reforzar la glucosa en personas con diabetes, evitando complicaciones relacionadas con la enfermedad.
- No solo es rico en fibra, sino que también se utiliza como un remedio digestivo natural que alivia los dolores y ardor estomacal, mejorando así la digestión.
- El achiote es una rica fuente de vitamina A, lo que ayuda a mantener un sistema inmunológico saludable.
- El achiote posee propiedades antibacterianas que lo convierten en un potente antimicrobiano, capaz de prevenir diversas enfermedades, incluyendo la gonorrea y las infecciones bacterianas de transmisión sexual (Calazacón A., 2022).

En ese contexto, el achiote desempeña el papel de un símbolo distintivo de esta zona, al ser un factor importante en el progreso social, cultural, gastronómico y patrimonial de la región. Esto brinda una gran oportunidad para organizar eventos que realcen su valor y relevancia.

2.1.15.4 El achiote: símbolo de vida para los Tsáchila

"Los indígenas utilizan las semillas de este árbol sagrado para teñir su cabello, ya que sus antepasados descubrieron que eran un remedio eficaz para tratar el brote de viruela que se presentó durante el intercambio cultural con otras sociedades." (Calazacón A., 2022).

Los tsáchilas utilizan el achiote para peinarse, utilizando una corona de algodón llamada *mishili* que simboliza la paz. Los hombres de la comunidad aplican una pasta hecha con achiote, grasa y semillas para teñir su cabello de un color rojo intenso. Para la comuna Tsáchila, el achiote

es un árbol sagrado cuyas semillas se han transmitido de generación en generación y son utilizadas para este propósito (Carranza, 2017).

El achiote, conocido como 'mu' en la lengua *tsafiki*, es una parte fundamental de la identidad cultural Tsáchila, y se considera una medicina muy valiosa. Según la leyenda, hace 400 años, cuando los tsáchilas tuvieron su primer contacto con otras culturas y comenzaron a intercambiar bienes, surgió un brote de fiebre amarilla y viruela que causó la muerte de muchas personas. Fue entonces cuando tres chamanes realizaron un ritual con ayahuasca para encontrar una cura, y descubrieron que el achiote era la respuesta para detener la propagación de la enfermedad. Desde entonces, el achiote se ha utilizado como una medicina potencial para los tsáchilas y forma parte importante de su cultura (Calazacón A., 2022).

Hace 400 años, durante el encuentro de los tsáchilas con otras culturas, hubo un brote de fiebre amarilla y viruela que causó la muerte de muchas personas. Según la leyenda, tres chamanes realizaron un ritual con la bebida de ayahuasca y recibieron una revelación de sus ancestros, quienes les indicaron que debían pintarse con achiote para protegerse de esas enfermedades. Los tres sabios convocaron a las familias y untaron con el achiote de pies a cabeza a todos, por lo que fueron conocidos como los "colorados". Abraham Calazacón, dirigente Tsáchila, afirma que el achiote protegió a sus ancestros y recuerda la historia contada por sus antepasados. Después de realizar el ritual, la cura comenzó y las enfermedades que estaban acabando con las familias desaparecieron (Calazacón A., 2022).

Abraham Calazacón explica que, en aquellos tiempos, los tsáchilas llevaban el cabello largo como los otavaleños y durante el ritual, lo cortaron dejando solo una sección similar a la forma de

la cáscara del achiote. Desde entonces, la cabellera pintada se convirtió en un símbolo de vida para su cultura (Calazacón A., 2022).

Las mujeres Tsáchilas no usan el achiote en el cabello, ya que lo utilizan de manera diferente. En su caso, utilizan el achiote como un símbolo rojo en la frente, que se llama *mui'shika*. Además, se pintan las piernas con huito, un pigmento vegetal negro que se extrae de la selva y que es conocido como malí (Calazacón A., 2022).

2.2 Marco Legal

La comuna Chigüilpe al igual que otras comunas tienen derecho a ser tratadas por igual con las mismas oportunidades, libertades y oportunidad sin discriminación en raza o etnia, por esta razón este artículo es importante porque nos expresa que todos gozan de los mismos derechos, siendo de vital importancia para el crecimiento en la sociedad sin perjudicar a nadie.

Las personas tienen el derecho de acceder y participar en el espacio público como un lugar para deliberar, intercambiar culturas, fomentar la cohesión social y promover la igualdad en la diversidad. Este derecho a difundir expresiones culturales en el espacio público se ejerce sin restricciones más allá de las establecidas por la ley, en conformidad con los principios constitucionales (Constitución de la República del Ecuador, 2008, Cultura y Ciencia, Art. 23, p. 4).

Los Tsáchilas pueden expresar su creatividad, de manera digna sosteniendo su cultura y costumbres tanto artísticas como ancestrales que benefician la permanencia de los derechos morales y patrimoniales de la comuna Chigüilpe.

2.2.1 Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025

El ser humano se ha sujeto a lo largo de su vida como eje de los derechos sin discriminación alguna, celebrando la diversidad por esa razón el plan de creación de oportunidades, ayuda a la comuna a ser valorada en sus condiciones propias sin violencia ni racismo, motivo por el cual fue de vital importancia mencionarlo en este presente trabajo de investigación la importancia de garantizar los derechos en grupos de atención prioritaria.

El Plan de Creación de Oportunidades 2021-20225, está formado por cinco ejes programáticos: económico. Social, seguridad, integral, transición ecológica e institucional, además posee una relación con el proyecto de investigación en especial el Objetivo 2: Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas, con la política 2,3 “Fomentar la preservación, identificación y salvaguardia del patrimonio cultural material e inmaterial, conocimientos heredados, perspectivas de la vida y prácticas culturales” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Plan de Creación de Oportunidades, 2021, p. 13).

Este proceso garantiza un estado garante de derechos a lo largo del ciclo de vida dando énfasis e importancia en las personas de atención prioritaria conversando su cultura y costumbres ancestrales.

2.2.2 Objetivos de Desarrollo Sostenible

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, junto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establece un marco mundial para acabar con la pobreza extrema, combatir la desigualdad y la injusticia y solucionar el cambio climático.



Figura 10Objetivos de Desarrollo Sostenible

El turismo puede ser un medio para lograr diversos objetivos, ya sea directa o indirectamente, y ha sido identificado como una forma de alcanzar algunas de las metas de los objetivos 8, 12 y 14. Estos objetivos se relacionan con el crecimiento económico sostenible e inclusivo, la producción y el consumo sostenibles, y la utilización sostenible de los recursos marinos y oceánicos (UNWTO, 2015).

Actualmente, el turismo culinario se ha convertido en un factor relevante para el progreso sostenible de los destinos turísticos y, por lo tanto, para mejorar la contribución general del turismo a los ODS. Esto se aplica a áreas como el desarrollo rural, el crecimiento económico, la generación de empleo y la promoción del consumo y la producción responsables (UNWTO, 2019).

3 CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Descripción del área de estudio/Grupo de estudio

Santo Domingo de los Tsáchilas es una de las 24 provincias que integran la República del Ecuador, ubicada al centro norte del país, en la zona territorial conocida como Región Interandina o Sierra, en los lados externos de la cordillera occidental de los Andes. Evidenciando a su capital administrativa es la ciudad de Santo Domingo, la cual además es su ciudad más grande y poblada. Domina un territorio de unos 4.180 km², destacándose como la décima novena provincia del país por extensión. Sus limitación son al norte y este la provincia de Pichincha, al sureste la provincia de Cotopaxi por el sur con la provincia de Los Ríos, al oeste con las provincias Manabí, y al noroeste con Esmeraldas (UNESCO, 2013).

Es uno de los más significativos centros dependientes, económicos, financieros y comerciales del Ecuador. Las acciones primordiales de la provincia son el comercio, la ganadería, la manufactura y la agronomía.

Las presentes estimulaciones y tendencias de los turistas tanto nacionales como extranjeros están dadas en actuales experiencias, mediante vivencias y el aprendizaje de nuevas culturas específicamente en sectores rurales, en base al trigésimo tercer gabinete que se realizó en la ciudad de Santo Domingo, el Ministerio de Turismo del Ecuador, mediante un video mostro diversos atractivos turísticos de la provincia, en el que se dio a conocer los llamativos más productivos tanto naturales como gastronómicos (MINTUR, 2020).

Haciendo referencia a lo anterior Santo Domingo es un potencial económico importante ya que es completo con sus ríos y atractivos naturales únicos, que captan la atención de visitantes tanto nacionales como internacionales, por otra parte los circuitos gastronómicos son conocidos por publicaciones, en lo cual expone que estos circuitos se realiza una descripción textual y visual de lo que constituye dicho circuito destacando elaboraciones propias de la localidad, las cuales son reconocidas por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2020) el cual buscó posicionar los tesoros naturales y culturales del país en la cual hacen referencia a los colores, texturas y sonidos destacables del Ecuador.

Considerando la campaña del MITUR se puede confirmar que el apoyo de propagación turística está disponible, es decir que existe el material audiovisual incorporado en un blog o página web, asociada con el esparcimiento de un circuito turístico gastronómico, en este caso de la provincia de Santo Domingo de la comuna Chigüilpe, el cual ayudará al crecimiento de la producción gastronómica.

3.2 Tipo de investigación

3.2.1 Investigación Cualitativa

Con la finalidad de examinar como los turistas perciben y experimentan la gastronomía típica del Cantón Santo Domingo se utilizó la investigación cualitativa con alcance descriptivo que ayuda a medir el nivel de satisfacción de su experiencia y a recopilar información para describir dicho fenómeno y elaborar la ruta gastronómica con la información obtenida. “la investigación cualitativa se centra en la comprensión de los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su entorno natural y en relación con el contexto” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, p. 390).

3.2.2 Investigación Cuantitativa

El enfoque cuantitativo está establecido en las obras: Auguste Comte y Émile Durkheim en la que se reflexiona que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se realiza en base a un proceso deductivo utilizando la medición numérica y el análisis estadístico, se comprueban hipótesis expresadas. Esta perspectiva está vinculada a las prácticas y principios del positivismo y las ciencias naturales (Hernández , Fernández , & Baptista , 2014, p. 4).

En el presente trabajo de investigación aplicare el enfoque cuantitativo que me ayudará a medir el nivel de aceptación de la ruta gastronómica en la comunidad Chigüilpe, para tener un idea clara y precisa de cómo se ejecutará y beneficiará a la comunidad.

3.2.3 Investigación de campo

El trabajo investigativo se realizará en el lugar donde se produce el problema investigado en la comuna Chigüilpe Tsáchilas, ubicando una ruta gastronómica y en contacto directo con los individuos relacionados con el objeto de estudio que son los actores principales. “la investigación de campo busca recopilar y organizar de manera sistemática la información relacionada con el tema seleccionado como objeto de estudio” (Baena, 2014, p. 12).

3.2.4 Investigación documental

Se obtuvieron antecedentes investigativos y la recopilación de información relacionada con el tema de investigación de libros, tesis de pregrado, maestría y doctorado; artículos científicos de revistas indexadas; de la base de datos de la Universidad Técnica de Norte;

Google Scholar; repositorios digitales universitarios... que posteriormente fueron organizados y categorizados en el gestor bibliográfico Mendeley y Thesaurus de la UNESCO para la búsqueda de palabras claves. La investigación documental consiste en la revisión minuciosa y el análisis crítico de diversas fuentes documentales con el propósito de identificar información precisa y

pertinente que permita responder a una pregunta o resolver un problema en particular (Baena, 2014, p. 12).

Así mismo, la información obtenida se utilizó para contrastar los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada a los visitantes del cantón y de la entrevista efectuada a los dueños de los establecimientos de comida tradicional son mencionados en relación con su propiedad, pero no en un contexto de predicción.

3.2.5 Diseño de investigación

Principalmente es un estudio fenomenológico que pertenece a la investigación de tipo cualitativo donde se pretende identificar la diversidad gastronómica basada en el achiote del Cantón Santo Domingo, como una experiencia que aporte al turismo gastronómico desde la observación del fenómeno antes descrito. “El fenómeno que se pretende estudiar se identifica y puede ser de diversa índole, abarcando la amplia gama de experiencias humanas (enfermedades, procesos, catástrofes, situaciones cotidianas, entre otros). En ocasiones, el propósito de la investigación cualitativa es descubrir el significado que un fenómeno tiene para varias personas” (p. 560).

“Una investigación cualitativa puede involucrar componentes de múltiples diseños de investigación” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, p. 569). Está es una de las características principales de la investigación cualitativa hacer uso de una gran variedad de caminos para encontrar la respuesta al fenómeno investigado. Del mismo modo, la investigación es de corte transversal al recolectar los datos en un único espacio de tiempo para describir las variables, evaluar la situación actual de un fenómeno, evento o situación problemática que afecta a un sector o contexto determinado (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

3.3 Métodos de investigación

3.3.1 Método inductivo

Al ser una investigación cualitativa se hizo uso del método inductivo que se encuentra orientado a la observación de fenómenos particulares que faciliten la generalización de los resultados encontrados en otros contextos (Cabezas et al., 2018). Al utilizar otras investigaciones similares como referentes a la aplicada en la comuna Chigüilpe Tsáchila del cantón de Santo Domingo se busca generalizar el apoyo que le significaría al sector turístico un mayor grado de atención a la elaboración, venta y difusión de la gastronomía típica basado en el achiote.

3.3.2 Técnicas e instrumentos de investigación

Se utilizaron técnicas de tipo cualitativo para la recolección de la información como la entrevista semiestructurada guiada por un esquema de tabla y preguntas que podían ser reforzadas por el entrevistado a través de observaciones adicionales. La guía de entrevista se aplicó para identificar la gastronomía tradicional basada en el achiote a la comuna Chigüilpe como aporte al turismo gastronómico del cantón Santo Domingo de los Colorados.

Grados y Sánchez (2007) conceptualizan a la entrevista como una forma de comunicación orientada a la recopilación de información de las partes involucradas, misma que generalmente está bien planeada y acompañada o no según el caso de una guía de preguntas.

La encuesta como una técnica de investigación cuantitativa utilizada en un primer momento de la investigación (exploratorio) acompañada de un cuestionario dirigido a los turistas que visitan el lugar para conseguir datos que permitieron cuantificar su percepción en relación con la experiencia que les generó degustar la gastronomía.

Finalmente, el análisis documental para obtener información pertinente dirigida a buscar respuestas para las preguntas que guían la investigación y para el análisis y discusión de los resultados.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

Es un grupo de personas que se encuentran identificadas por ciertas características particulares para quienes serán dirigidas las conclusiones y recomendaciones la investigación (Arias, 2012). Para la comuna Chigüilpe Tsáchila se entrevistó a las personas que integran la comuna y a los supervisores a cargo de que se lleve el turismo en esta zona, a Diana Aguavil Calazacón Gobernadora de la Nacionalidad Tsáchilas periodo 2018 – 2022 y al líder del Centro Turístico *Mushily* Abraham Calazacón.

Para el caso de las variables sobre el turismo gastronómico y la experiencia del turista, se tomó en cuenta el registro de visitantes a la comuna Chigüilpe Tsáchila, según su Directiva Comunitaria al año serían alrededor de 4 000 turistas entre nacionales y extranjeros (Revista Líderes, 2018).

3.5 Muestra

“La muestra representativa se refiere a un grupo de tamaño y características similares al conjunto que se está estudiando, y que permite hacer inferencias o generalizaciones sobre los resultados obtenidos al resto de la población, con un margen de error establecido.” (Arias, 2012, p. 83).

Para definir la muestra a la que se le aplicará tanto la encuesta serán los miembros de la comuna Chigüilpe, la entrevista se la realizara a la Gobernadora Diana Aguavil Calazacón y líder de la comuna Abraham Calazacón y así mismo los turistas que acuden a esta comunidad, respectivamente para cada encuesta.

La muestra probabilística ha sido seleccionada en base a que, según varios autores, la principal ventaja de escoger esta estrategia de muestreo es que "... puede medirse la magnitud del error en nuestras predicciones" (Hernández-Sampieri, R. & Mendoza C., 2018, p. 202). En el libro además se menciona que la estrategia busca reducir al mínimo este error, al que se le denomina "error estándar".

Una vez planteados estos lineamientos a seguir, se procedió a realizar el cálculo del tamaño de muestra apropiado, en base a la cantidad de personas que pertenecen a la Comuna Chigüilpe (350), esto a partir de la fórmula que se desarrolla a continuación; y, cuya autoría se le atribuye a (Richard Scheaffer, William Mendenhall y Lyman Ott 1986).

Tamaño de la muestra para habitantes de la Comuna Chigüilpe:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + p \cdot q \cdot z^2}$$

Donde:

n=tamaño de la muestra

z=nivel de confianza

p=probabilidad a favor

q=probabilidad en contra

N=tamaño de la población

e=error de la muestra

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,2 \cdot 0,8 \cdot 350}{0,06^2(350 - 1) + 0,2 \cdot 0,8 \cdot 1,96^2}$$

$$n \equiv \frac{215,1296}{1,2564 + 0,614656}$$

$$n = \frac{215,1296}{1,871056}$$

$$n = 114,97 \approx 115$$

Del cálculo se obtiene como resultado la cantidad de 115, esto representa el número de habitantes de la comuna Tsáchila Chigüilpe, que deberán ser encuestados. Así mismo, en base al grupo de personas que visitan anualmente la Comuna Chigüilpe que, según su Directiva Comunitaria al año serían alrededor de 4 000 turistas entre nacionales y extranjeros (Revista Líderes, 2018); se realizó el cálculo de la población a encuestar, con la misma fórmula ya mencionada. Tamaño de la muestra para turistas de la Comuna Chigüilpe.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + p \cdot q \cdot z^2}$$

Donde:

n=tamaño de la muestra

z=nivel de confianza

p=probabilidad a favor

q=probabilidad en contra

N=tamaño de la población

e=error de la muestra

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,2 \cdot 0,8 \cdot 4000}{0,06^2(4000 - 1) + 0,2 \cdot 0,8 \cdot 1,96^2}$$

$$2.458,624$$

$$n = \frac{14,3964 + 0,614656}{15,011056}$$

$$n = \frac{2.458,624}{15,011056}$$

$$n = 163,78 \approx 16$$

La encuesta deberá ser aplicada a 164 turistas que visiten la comuna. Una vez obtenidas estas dos muestras, la estructura de las encuestas tendrá como base respuestas de opción múltiple. Además, se usará la escala psicométrica desarrollada por Rensis Likert en 1932, en algunas preguntas del cuestionario donde se creyó oportuno considerando los objetivos de las interrogantes. En referencia a la escala de Likert²

3.6 Interpretación y presentación de resultados

Los resultados obtenidos de las encuestas que se realizó a los habitantes de la comuna Chigüilpe, es decir 115 encuestas para el total de 350 habitantes.

Tabla 1

Edades de los habitantes de la comuna Chigüilpe

EDAD	PERSONAS
20-29	45
30-39	28
40-49	20
50-59	18
60 y una más	4

Fuente: Encuesta a la comuna Chigüilpe

Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

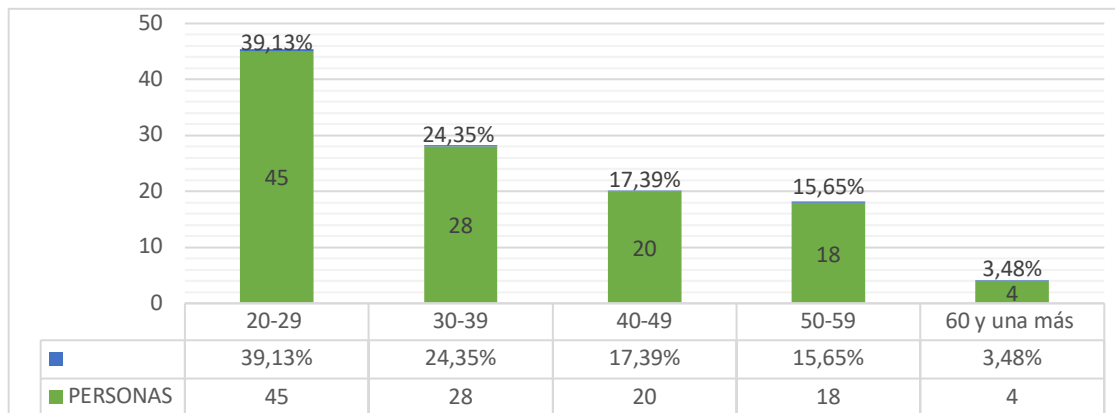


Figura 11 Edades comuna Chigüilpe

Elaborado por: Jonathan Mina, 2022

² Consiste en un conjunto de ítems en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes, cada afirmación al sujeto y se solicita que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de escala, (Hernández-Sampieri, R. & Mendoza C., 2018, p. 273).

Análisis e Interpretación

Las encuestas se aplicaron en un 60% a los adultos jóvenes de la comunidad, sumando el 39% de 20-29 años, con el 24% de los habitantes entre 30-39 años, un 17% el cual le corresponde a una edad entre 40-49 años y el 15% es entre 50-59 años, solo el 3% tiene más de 60 años, esta clasificación nos ayudó a valorar de manera clara cada respuesta de las preguntas que se emitieron en la encuesta.

1. Considera que recibir la visita de turistas en la Comuna es: (1 opción)

Tabla 2

Pregunta 1 Encuesta comuna

	20-29 años	30-39 años	40-49 años	50-59 años	60 años y más	TOTAL	
Positivo	45	25	20	14	0	104	90%
No afecta	0	3	0	4	1	8	7%
Negativo	0	0	0	0	3	3	3%

Fuente: Encuesta a la comuna Chigüilpe

Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

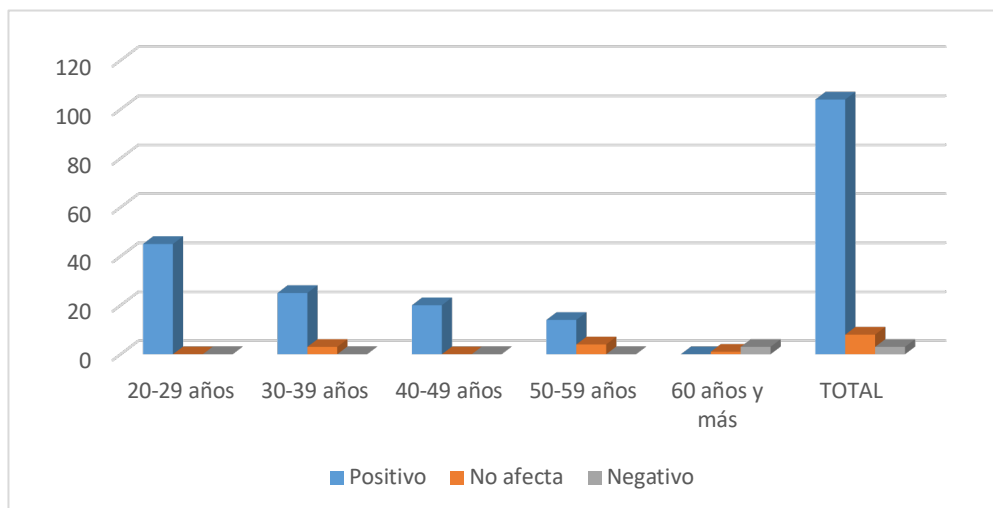


Figura 12 Visitas a la comuna Chigüilpe

Elaborado por: Jonathan Mina, 2022

Análisis e Interpretación

Del 100% de la población encuestada se puede observar que el 90% tuvo una aceptación positiva con respecto a la visita de los turistas, estando de acuerdo con los líderes de la comuna por el motivo que ellos tienen el objetivo de fomentar el turismo e incentivar en los jóvenes el valor de la cultura y que adquieran conocimientos sobre el turismo que le permita tener ingresos para sus familias, el 7% opina que no afecta en nada la comunidad y el 3% consideraron algo negativo, por lo que es importante que se mantenga el conocimiento ancestral, valorando y fortaleciendo la cultura a través del turismo y la gastronomía.

2. ¿En qué aspectos cree que intervienen las visitas turísticas a la Comuna (1 o más opciones)

Tabla 3

Pregunta 2 Encuesta comuna

	20-29 años	30-39 años	40-49 años	50-59 años	60 años y más	TOTAL	
Económico	45	19	20	14	0	98	45%
Social	6	0	7	15	3	31	14%
Cultural	33	28	15	7	4	87	40%

Fuente: Encuesta a la comuna Chigüilpe

Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

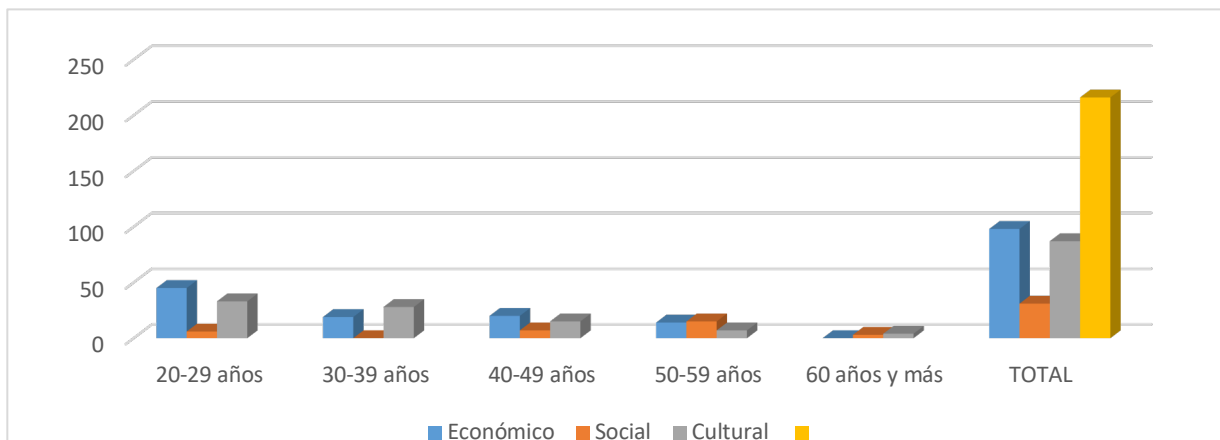


Figura 13 Pregunta 2 Encuesta comuna

Elaborado por: Jonathan Mina, 2022

Análisis e Interpretación

Del 100% de las encuestas se puede observar que el 45% opina que la visita de los turistas ayudan de manera económica en las familias, lo cual quiere decir que se benefician este aspecto con el desarrollo de actividades turísticas gastronómicas, aunque la mayor parte tuvo aceptación en lo económico, se tuvo un 14% en lo social y un 40% en lo cultural por lo que es importante reforzar esta parte, debido a que los jóvenes de la cuarta generación son los guías nativos, ellos se sienten al 100% tsáchilas de corazón y tienen mucho amor que siembran en sus familias y en la comuna, por lo que en la actualidad el turismo gastronómico es una oportunidad para la cultura, valorando la identidad, idioma y las actividades que se desarrolla.

3. ¿Cuál cree que sería el medio por el que se debería promocionar su comunidad? (1 o más opciones)

Tabla 4

Pregunta 4 Encuesta a la comunidad

	20-29 años	30-39 años	40-49 años	50-59 años	60 años y más	TOTAL	
Redes Sociales	45	26	18	17	1	107	59%
Aplicaciones móviles	10	5	0	0	0	15	8%
Medios de comunicación convencionales	18	15	10	14	3	60	33%

Fuente: Encuesta a la comuna Chigüilpe

Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

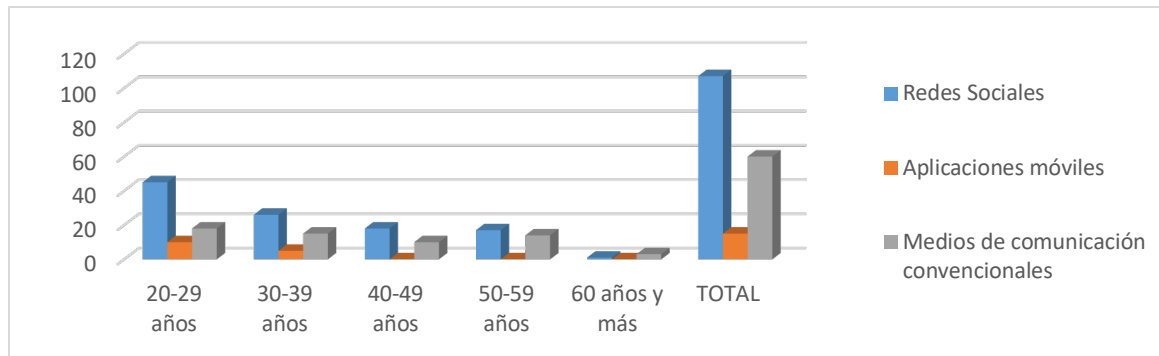


Figura 14 Pregunta 4 Encuesta de la comuna

Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados en la comunidad Chigüilpe se pudo observar que el 59% opina que la mejor manera de promocionar la comuna y el turismo es a través de las redes sociales, 33% eligió los medios de comunicación convencionales y el 8% las aplicaciones móviles, por lo que se considera favorable la inversión digital para incentivar el turismo, motivo por el cual comunidad necesita un presupuesto que permita pautar promociones dando a conocer el lado turístico gastronómico como cultural, en la actualidad no se conoce de la cultura Tsáchila ocasionando que se pierda el conocimiento cultural, es indispensable fortalecer las herramientas digitales, al igual que las capacitaciones del personal de los centros turísticos en las áreas de gastronomía.

4. ¿Considera que la Comuna ha sido apoyada de forma directa, por parte de las autoridades del Gobierno Local y Central, para el desarrollo del turismo en Chigüilpe? (1 opción)

Tabla 5

Pregunta 4 Encuesta comuna

	Sí, apoyan al turismo	No les interesa el turismo	Empeoran el turismo
20-29 años	0	45	0
30-39 años	0	28	0
40-49 años	0	16	4
50-59 años	0	16	2
60 años y más	0	3	1
TOTAL	0	108	7

Fuente: Encuesta a la comuna Chigüilpe

Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

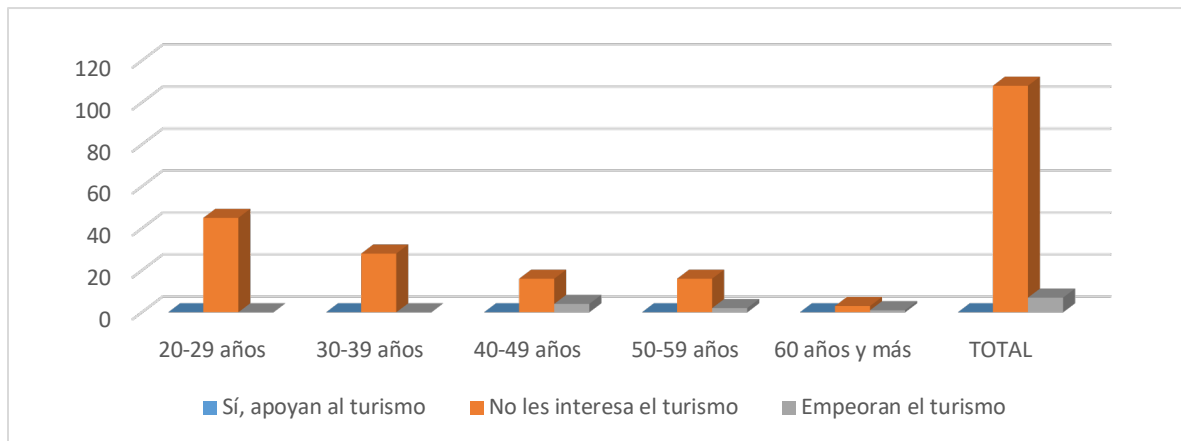


Figura 15 Pregunta 4 encuesta a la comuna

Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados en la comuna Chigüilpe se pudo observar que el 94% opino que a las autoridades no les importa el turismo y el 6% piensa que ellos lo empeoran, debido a que no

existe una postura de cumplimiento por partes de las autoridades en la comuna, ya que es lamentable, y no se dan cuenta que a través del turismo se está conservando la cultura y gastronomía de la comunidad, razón por la cual los encuestados comentaban que todos los emprendimientos que realizan son creados y diseñados por los miembros de la comunidad.

5. ¿Qué aspectos cree que se deberían promocionar de la Comuna Chigüilpe para el turismo? (1 o más opciones)

Tabla 6

Pregunta 5 encuesta a la comuna

	Cultura Tsáchila	Museos	Deportes de aventura	Gastronomía	Atractivos naturales	Shamanismo	Artesanías
20-29 años	44	24	7	23	36	30	45
30-39 años	26	12	3	13	20	16	22
40-49 años	19	13	8	15	19	20	15
50-59 años	17	8	3	17	15	18	11
60 años y más	4	4	2	3	3	4	4
TOTAL	110	61	23	71	93	88	97

Fuente: Encuesta a la comuna Chigüilpe
Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

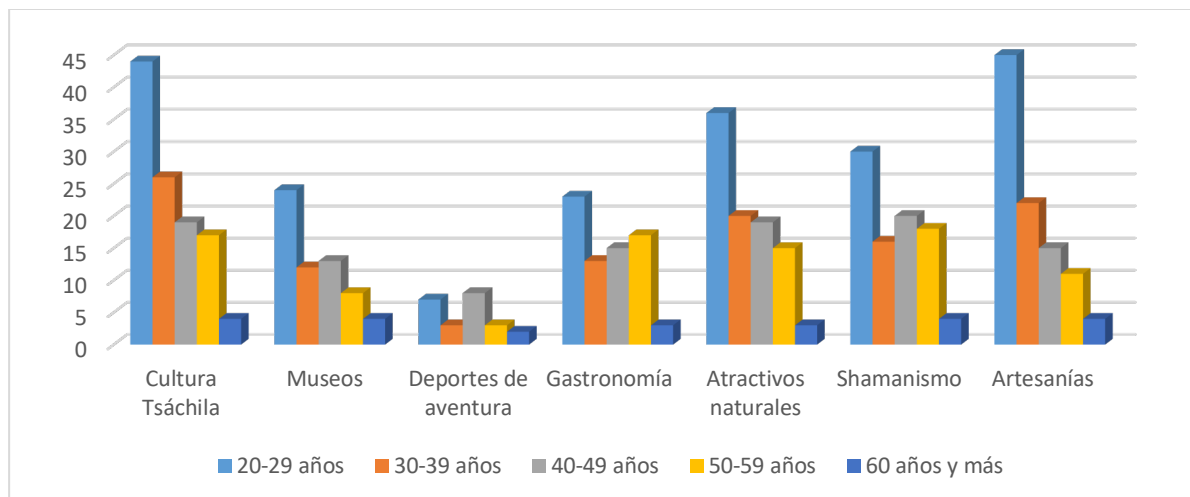


Figura 16 Pregunta 5 encuesta a la comuna
Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados en la comuna se puede observar los aspectos que deberían promocionar, el 96% la cultura Tsáchila, el 84% las artesanías, el 81% los atractivos naturales, 77% el shamanismo, el 67% la gastronomía desatándose como los principales fuentes de promoción turística, por lo que es importante potenciar estos aspectos para llamar la atención y recepción de turistas tanto internacionales como nacionales, impactando con este target, destacando el valor agregado que tienen gracias a los convenios con universidades para investigación de las plantas tanto medicinales como comestibles, por lo que es importante que se destaque e implemente un plato gastronómico con unos de sus productos ancestrales y significativos de manera cultural.

6. ¿Qué nivel de importancia considera que tiene la identificación de las características del turista que visita la Comuna? (1 opción)

Tabla 7

Pregunta 6 encuesta a la comuna

	Mucho	Poco	Nada
20-29 años	37	8	0
30-39 años	23	5	0
40-49 años	13	7	0
50-59 años	12	6	0
60 años y más	1	1	2
TOTAL	86	27	2

Fuente: Encuesta a la comuna Chigüilpe

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

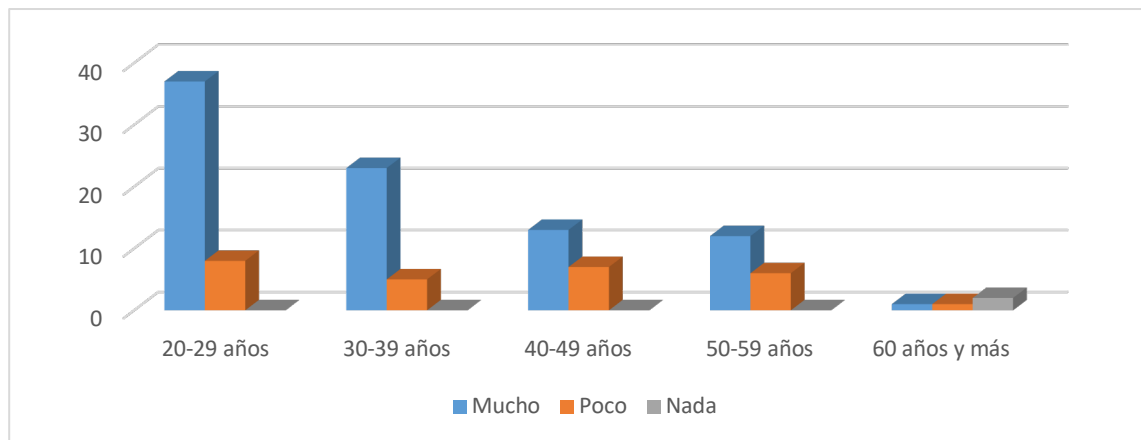


Figura 17 Pregunta 5 de la encuesta a la comuna

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados se pudo observar que el 75% de comunidad respondió que es importante conocer las características de los turistas que visitan la comuna, el 23% que es poco importante y el 2% que no es nada importante, por lo que se entendió que los integrantes de la comunidad están interesados en llevar un registro de las características de los visitantes, debido a que destacaron que se sienten beneficiados por el turismo internacional, gracias a la

intervención de varios activistas internacionales se ha podido defenderla diversidad, la cultura es más valorada por los visitantes de fuera , cabe recalcar que el turista nacional también es un apoyo pero ellos consideran que más lo tienen del turista extranjero de ecologistas, arqueólogos, antropólogos y sociólogos.

Encuesta a los turistas

El siguiente modelo de encuesta corresponde a los turistas que visitan la comuna Chigüilpe cuya muestra es de 164, frente al total poblacional estimado de 4000 turistas anuales, cabe recalcar que todas las encuestas fueron contestadas voluntariamente al igual que la encuesta de los habitantes.

Tabla 8

Encuesta a los Turistas

Lugar de Origen	Personas
Sierra	96
Costa	26
Oriente	5
Estados Unidos	16
América Latina	3
Unión Europea	18
Asia	0
TOTAL	164

Fuente: Encuesta a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

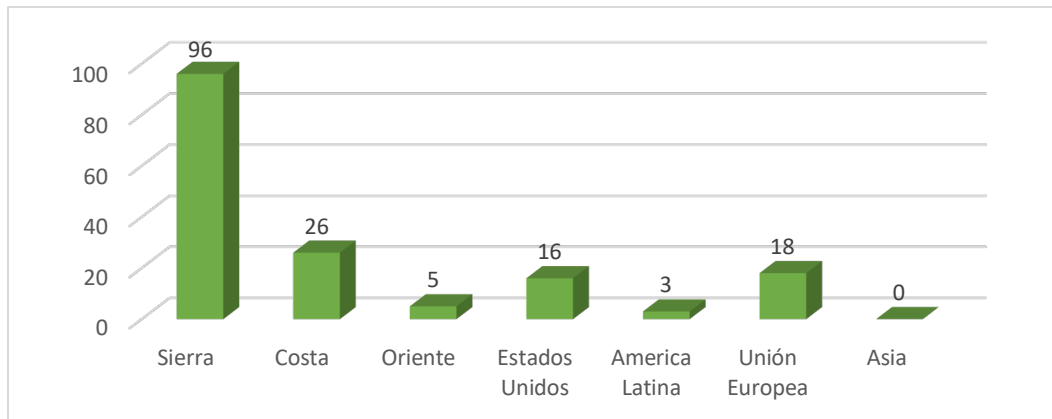


Figura 18 Encuesta de los turistas Chigüilpe
Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

Análisis e Interpretación

La información en que se basará la tabulación de las preguntas del cuestionario, corresponde al lugar de origen de los turistas, el 58% de los turistas provienen de la región sierra del país desde Quito, Latacunga y Ambato, el 16% proveniente de la costa y 3% de la Amazonia; el 9% desde Estados Unidos, el 2% de América Latina y el 11% Unión Europea, principalmente desde Italia y España, y ningún turista de Asia por lo que se pudo observar que si existe buena aceptación turista por lo cual es importante incentivar el turismo gastronómico.

1) ¿Por cuál medio se enteró de los Centros Turísticos de la Comuna Chigüilpe? (1 opción)

Tabla 9

Pregunta 1 encuesta a los turistas

	Redes sociales	Aplicaciones móviles	Medios de comunicación convencionales
Sierra (Ec)	94	0	2
Costa (Ec)	17	0	9
Oriente (Ec)	4	0	1
Estados Unidos	16	0	0
América Latina	0	3	0
Unión Europea	16	2	0
TOTAL	147	5	12

Fuente: Encuesta a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

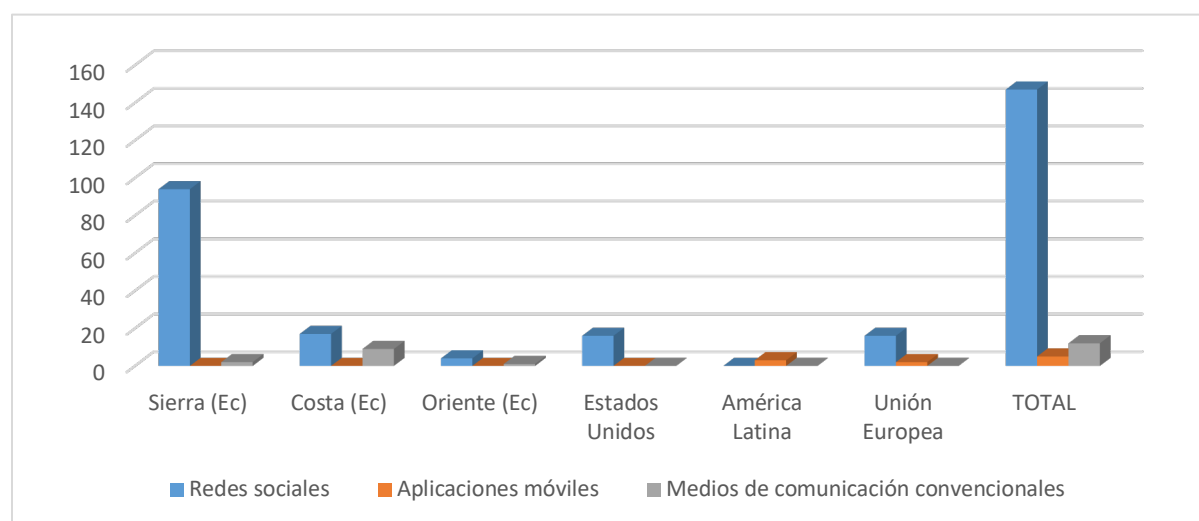


Figura 19 Pregunta 1 Encuesta a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados se pudo observar que los turistas se enteraron por medio de las redes sociales con un 89%, un 3% por aplicaciones móviles como TripAdvisor, Despegar.com, Booking, com entre otros, un 7% por medios convencionales, lo que se determina que el medio que más llama la atención a los turistas hasta la actualidad son las redes sociales, debido a que les resulta

más cómodo y accesible enterarse de las ofertas turísticas gastronómicas, por lo que es importante explotar el turismo gastronómico mediante páginas web y redes sociales que permita el acceso fácil de brindar información y tengan la intriga de conocer esta hermosa cultura.

2) ¿Qué le motivó para visitar la Comuna Chigüilpe? (1 o más opciones)

Tabla 10

Pregunta 2 de las encuestas a los turistas

	Conocer la cultura Tsáchila	Museos	Deportes de aventura	Gastronomía	Atractivos naturales	Shamanismo	Artesanías
Sierra (Ec)	73	21	17	43	88	17	65
Costa (Ec)	23	8	10	2	21	3	3
Oriente (Ec)	5	2	0	0	0	0	0
Estados Unidos	16	0	0	0	7	16	8
América Latina	3	0	0	0	0	3	0
Unión Europea	18	0	0	0	5	18	16
TOTAL	138	31	27	45	121	57	92

Fuente: Encuesta a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

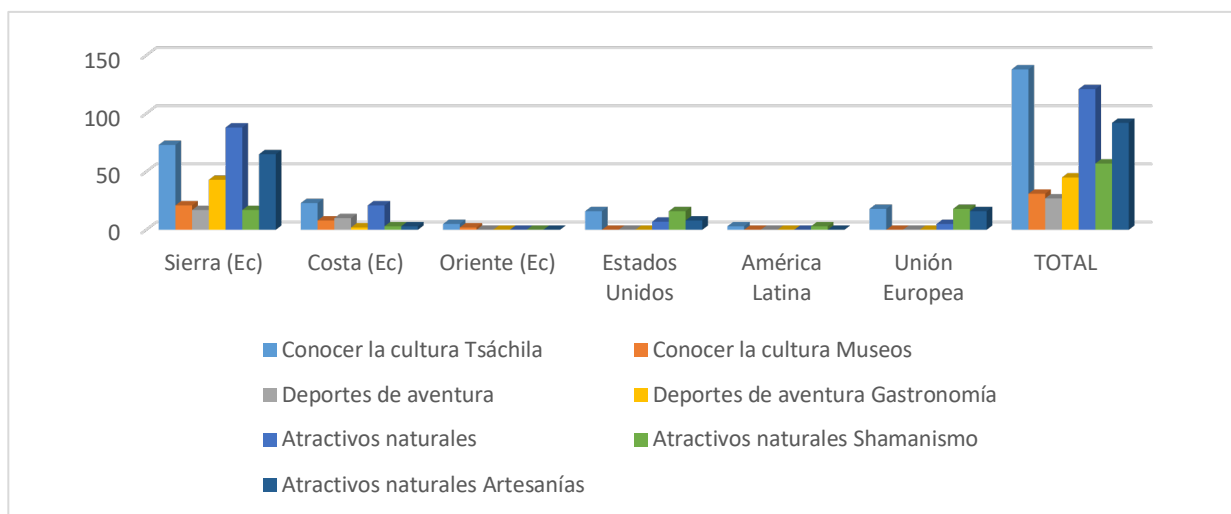


Figura 20 Pregunta 2 encuesta a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados se pudo observar con un 84% de los turistas les atrajo conocer la cultura Tsáchila, 73% por las artesanías, 35% shamanismo, 27% por la gastronomía, ya que a ellos les gusta que se les muestre la cultura, con la existencia de artesanías o paisajes naturales, involucrando en actividades culturales a los turistas haciéndolos sentir partes de ellos, cabe recalcar que incentivar con la gastronómica es un punto importante debido a que los turistas experimentan platos provenientes de la comunidad con sus ingredientes más significativos, logrando el turista completar la vivencia cultural que está teniendo.

3) ¿Qué tipo de turismo está realizando al visitar Chigüilpe? (1 opción)

Tabla 11

Pregunta 3 encuesta turistas

	Cultural	Gastronómico	De aventura y deporte
Sierra (Ec)	63	27	6
Costa (Ec)	12	9	5
Oriente (Ec)	5	0	0
Estados Unidos	9	7	0
América Latina	3	0	0
Unión Europea	14	4	0
TOTAL	106	47	11

Fuente: Encuesta a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

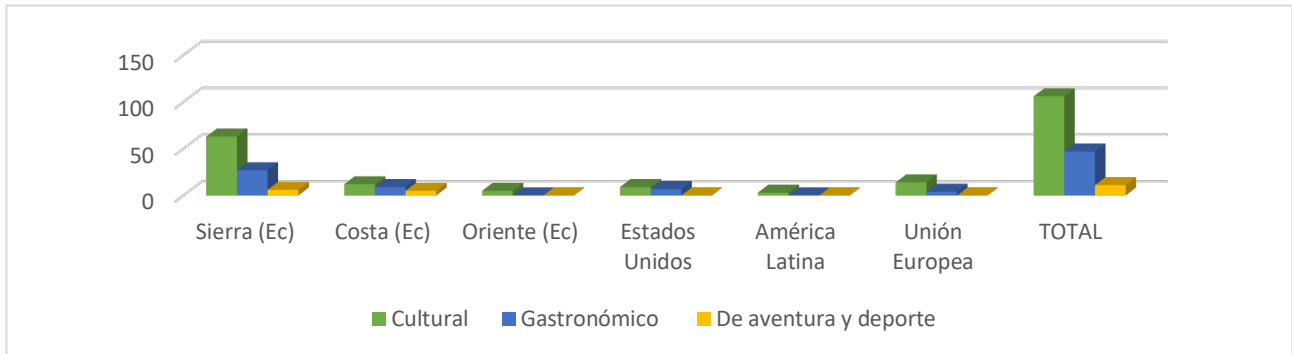


Figura 21 Pregunta 3 encuestas a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados se pudo observar que los turistas acuden a la comunidad por la cultura con un 64%, el 28% con respecto a la gastronomía y el 7% por el deporte y la aventura, por lo que se resalta que el fuerte de la comunidad Chigüilpe es el turismo gastronómico, por lo que es importante implementar más actividades en las que se incorporen estos dos aspectos para brindarle mayor satisfacción de incertidumbre y de emoción de conocer la cultura Tsáchila.

4) ¿Qué nivel de satisfacción tiene con la visita realizada a la Comuna Chigüilpe? (1 opción)

Tabla 12

Pregunta 4 encuesta a los turistas

	Alto	Medio	Bajo
Sierra (Ec)	94	0	2
Costa (Ec)	20	5	1
Oriente (Ec)	2	2	1
Estados Unidos	16	0	0
América Latina	3	0	0
Unión Europea	18	0	0
TOTAL	153	7	4

Fuente: Encuesta a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

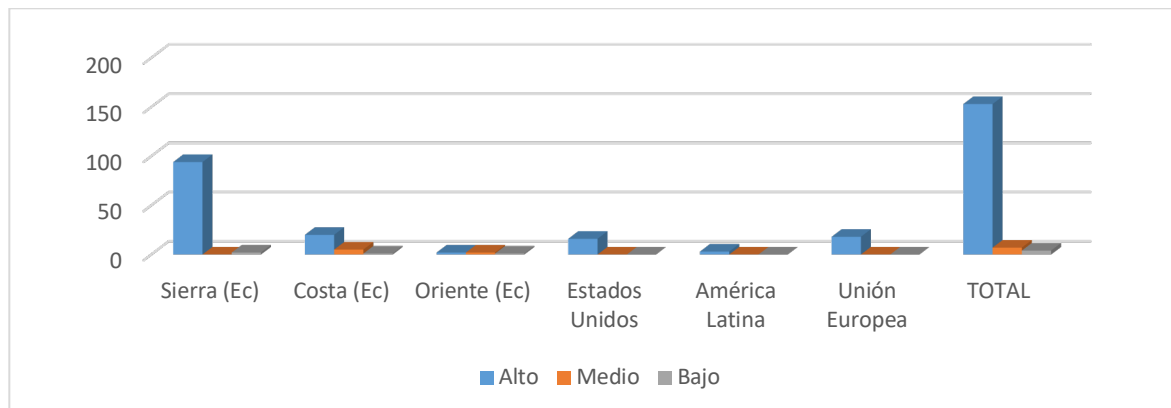


Figura 22 Pregunta 4 encuesta a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados el 93% de los turistas han sentido satisfacción en la comuna, la atención brindada fue optima, el 4% manifestó que la atención fue de nivel medio y el 2% fue baja satisfacción, debido los miembros de las familias de la comuna hacen sentir al turista que la cultura Tsáchila son personas realmente preparadas en la atención, y le ponen corazón al mostrar su cultura, manteniendo la ancestralidad y la cultura, enseñándole al turista porque es un orgullo ser un Tsáchila mediante su gastronomía y cultura.

5) ¿Acorde al nivel de satisfacción que tiene al visitar la Comuna Chigüilpe, recomendaría a alguien más que visite este lugar? (1 opción)

Tabla 13

Pregunta 6 encuesta a los turistas

	Sí	No
Sierra (Ec)	94	2
Costa (Ec)	25	1
Oriente (Ec)	4	1
Estados Unidos	16	0
América Latina	3	0
Unión Europea	18	0
TOTAL	160	4

Fuente: Encuesta a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

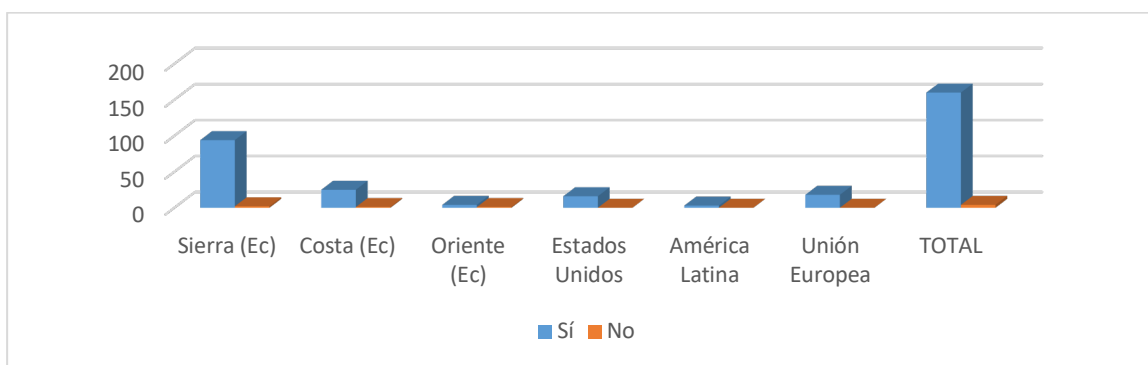


Figura 23 Pregunta 6 de las encuestas a los turistas

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

Análisis e Interpretación

Esta pregunta tiene la finalidad de conocer el nivel de satisfacción de los turistas, en base al total de las encuestas la respuesta fue afirmativa, debido a la amabilidad en todo el servicio que brinda los miembros de la comunidad, sin duda su fuerte es la atención, paisaje y comida nos narran sus historias ancestrales tramiten sus costumbres de forma extraordinaria, proporcionado una experiencia única en los turistas dejándolos con las ganas de retornare en una próxima ocasión.

3.6.1 Resultados e Interpretación de las entrevistas

Análisis e interpretación Entrevista a Abraham Calazacón, líder del Centro Turístico *Mushily*

El líder menciona que la comunidad necesita ayuda de las autoridades para que exista mayor crecimiento económico que se promocioe la cultura, debido a que los habitantes están manteniendo el corazón de la cultura ancestral por lo que es necesario que la comunidad se conozca de manera nacional e internacional siendo una comunidad de muchas atractivos naturales y ancestrales.

Entrevista a Diana Aguavil Calazacón, Gobernadora de la Nacionalidad Tsáchila, periodo 2018-2022.

En la entrevista la gobernadora menciona que es urgente la promoción turística, por lo que cada administración de la nacionalidad ha realizado el requerimiento para la promoción turística al GAD cantonal, prefectura, instituciones privadas, pues a la nacionalidad Tsáchila considerándolos íconos de la provincia, pero en atención turística les ha faltado, indicando que se necesita promocionar con fuerza en la parte turística y no solo tomen el nombre.

4 Capítulo V

4.1 Propuesta

4.1.1 Introducción

La comuna Tsáchila Chigüilpe cuenta con un atractivo patrimonio cultural inmaterial, mismo que, se acredita como un elemento de valor para la creación de una ruta turística gastronómica del achiote. Además de ello, la creación de la ruta gastronómica generará recursos necesarios para sustento de los miembros de la comuna Chigüilpe, de esta forma se lograría mantener vivas las costumbres y tradiciones de la etnia Tsáchila como legado para quienes la visitan.

4.1.2 Planteamiento de la Ruta Gastronómica

Compartir la cultura gastronómica que esconde la etnia Tsáchila, como técnicas de cocina, recursos agrícolas y pecuarios, sistemas de colaboración comunitaria, los mismos que le van a permitir al turista una interacción directa en un entorno natural. Generar principalmente una iniciativa local hacia el conocimiento y aprecio de nuestros patrimonios inmateriales, de esta manera lograr concientizar a las generaciones el valor de las riquezas culturales que las comunas Tsáchilas ofrecen, sabores y saberes como baluarte de la identidad gastronómica.

Conjuntamente a ello generar recursos para la Comuna Chigüilpe, misma que se haya comprendida dentro de la ruta gastronómica basado en el achiote, impulsando así su desarrollo, manteniendo la idea primordial de fomentar un turismo sustentable.

4.1.3 Objetivo

Impulsar el manejo de las redes sociales que muestre una ruta gastronómica basado en el achiote en la comuna Tsáchila Chigüilpe como aporte al desarrollo del turismo de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

4.2 La comuna Chigüilpe

4.2.1 Atractivos Naturales

La comuna Chigüilpe cuenta con recursos naturales como, por ejemplo:

- **Río Otongo**



Figura 24 Río Otongo
Elaborado por: Jonathan Mina,2022

A corta distancia de la zona de interés natural se encuentra el río Otongo, un amplio cuerpo de agua que ofrece oportunidades para practicar deportes acuáticos extremos gracias a su caudal y numerosos rápidos, además de ser un lugar ideal para refrescarse del clima tropical. El río también es un lugar para la pesca, ya que es común encontrar diversas especies nativas como bocachicos, guañas y viejas.

- **Río Mapalí**



Figura 25 Río Mapalí
Elaborado por: Jonathan Mina,2022

Solamente a 15 minutos de la comuna Chigüilpe se encuentra el río Mapalí, afluente que posee cálidas y calmadas aguas ideales para nadar. Los nativos lo utilizan para realizar ciertos rituales de sanación y purificación, enmarcados en la medicina ancestral, además de ello, este río es muy importante ya que provee de alimento a diferentes comunas Tsáchilas.

El río Mapalí congrega la visita de muchos turistas locales y nacionales, ya que en sus riberas se encuentran establecidos ciertos balnearios, mismos que aprovechan de las aguas cristalinas del afluente para generar ingresos mediante el turismo.

4.2.2 Otros Atractivos

La comuna Chigüilpe cuenta con un atractivo importante para los visitantes.

- **Museo etnográfico**



Figura 26 Museo Etnográfico Tsáchila
Elaborado por: Jonathan Mina,2022

La comuna Chigüilpe cuenta con un museo Etnográfico, este museo recoge costumbres y tradiciones de la etnia Tsáchila, se pueden encontrar cabañas de caña guadúa y paja toquilla, simulando la vivienda ancestral del Tsáchila. En el museo, los turistas tienen la oportunidad de observar fotografías, indumentarias auténticas de la cultura Tsáchila, utensilios de cocina, herramientas de caza y otros objetos que reflejan la identidad de esta comunidad étnica.

Los Tsáchilas es una cultura que ha sobrevivido a los cambios abruptos de la vida moderna conservando su vestimenta, los hombres van descalzos sobre la tierra, cabello untando de achiote con un corte triangular en punta hacia la frente, una de las actividades es que los turistas conozcan, como se prepara su bebida tradicional, apreciando su música hecha con el tambor y marimba.

4.2.3 Componentes gastronómicos

- Atracciones ceremoniales



Figura 27 Celebración Kasama
Elaborado por: Jonathan Mina, 2022

Dentro de la cultura Tsáchila se encuentra la fiesta del nuevo amanecer o nuevo día, misma que se denomina *Kasama*, dicha celebración congrega a las siete comunas que conforman la nacionalidad Tsáchila, la comuna anfitriona para la celebración de esta fiesta se escoge mediante acuerdos establecidos por representantes de cada una de ellas.

La celebración del *Kasama* es la ceremonia más importante dentro de la cultura Tsáchila, su celebración coincide con el *sábado de Gloria* de los católicos; en la fiesta del *Kasama* se desarrollan actividades que se encuentran orientadas para reencontrarse con sus raíces como, baños de purificación, presentación de grupos culturales, concursos autóctonos, medicina natural, juegos, bailes tradicionales y degustación gastronómica. Antiguamente, esta celebración era aprovechada para realizar el pedido de mano de una chica de la comunidad, mientras se amenizaba con música al ritmo de la marimba, se consumían bebidas tradicionales y se organizaban peleas. Relevante de planificar una visita dentro de las fechas mencionadas para poder disfrutar de este importante atractivo.

- **Actividades gastronómicas**



Figura 28 Utensilios Tsáchilas
Elaborado por: Jonathan Mina, 2022

Dentro de la comuna Chigüilpe se pueden presenciar expresiones gastronómicas endémicas como el *Malá*, bebida ancestral que se consume generalmente en la celebración del *Kasama*, además de ello, los *Mayones* que son apreciados y bastante apetecidos por los nativos, no obstante, son considerados como alimento de temporada, ya que estos animales habitan en los tallos de ciertos tipos de palmeras de ahí nace su sabor característico y solo se recolectan cuando se talan dichos árboles. La pesca no queda de lado, *bocachicos* y *guañas* son peces apreciados por los Tsáchilas para la elaboración de *Watsa paká* (Maito). Sin dejar de lado al alimento insignia de las comunas Tsáchilas, el plátano, alimento que se cosecha, pela y se cocina en agua, esta preparación ha formado parte importante dentro de la dieta de los nativos desde sus inicios, conocido como *Anoilá*.

Los Tsáchilas son buenos agricultores y esta ha sido una de las actividades más importantes, ya que, ha servido como medio de sustento, además de ello, la cría de animales de granja con el fin de ser consumidos ha enriquecido la alimentación diaria de los lugareños. Debido a esta práctica, es frecuente encontrar platos mestizos en la zona que incorporan

ingredientes como la gallina criolla, el chancho y otros productos locales, por ejemplo, secos de gallina criolla, caldos de gallina, fritada, secos de chancho, entre otros.

Los animales de caza también complementan la alimentación del nativo Tsáchila, a pesar de que en la actualidad la fauna silvestre haya mermado considerablemente, eventualmente se prepara platillos con carnes silvestres, o como los nativos las conocen, “*Carnes del monte*”, como Guantas Armadillos, Puerco Saíno, Ardillas, gallareta entre otros.

La caña de azúcar es un producto bastante cotizado, su jugo se extrae en el trapiche (Elampídeka), mismo que se utiliza como base para las bebidas o jugos, el mismo *Malá*, parte de la utilización de jugo de caña. Usualmente, para la hora del almuerzo se ofrece una bebida refrescante hecha de jugo de caña y limón.

La participación de nativos Tsáchilas dentro de la zona comercial urbana, así como su actividad en el turismo comunitario, de cierta manera ha influenciado directamente sobre su gastronomía, además de ello, el proceso de culturización ha dado lugar al desarrollo de una interesante fusión gastronómica.

Hay que recalcar en este apartado que, en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas no se encuentra claramente definido un platillo tradicional, para conocer sus raíces gastronómicas es importante referenciar que, años atrás se considera a la ciudad como un puerto terrestre, una *Ciudad de paso*, misma que, por su ubicación estratégica congregaba a personas de diferentes rincones del país, se puede decir inclusive que, la construcción gastronómica de la provincia se encuentra construida por diferentes culturas del Ecuador y del mundo.

Actualmente, al referirse a la gastronomía de la provincia se enfatiza sobre las parrilladas, ya que, se reconoce a la zona comopotencia ganadera, característica que se ha dado en función de las condiciones climáticas que presenta, altos índices de humedad para la producción de pastos de calidad.

- **Actividades agronómicas**



Figura 29 El achiote
Elaborado por: Jonathan Mina,2022

El achiote es un fruto que tiene una conexión con los tsáchilas, la cual nació por una epidemia de viruela, por lo que en cada comuna existen arboles de achiote, mu en tsafiqui (lengua nativa de los tsáchilas), su flor también es respetada en la comunidad, y la cosecha se da a medida que se necesite de los granos para elaborar una pasta, la cual servirá de pigmento para el cabello de los hombres y para realizar líneas corporales en todos los miembros de la comuna.



Figura 30 Recolección del achiote
Elaborado por: Jonathan Mina,2022

En la comuna Cóngoma se recolecta el achiote y se lo coloca en una bandeja honda de madera por lo que es un atractivo para los turistas conocer el achiote y como lo utilizan tanto para la preparación de deliciosos platos de la comuna como para el proceso del pintado de cabello, llevando a cabo la costumbre del empleo de la pintura corporal que se lo hace en la cara, en el tórax y en las extremidades, la misma que se realizara con un palo pequeño y fino de pambil o de otro árbol, la flor tiene un significado especial debido a que cada florecimiento el árbol es un aviso para la preparación de la cosecha.

4.2.4 Alojamiento

- **Alojamiento en la comuna Chigüilpe**

La comuna Chigüilpe se encuentra dentro del área rural de la provincia Tsáchila, el entorno natural es evidente, las viviendas dentro de la misma se encuentran elaboradas de madera, se maneja de manera habitual el *pambil*, *caña guadua* y *paja toquilla*.

Dentro de la comuna no existe algún tipo de alojamiento por el momento, motivo por el cual, de manera temporal, la ruta gastronómica propuesta para este desarrollo se ha planteado para un solo día.

- **Alojamiento en la ciudad de Santo Domingo**

Dentro de la ciudad de Santo Domingo se puede encontrar hoteles y hostales muy acogedores, dentro de los más conocidos se puede mencionar, Hotel Zaracay, Grand Hotel Santo Domingo y el Hotel del Toachi, por relatar los más significativos. Los precios van dependiendo de la comodidad de las habitaciones en las que se hospede, pero de manera promedio, los precios oscilan los \$30.00 por noche.

4.2.5 Infraestructura

- **Infraestructura interna de la comuna Chigüilpe**

La comunidad Chigüilpe cuenta con cobertura celular de las operadoras Claro, Movistar, CNT y Tuenti. También disponen de internet, elemento que facilita el sistema de comunicación, red eléctrica y alumbrado público. De cierta forma la comuna Chigüilpe se considera un territorio independiente y autónomo, sin jurisdicción territorial, motivo por el cual, no cuenta con ciertos servicios básicos, el agua potable es uno de ellos.

- **Infraestructura externa de la comuna Chigüilpe**

Las vías de acceso a la comuna Tsáchila se encuentran con las debidas señalizaciones, si bien es cierto, la carretera desde el Terminal Terrestre de Santo Domingo hasta el Km 7 de la Vía Quevedo donde se encuentra la entrada a la comuna es de primer orden, de allí, hasta la comuna Chigüilpe el camino es lastrado, todo el recorrido tiene una longitud de 15 Km, recorrido que dura aproximadamente 19 minutos.

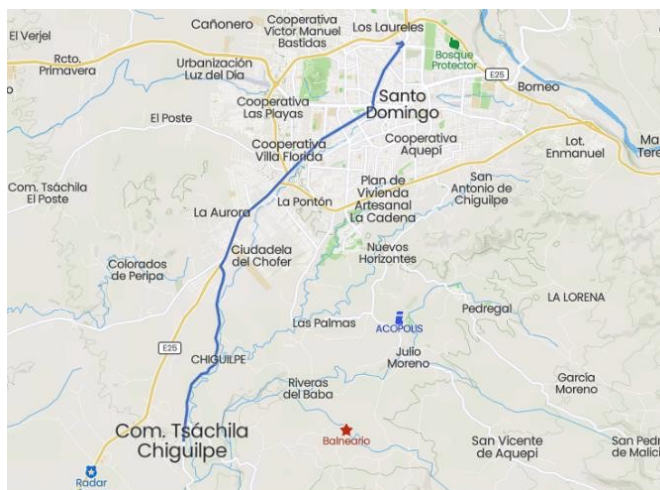


Figura 31 Trayecto Terminal Sto Dgo-Comuna Chigüilpe
Elaborado por: Jonathan Mina,2022

4.2.6 Servicio de transporte

Las alternativas son variadas, se puede llegar en carro propio, taxi y también acceder en transporte urbano, siendo esta última la más económica; a las afueras del terminal terrestre se puede tomar un bus que cubra la ruta “Vía Quevedo Km 7”, una vez allí, se camina hasta la comuna Chigüilpe, existe un recorrido de aproximadamente 2 Km, trayecto que tiene una duración de unos 30 minutos. Al tomar esta alternativa de acceso, la caminata permite disfrutar de la pureza del aire y el paisaje de la zona, inclusive brinda la posibilidad de avistar ciertas aves propias del ecosistema como los colibríes.

4.2.6.1 Equipamiento de la comuna Chigüilpe

La comuna recibe a sus visitantes con amplias áreas verdes, al ingreso dispone de un bar, donde se puede adquirir ciertos productos de abarrotes, además de ello, cuenta con un área dedicada a la venta de artesanías. Cuenta con un restaurante muy llamativo, construido dentro de la temática de vivienda Tsáchila. Para finalizar, el camino turístico comienza en la parte trasera, donde los visitantes pueden experimentar la perspectiva cultural de los Tsáchilas.

4.2.7 Itinerario y costo de la Ruta Gastronómica Chigüilpe

Tabla 14

Itinerario de la Ruta Gastronómica Chigüilpe

RUTA GASTRONÓMICA “CHIGÜILPE”					
HORA INICIO	HORA DE FIN	LUGAR	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	COSTO
8:00	N/A	Terminal Terrestre de Santo Domingo	Encuentro y Traslado	Recibimiento de los turistas en las instalaciones del Terminal Terrestre de la ciudad para el traslado a la comuna Chigüilpe.	\$4.00
8:30	9:30	Comuna Chigüilpe	Desayuno	Desayuno tradicional “Anoilá con guiso de carne”	\$3.50
10:00	12:30	Comuna Chigüilpe	Ingreso al sendero	Recorrido por diferentes áreas del sendero de la comuna Chigüilpe, “Marca del Achiote, Historia de la Etnia, Telar, Casa Tsa’chila, Casa medicinal, Centro de meditación, Práctica de caza”	\$5.00
12:30	13:30	Comuna Chigüilpe	Trapiche “Elampídeka”	Extracción de jugo de caña para la elaboración de limonada.	\$1.50
13:30	14:30	Comuna Chigüilpe	Almuerzo	Almuerzo en el restaurante de la comuna, “Maito de bocachico, arroz, menestra, patacones y limonada con jugo de caña”	\$5.00
15:00	16:00	Comuna Chigüilpe	Baño de vapor o masaje de curación	Baño de vapor tradicional Tsáchilas, “Se realiza con piedras especiales del río que se calientan en la brasa, se las coloca en un hoyo, se agregan plantas de la zona, agua y se sienta al paciente sobre este vapor” Masaje de curación. “Ideal para dolores musculares, se aplica un ungüento elaborado con plantas medicinales de la zona”	\$15.00
16:00	17:00	Comuna Chigüilpe	Danza y Baile	Danza y música en vivo tradicional de la Etnia Tsáchila. La celebración se	\$5.00

				acompañade Malá y Mayones.	
17:30	18:00	Comuna Chigüilpe	Agradecimientoy despedida	Palabras de despedida y agradecimiento a los turistas por la visita.	N/A
18:00		Comuna Chigüilpe	Salida	Finalización de la ruta gastronómica en la comuna Chigüilpe.	N/A
18:00		Comuna Chigüilpe	Salida	Finalización de la ruta gastronómica en la comuna Chigüilpe.	N/A
18:00	18:30	Comuna Chigüilpe	Traslado al Terminal Terrestre de Santo Domingo	Traslado al Terminal Terrestre de Santo Domingo desde la comuna Chigüilpe	4.00
Total					\$43.00

Elaborado por: Jonathan Miana,2022

4.2.8 Normativa de la ruta

Es de carácter obligatorio seguir los lineamientos estipulados dentro de la ruta Gastronómica, mismos que permitirán el disfrute total del recorrido.

- Respetar los tiempos dentro del itinerario
- Es importante no dañar ni siquiera cortar las plantas autóctonas de la región.
- Es fundamental no dejar basura en el camino de la ruta gastronómica.
- Debemos respetar la tranquilidad de los habitantes locales y no causarles molestias.
- Respetar las expresiones culturales de la etnia Tsáchila
- Portar ropa adecuada para hacer senderismo
- Llevar a mano un repelente contra insectos

- Por tema de pandemia, uso obligatorio de mascarillas y alcohol para desinfección de manos.

4.2.9 Elaboración de la ruta Gastronómica

4.2.9.1 Nombre de la ruta

La denominación de la ruta es “La ruta turística gastronómica Chigüilpe”

4.2.10 Canales digitales

- **URL SITE**

Dentro de la url site principalmente se describe la ruta propuesta, los itinerarios, costos y fotografías. Además de contar con información de los lugares a los que se va a visitar para que se tenga una idea de lo que abarca la Ruta Gastronómica Chigüilpe.

4.2.11 Logotipo

El logotipo que identifica la ruta gastronómica enfatiza principalmente los biomas de nuestro planeta tierra y todo lo que la madre naturaleza nos proporciona, en base a la representación gráfica de la etnia Tsáchila y la ruta gastronómica.



Figura 32 Logo de la página
Elaborado por: Jonathan Miana, 2022

4.2.12 Enlace

Por medio de este enlace promover la cultura Chigüilpe para que los turistas como los mismos habitantes de la provincia de los Tsáchilas valoren la cultura y todo lo que ella provee y conocer más del achiote que es algo representativo de la cultura.

<https://site-9898797-297-3372.mystrikingly.com/>

5 Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

En la presente investigación se planteó como objetivo general: Describir las costumbres y tradiciones ancestrales relacionadas al achiote en la “Comuna Chigüilpe” Tsáchila para su revalorización en el turismo gastronómico de la zona.

Mediante la observación y los acercamientos con la comunidad, se ha logrado determinar que la comunidad valoriza y persevera la cultura y sus tradiciones por lo que los turistas se hallan cautivados principalmente por los atractivos ancestrales de la comuna Chigüilpe; es relevante mencionar que, además de contar con elementos culturales de valor, también cuenta con atractivos naturales mismos que forman parte del paraje en donde se desarrolla la comuna.

El turismo gastronómico busca el progreso integral de todos los habitantes donde se desarrolle el proyecto turístico y así mismo generar experiencias culturales únicas en los turistas. Por eso la importancia de aplicarlo en la comuna, los objetos culinarios que se mantienen en la comunidad representan su cultura a través del turismo, gastronomía y costumbres.

En base a las encuestas y entrevistas realizadas a los representantes de la comunidad se pudo concluir, que la comunidad necesita darse a conocer de manera nacional como internacional por lo que es importante el diseño de la página web, donde se visualice la ruta gastronómica propuesta, debido a que la comunidad está en decadencia de turistas locales y extranjeros, por lo que es indispensable que se muestre los aspectos culturales, gastronómicos y ancestrales que mantiene la comunidad, impulsando el desarrollo turístico y económico.

5.2 Recomendaciones

Mantener viva la ancestralidad de su cultura, ya que la identidad misma de un pueblo nace con las expresiones culturales de una etnia, los procesos de aculturación que atraviesan las civilizaciones han ayudado de cierta forma al desarrollo de las mismas, no obstante, en estos procesos los pueblos aborígenes son absorbidos por culturas mestizas perdiendo su identidad propia.

El turismo fomenta la valoración cultural de las diferentes etnias, ya que, al ser una actividad económica, obliga de una u otra manera a mantener las expresiones culturales vivas para ser mostradas al turista. De gran importancia también a considerar, es continuar impulsado a la comuna a través de redes sociales haciéndose conocer de manera nacional como extranjera.

Fomentar la publicidad digital, actualmente, el mundo gira en torno a la tecnología, coloquialmente se dice que “si no estás en la web, no existes”. Además de ello, es importante entrelazar las comunas Tsáchilas mediante el desarrollo de una ruta turística gastronómica a manera de un proyecto ambicioso a futuro. De gran ayuda para aumentar el alcance publicitario de estas actividades turísticas sería el apoyo del Ministerio de Turismo (Mintur), sabiendo que, esta entidad gubernamental podría promocionar masivamente de manera local e internacional los atractivos que esconde no solo la etnia Tsáchila, sino, los demás pueblos ancestrales del Ecuador.

Perpetuar las expresiones culturales como símbolo identitario de la etnia Tsáchila, ya que, la tendencia turística de la actualidad se haya focalizada en generar sensaciones y emociones a los visitantes, si bien es cierto, este cometido se puede lograr mostrando la cosmovisión de los pueblos ancestrales, inmortalizándolos través del tiempo como legado para las futuras generaciones. Siendo importante referir las resoluciones de la UNESCO,

misma que enfatiza en la importancia de los conocimientos tradicionales como fuente de riqueza inmaterial y material, en particular de los pueblos autóctonos y su contribución positiva al desarrollo.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica* (Sexta edición). Editorial Episteme.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria
- Barrera E. (2015). *Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales*.
- Cabezas, E., Andrade, D. y Torres, J. (2018). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Díaz, L. (2010). *CULTURA Y GASTRONOMIA, APUESTA PARA EL DESARROLLO ECONOMICO DE CARTAGENA* [Tesis de pregrado, Universidad de Tecnológica de Bolívar]. Repositorio UTB. <http://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0062544.pdf>
- González, E. (2019). *La experiencia de cliente en el sector gastronómico* [Tesis de pregrado, Comillas Universidad Pontificia]. Repositorio universitario. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27262/TFG%20-%20Gonzalez%20Ramos%2C%20Elisa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hall M. (2016). *Rural wine and food tourism cluster and network development* . .
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta edición). Mc Graw Hill.
- Hernández-Mogollón, J., Di-Clemente, E. & López-Guzmán, T. (2015). El Turismo Gastronómico como Experiencia Cultural. El caso práctico de la Ciudad de Cáceres (España). *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, (68), 407–428. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5138997>
- Instituto Distrital de Turismo. (2020). Estudio Turismo Gastronómico en Bogotá. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

- Jaramillo, C.L. (2018). La gastronomía experiencial como oportunidad de innovación [Monografía, Universidad Católica de Pereira]. Repositorio institucional de la Universidad Católica de Pereira. <http://hdl.handle.net/10785/5882>
- Jiménez, J. (2019). *Análisis de la motivación del turismo gastronómico en el destino cultural de la ciudad de Córdoba* [Tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. Repositorio universitario. <https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/19243/2019000002023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López-Guzmán, T. & Sánchez, S. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 10(5), 575–584. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.072>
- López, T., Uribe, C., Muñoz, G., & Ríos, I. (2016). Sociodemographic profile, evaluation of attributes and level of satisfaction: Case study of gastronomy festivals in Guayaquil, Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(76), 674–692. <https://doi.org/10.31876/revista.v21i76.22155>
- Mejía López, L. S., Mejía Castillo, S. E., y Bravo Rodríguez, M. (2014). Tendencias gastronómicas: La encrucijada entre lo tradicional y lo innovador. *CULINARIA Revista Virtual Especializada En Gastronomía*, (8), 27–40. <http://www.revistaespacios.com>
- Ministerio del Ambiente. (2019). *Turismo consolidado mensual año 2019*. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Anexo-0.-13-11-19_PROY_DESTINOS_SERVICIOS.pdf
- MINTUR. (2020). *Ministerio de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/>
- Montesinos, A. (2016). *Turismo gastronómico sostenible: Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos*. (Porrua pri).

- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Organización Mundial del Turismo*. <http://www.ejido-asesores.com/conclusiones-de-la-omt-sobre-el-turismo-gastronomico/>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Organización Mundial del Turismo*. <http://www2.unwto.org/es/press-release/2019-05-02/la-creacion-de-empleo-y-el-emprendimientocobran-protagonismo-en-el-foro-mu>. La creación de empleo y el emprendimiento cobran
- Sampieri, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mac Graw Hill.
- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S., & Ruiz, P. (2011). *Introducción al Turismo*. OMT Organización Mundial del Turismo. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMOOMT.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. <http://www.planificacion.gob.ec/> Survey
- Revista Líderes. (2019). *Variedades Turísticas*. 25(Revista Lideres), 4-5. <https://www.revistalideres.ec/>
- UNESCO. (2013). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura*. <https://doi.org/10.15220/978-92-9189-129-0-spa>
- Vera Velez L. (2012). *Métodología de Investigación*. 2012. <http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>

7 ANEXOS

7.1 Entrevista Diana Aguavil

Entrevista a Diana Aguavil Calazacón, Gobernadora de la Nacionalidad Tsáchila, periodo 2018-2022.

1. ¿Qué rol cumple el turismo en la nacionalidad Tsáchila?

Tenemos siete comunidades dentro de toda la nacionalidad Tsáchila, en esas siete comunidades existen centros turísticos, pero por diferentes factores, la mayoría solo realizan la actividad turística los fines de semana. En este sentido, la comuna Chigüilpe es la única que tiene como fuerte el turismo.

2. ¿Qué importancia tiene la promoción turística para la Comuna Chigüilpe?

Necesitamos con urgencia la promoción turística, cada administración de la nacionalidad ha realizado el requerimiento para la promoción turística al GAD cantonal, prefectura, instituciones privadas, pues a la nacionalidad Tsáchila solo nos toman como íconos de la provincia, pero en atención turística ha faltado muchísimo, necesitamos que promocionen con fuerza en la parte turística y no solo tomen nuestro nombre; las autoridades lo hacen de manera generalizada y eso no nos ayuda.

3. ¿Cuáles considera que son los mejores medios para promocionar turísticamente a la Comuna Chigüilpe?

Para tener la fuerza de promocionarnos internacionalmente y nacionalmente, necesitamos las redes sociales, pero ahí se requiere tener un presupuesto para pautar, ese es el problema que han tenido mis compañeros, además que algunos no saben cómo manejar las redes sociales y necesitan capacitaciones en ese tema. Si pedimos a un profesional que nos ayude con el manejo digital, suelen aprovecharse de nosotros por no saber. Por otro lado, también se requiere una página web que haga conocer de forma general lo que es la nacionalidad

Tsáchila y que de ahí nazca la información de cada centro cultural. Necesitamos avanzar a la par con la tecnología para hacer conocer las costumbres y tradiciones de la nacionalidad.

4. ¿En el contexto del post COVID-19, cuál es el rol que dan las autoridades gubernamentales al turismo Tsáchila?

En el plan estratégico del COE Cantonal para la reactivación económica en la parte turística, se toma a la nacionalidad Tsáchila como las estrellas para atraer el turismo a la provincia y eso está bien, pero, más allá de eso, como autoridades en qué sentido nos van a apoyar. La mayoría hemos estudiado ni somos profesionales en la materia.

5. ¿Cuáles serían los principales requerimientos de la nacionalidad para la reactivación turística en Chigüilpe?

Necesitamos un apoyo técnico para que guíen a los líderes de los centros culturales. ¿Cómo vamos a atender a los turistas si los tsáchilas seremos más propensos al virus del Covid-19?, ya solo somos 2500 tsáchilas según el censo del 2010 y corremos el riesgo de desaparecer si no se toman las medidas de bioseguridad adecuadas. Ese es el principal requerimiento a las autoridades, no nos oponemos a ser parte y ayudar a la reactivación turística de la provincia, pero necesitamos garantías. Necesitamos un grupo de técnicos para saber cómo sobresalir como nacionalidad y para ayudar a la reactivación sin contagiarnos. Solo se habla de la reactivación económica del turismo, pero no existe un plan de acción. Con nuestra medicina ancestral solo podemos prevenir el Covid-19 pero no nos podemos curar.

Además, con todo esto de la pandemia en los centros turísticos se han paralizado las actividades, y hermanos tsáchilas que viven del turismo no han tenido ingresos, entonces solicitamos que nos ayuden con créditos a bajo interés para que puedan volver a reiniciar, porque yo creo que, a nivel nacional, con todo esto que ha pasado, es volver a comenzar desde cero.

6. En el caso de no recibir ayuda local, ¿buscarán ayuda en organismos internacionales?

Ya hemos buscado antes ayuda internacional, pero cuando tenemos la oportunidad de salir del país para promocionar nuestra cultura, las autoridades se aprovechan usando al tsáchila para que la parte presupuestaria ingrese a las instituciones públicas y no atienden a la nacionalidad.

7. ¿Qué características han podido identificar de los turistas que los visitan?

A nivel de la provincia de Santo Domingo, un 30% o máximo un 50% valora nuestra cultura, pero realmente quienes más valoran nuestra cultura son quienes están fuera de aquí, tanto nacionales como extranjeros. Si no hemos tenido a pesar de eso, tanta presencia extranjera, ha sido porque no hemos promocionado como deberíamos promocionar a la nacionalidad tsáchila, por ejemplo, la Amazonía sí ha podido salir del país para hacer conocer su cultura. En la parte extranjera se ha notado realmente que ellos en serio sí valoran la cultura, a nivel nacional ciertamente, pero si nuestra propia provincia no valora la cultura, no se puede avanzar.

8. A nivel socio-cultural, ¿cuál es la importancia que tiene el turismo para Chigüilpe?

Si el turista nos viene a visitar, nos da fortaleza de continuar, yo les invito a los futuros turistas, que no nos dejen solos, que nos visiten porque así motivan a los jóvenes a que sigan usando los colores tsáchilas, ellos se sienten importantes porque saben que gente de afuera viene a visitarlos y entonces no se avergüenzan de vestir y seguir conservando las tradiciones y costumbres tsáchilas, por eso con su visita turística preservamos nuestra cultura, sobre todo nuestra lengua materna que es lo que más se está perdiendo

7.2 Entrevista a Abraham Calazacón

Entrevista a Abraham Calazacón, líder del Centro Turístico *Mushily*.

1. ¿Qué importancia que tiene el turismo para los miembros de *Mushily*?

Los costos actuales de la comercialización de los productos que se obtienen de las actividades agrícolas, no nos permiten ser competitivos en el mercado, por lo que hemos visto al turismo como nuestro salvavidas. Este es una oportunidad para la cultura, para que se valore el territorio, la identidad, el idioma; a través del turismo se ha luchado contra la contaminación.

La visión que tenemos del turismo está orientada hacia la conformación de una escuela de turismo en *Mushily*, así los jóvenes mientras se van apropiando de nuestra cultura, aprenden del turismo y generarán un sustento económico para sus familias. El conocimiento ancestral transmitido a través del turismo ha sido parte importante para valorar y fortalecer la cultura, porque se estaba extinguiendo, los chicos estaban migrando y perdiendo el idioma, la indumentaria, los tejidos.

Por eso hemos querido crear una escuela para que los chicos vengan de diferentes comunidades y aprendan de la elaboración de instrumentos musicales y de casería, por ejemplo: lanzas, cerbatanas; ese ha sido el objetivo de nuestro emprendimiento, compartir conocimiento y transmitirlo a través de la danza, la música, el *tsáfiqui*. Además, también hemos buscado compartir sobre las plantas medicinales a través del *tsachi poné* o *shamán*, para que no se pierda ese conocimiento, esa energía de la naturaleza a la que siempre el tsáchila está conectado, a través de las cascadas, lagunas, montañas, árboles, los animales.

2. ¿Qué beneficios considera que tiene el turismo para los miembros de *Mushily*?

Los jóvenes de la cuarta generación son nuestros guías nativos desde hace dos años, actualmente hay avances, ellos ya sienten al 100% el Tsáchila de corazón y tienen mucho

amor;y, esa semillita de amor siembra en sus familias. Hoy en día el turismo es como una oportunidad para la cultura, para que a través de la visita se valore nuestra cultura, nuestra identidad, nuestro idioma y todas las actividades que se desarrollan aquí. A través del turismo se ha logrado sostener la contaminación, el río Chigüilpe estaba siendo contaminado, pero nosotros hemos luchado contra eso dejando demandas a nuestras autoridades gubernamentales,y porque eso afecta nuestra actividad turística han hecho caso. Hoy en día el río Chigüilpe ya no está contaminado al 100%, ya está limpio y se puede nadar.

3. ¿Qué nivel de importancia considera que tiene la identificación de las características de turistas que visita la Comuna?

Nosotros valoramos mucho el apoyo que hemos recibido de los turistas, por eso reconocemos cada esfuerzo. Nuestra cultura la valoran mucho la gente de afuera, el turista nacional también, pero más el turista extranjero, hemos tenido el apoyo de los ecologistas, arqueólogos, antropólogos, sociólogos.

4. ¿Qué relación tiene el turismo con la actividad económica de los habitantes de Chigüilpe?

Para la mayoría de habitantes de Chigüilpe el turismo ya es un trabajo estable pues gracias al esfuerzo y perseverancia, hoy en día en *Mushily* ya tenemos visitas diarias de 100 a 150 turistas y fines de semana hasta 600, entonces esto ya representa un trabajo fijo para los chicos a través de la venta de artesanías, contratos de música. Además, los contratos no son solo para los miembros de Chigüilpe, sino también para los de otras comunas tsáchilas a quienes les llamamos dependiendo de la demanda turística.

5. ¿Qué apoyo han recibido por parte de autoridades gubernamentales y locales?

El tema de las autoridades es un poco lamentable, para ellos hablar de turismo es algo que no tiene lógica ni sentido. Pero, si nosotros nos proyectamos a un futuro, el turismo es el soporte económico del país, del mundo. Las autoridades no se dan cuenta que mediante el turismo

estamos resistiendo como cultura, porque esto es una resistencia, es por sobrevivencia; por eso, hemos realizado mingas en esta comuna para construir todo lo necesario para atender al turista.

6. ¿Y cómo ha sido la gestión de la Gobernadora Tsáchila?

Diana Aguavil, la gobernadora, confía en lo que ella quiere que es: dar realce a la cultura, pero, lamentablemente no existen presupuestos anuales. Son buenas sus intenciones, pero sin presupuesto no puede desarrollar grandes proyectos. Por eso nosotros respetamos cada gestión y partidos políticos, pero nos mantenemos lejos del ámbito político y religioso.

7. Entonces, ¿cuáles han sido sus aliados en la gestión turística?

Los balnearios, zonas para practicar deportes de aventura, hosterías, parques acuáticos; representan aliados estratégicos para que las agencias y operadoras confíen hoy en día para trabajar con quienes estén organizados, como es el caso de nosotros, *Mushily*, donde estamos comprometidos con la atención del cliente; por eso, el cliente sale satisfecho y gracias a eso se difunde de voz en voz su experiencia, así mismo gracias a las redes sociales, la radio, la prensa.

8. ¿Han recibido capacitaciones en atención al cliente?

Hace siete años hubo programas de capacitación para la formación de guías nativos en diferentes comunidades de Santo Domingo, pero el problema de esos programas que la prefectura, el municipio y el ministerio han promovido, es que han sido programas de un día, de pronto 8 horas y no ha habido un seguimiento, una evaluación permanente.

El conocimiento que tenemos en atención al cliente ha sido por capacitaciones de los estudiantes del Instituto Tsáchila, la carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad de Quevedo; esa es la fuerza que en *Mushily* hemos tenido, los estudiantes, esa ha sido una parte muy importante para que nuestra nacionalidad sea respetada; a través de los estudiantes se ha hecho valorar más, porque cada palabrita da realce para que lleguen a saber más personas.

7.3 ENCUESTA HABITANTES COMUNA CHIGÜILPE

El formulario busca recopilar información directa de los habitantes de la Comuna Tsáchilas Chigüilpe, en la ciudad de Santo Domingo, Ecuador; con fines académicos e investigativos.

Edad:

- a. 20-29 años
- b. 30-39 años
- c. 40-49 años
- d. 50-59 años
- e. 60 años y más

1) Considera que recibir la visita de turistas en la Comuna es: (1 opción)

- a) Positivo
- b) No afecta
- c) Negativo

2) ¿En qué aspectos cree que intervienen las visitas turísticas a la Comuna (1 o más opciones)

- a) Económico
- b) Social
- c) Cultural

3) ¿Cuál cree que sería el medio por el que se debería promocionar su comunidad? (1 o más opciones)

- a) Redes Sociales (Páginas oficiales)
- b) Aplicaciones móviles (TripAdvisor, Despegar.com, Booking.com, etc.)
- c) Medios de comunicación convencionales (Televisión, Prensa, Radio, Cine)

4) ¿Considera que la Comuna ha sido apoyada de forma directa, por parte de las autoridades del Gobierno Local y Central, para el desarrollo del turismo en Chigüilpe? (1 opción)

- a) Sí, apoyan al turismo
- b) No les interesa el turismo
- c) Empeoran el turism

5) ¿Qué aspectos cree que se deberían promocionar de la Comuna Chigüilpe para el turismo? (1 o más opciones)

- a) Cultura Tsáchila
- b) Museos
- c) Deportes de aventura
- d) Gastronomía
- e) Atractivos naturales
- f) Shamanismo
- g) Artesanías

7. ¿Qué nivel de importancia considera que tiene la identificación de las características del turista que visita la Comuna? (1 opción)

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

7.4 Encuesta turistas Chigüilpe

TURISTAS CHIGÜILPE

El formulario busca recopilar información directa de los turistas que visitan la Comuna Tsáchila Chigüilpe, en la ciudad de Santo Domingo, Ecuador; con fines académicos e investigativos.

Lugar de origen:

- a) Sierra (Ec)
- b) Costa (Ec)
- c) Oriente (Ec)
- d) Estados Unidos
- e) América Latina
- f) Unión Europea
- g) Asia

1. ¿Por cuál medio se enteró de los Centros Turísticos de la Comuna Chigüilpe? (1 opción)

- a) Redes Sociales
- b) Aplicaciones móviles (TripAdvisor, Despegar.com, Booking.com, etc.)
- c) Medios de comunicación convencionales (Televisión, Prensa, Radio, Cine)

2. ¿Qué herramienta le gustaría que le hubiera proporcionado información sobre la Comuna? (1 o más opciones)

- a) Redes Sociales (Páginas oficiales)
- b) Aplicaciones móviles (TripAdvisor, Despegar.com, Booking.com, etc.)
- c) Medios de comunicación convencionales (Televisión, Prensa, Radio, Cine)

3. ¿Qué le motivó para visitar la Comuna Chigüilpe? (1 o más opciones)

- a) Conocer la cultura Tsáchila
- b) Museos
- c) Deportes de aventura
- d) Gastronomía
- e) Atractivos naturales
- f) Shamanismo
- g) Artesanías

4. ¿Qué tipo de turismo está realizando al visitar Chigüilpe? (1 opción)

- a) Cultural
- b) Gastronómico
- c) De aventura y deporte
- d) Otro

5. ¿Qué nivel de satisfacción tiene con la visita realizada a la Comuna Chigüilpe? (1 opción)

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo

6. ¿Acorde al nivel de satisfacción que tiene al visitar la Comuna Chigüilpe, recomendaría a alguien más que visite este lugar? (1 opción)

- a) Sí
- b) No

7.5 Comuna Chigüilpe

