



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELETERÍA
MODALIDAD: PRESENCIAL

**Informe final de graduación o titulación previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo y Hotelería**

Tema:

“LA GASTRONOMÍA TÍPICA BASADA EN LA UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS
AGRÍCOLAS ORGÁNICOS COMO APORTE AL DESARROLLO DE NUEVAS
ALTERNATIVAS TURÍSTICAS PARA EL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO”

AUTOR: Geovanny Javier Cujano Guachi

TUTOR: Lcdo. Mg. Guamán Guevara Adolfo Ricardo


Ambato-Ecuador

2016

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Lcdo. Mg. Guamán Guevara Adolfo Ricardo, con C.I. 180283012-3, en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LA GASTRONOMÍA TÍPICA BASADA EN LA UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS COMO APORTE AL DESARROLLO DE NUEVAS ALTERNATIVAS TURÍSTICAS PARA EL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO”**, desarrollado por el estudiante: Geovanny Javier Cujano Guachi, considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnico, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo, la presentación del mismo ante el Organismo Pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión Certificadora designada por el H. consejo Directivo.



.....

Lcdo. Mg. Guamán Guevara Adolfo Ricardo
C.I. 180283012-3
TUTOR

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo en constancia que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien, basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.



.....

Geovanny Javier Cujano Guachi

C.I: 180505764-1

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: **“LA GASTRONOMÍA TÍPICA BASADA EN LA UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS COMO APORTE AL DESARROLLO DE NUEVAS ALTERNATIVAS TURÍSTICAS PARA EL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO”**, autorizo su reproducción total o parcial de ella, siempre y cuando esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no sea utilizado con fines de lucro.



Geovanny Javier Cujano Guachi
C.I: 180505764-1
AUTOR

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y
DE LA EDUCACIÓN:**

La comisión de estudio y Calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LA GASTRONOMÍA TÍPICA BASADA EN LA UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS ORGÁNICOS COMO APOORTE AL DESARROLLO DE NUEVAS ALTERNATIVAS TURÍSTICAS PARA EL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO”**, presentada por el Sr. Geovanny Javier Cujano Guachi, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería, promoción : Octubre 2015 - Marzo 2016, una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.


Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

LA COMISIÓN



Dra. Yolanda Imelda Pérez Jerez

MIEMBRO



Lcda. Mg Alba Paulina Hernández Freire

MIEMBRO

DEDICATORIA

Dedicado de manera especial el presente proyecto de Investigación, a todas aquellas personas que forjaron en mí una persona más humanista, emprendedora y combatiente con los diferentes retos de la vida, que creyeron y depositaron su fe en conseguir mis metas y objetivos profesionales.

Sacrificio, apoyo, confianza, perseverancia y mucho más es aquello que me brindan las personas más importantes, para las cuales va dirigido principalmente el presente proyecto, mis padres.

AGRADECIMIENTO

Varias son las personas que hicieron que esto fuese posible, un momento que marca un hito en mi vida profesional para todas aquellas gracias infinitas.

Especialmente a la Universidad Técnica de Ambato a la Carrera de Turismo y Hotelería que me acogió dentro de su seno sin dejar atrás a grandes seres humanos que la conforman como son sus profesores que compartieron sus conocimientos para convertirme en un profesional gracias a todos.

Además agradezco a mis padres que me han impulsado a conseguir este gran triunfo profesional dentro de mi vida para ellos mi agradecimiento.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	i
AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN	ii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AL CONSEJO DIRECTIVO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE IMÁGENES	xii
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 TEMA	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN	3
1.2.3 PROGNOSIS	9
1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	10
1.2.5 INTERROGANTES	10
1.2.6 DELIMITACIÓN	10
1.3 JUSTIFICACIÓN	12
1.4 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	14
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	14
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
CAPITULO II	15
2. MARCO TEÓRICO	15
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	15
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	16

2.3	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	16
2.4	CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	21
2.4.1	Constelación de ideas (Variable dependiente).....	22
2.4.2	Constelación de ideas (Variable independiente)	23
2.4.3	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE 24	
2.4.4	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE	33
2.5	HIPÓTESIS	42
2.6	SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES DE LA HIPOTESIS	42
	CAPITULO III	43
3.	METODOLOGÍA	43
3.1	EL ENFOQUE.....	43
3.2	MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.3	NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	45
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	46
3.4.1	POBLACIÓN	46
3.5	OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	49
3.6	RECOLECCION DE INFORMACIÓN	51
3.7	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	51
	CAPITULO IV	53
4.1	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	53
4.2	Verificación de la Hipótesis.....	63
4.2.1	Planteamiento de la Hipótesis	63
4.2.2	Selección del nivel de significación	63
4.2.3	Descripción de la Población	63
4.2.4	Especificación de lo estadístico.....	64
4.2.5	Especificación de regiones de aceptaciones y rechazo	64
4.2.6	Recolección de datos y cálculo de lo estadístico.....	65
	CAPITULO V	67
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67

5.1 CONCLUSIONES	67
CAPITULO VI.....	102
ARTÍCULO ACADÉMICO.....	102
Resumen.....	102
Abstract.....	102
Introducción	103
Desarrollo.....	104
Productos Naturales	104
Productores orgánicos.....	104
Oferta Turística	105
El agroturismo y la producción orgánica.....	106
Productos naturales en el cantón Santiago de Píllaro	107
Metodología	110
Resultados	110
Discusión	111
Conclusiones.....	111
Bibliografía.....	112

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Platos Típicos del Cantón Santiago de Píllaro	31
Cuadro 2: Población.....	46
Cuadro 3: Muestra.....	47
Cuadro 4: Operacionalización de la variable independiente	49
Cuadro 5: Operacionalización de la variable Dependiente	50
Cuadro 6: Recolección de Información.....	51
Cuadro 7: Tabulación pregunta 1	53
Cuadro 8: Tabulación pregunta 2.....	54
Cuadro 9: Tabulación pregunta 3.....	55
Cuadro 10: Tabulación pregunta 4.....	56
Cuadro 11: Tabulación pregunta 5.....	57
Cuadro 12: Tabulación pregunta 6.....	58
Cuadro 13: Tabulación pregunta 7.....	59
Cuadro 14: Tabulación pregunta 8.....	60
Cuadro 15: Tabulación pregunta 9.....	61
Cuadro 16: Tabulación pregunta 10.....	62
Cuadro 17: Población.....	63
Cuadro 18: Grados de libertad	64
Cuadro 19: Frecuencia Observada	65
Cuadro 20: Frecuencia esperada	66
Cuadro 21: Calculo del Chi cuadrado	66
Cuadro 22: Tipos de embaces de la marca ECO.....	83
Cuadro 23: Catálogo de productos orgánicos.....	85
Cuadro 24: Catalogo de animales de granja.....	88
Cuadro 25: Ruta Agro turística Artesanal del cantón Santiago de Píllaro	107
Cuadro 26: Granjas de producción natural.....	108

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de Problemas.....	7
Gráfico 2: V.D y V. I.....	21
Gráfico 3: Subordinación conceptual (Variable dependiente).	22
Gráfico 4: Subordinación conceptual (Variable Independiente).....	23
Gráfico 5: Turismo por Regiones PLANDETUR 2020	41
Gráfico 6: Representación gráfica pregunta 1.....	53
Gráfico 7: Representación gráfica pregunta 2.....	54
Gráfico 8: Representación gráfica pregunta 3.....	55
Gráfico 9: Representación gráfica pregunta 4.....	56
Gráfico 10: Representación gráfica pregunta 5.....	57
Gráfico 11: Representación gráfica pregunta 6.....	58
Gráfico 12: Representación gráfica pregunta 7.....	59
Gráfico 13: Representación gráfica pregunta 8.....	60
Gráfico 14: Representación gráfica pregunta 9.....	61
Gráfico 15: Representación gráfica pregunta 10.....	62
Gráfico 16: Campana de Gauss.....	65

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Mapa del cantón Santiago de Píllaro.....	11
Imagen 2: Marca Eco productos orgánicos	77
Imagen 3: Ubicación de las granjas de producción natural.....	89
Imagen 4: María Oyaque propietaria granja Las Abejitas	92
Imagen 5: Mariana Llanganate propietaria de la granja Marianita	92
Imagen 6: Guido Pilco Presidente de la asociación de producción de Aguacate	93
Imagen 7: Marta Romero propietaria Granja La Frambuesita	94
Imagen 8: Fabián Pilco comisión de turismo parroquial.....	95
Imagen 9: Evidencia encuesta Jefe departamento de Cultura, turismo y deporte	96
Imagen 10: Evidencia encuesta Técnica en turismo	96
Imagen 11: Evidencia encuesta Propietario y chef del restaurante Pacha mama	97
Imagen 12: Presidente de la junta parroquial área turismo	97
Imagen 13: Evidencia encuesta gerente paradero turístico	98
Imagen 14: Evidencia carta de aceptación, Asociación de Productores de Aguacate.....	99
Imagen 15: Carta de Aceptación granja La Frambuesita	100
Imagen 16: Carta de aceptación granja las Abejitas.....	101

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD: PRESENCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

Tema: “La gastronomía típica basada en la utilización de productos agrícolas orgánicos como aporte al desarrollo de nuevas alternativas turísticas para el cantón Santiago de Píllaro”

AUTOR: Geovanny Javier Cujano Guachi

TUTOR: Lcdo. Mg. Adolfo Ricardo Guamán Guevara

RESUMEN

Cada vez es más preocupante en nuestro medio las personas que no poseen una adecuada alimentación causando graves problemas relacionados con la alimentación. El presente trabajo de investigación se centra en la utilización de productos orgánicos dentro de la gastronomía, para mitigar de alguna manera concientizando a los consumidores de productos pre elaborados a incluir en su dieta productos orgánicos, el turismo desarrolla cada vez más tendencias que atraen la atención de los turistas, este tipo de práctica gastronómica es fundamental y sobre todo beneficiosa en cierto punto, debido que mientras un visitante realiza turismo se alimenta de manera adecuada, manteniendo su cuerpo en un estado saludable.

Santiago de Píllaro es un cantón agrícola ganadero, además de tener ingresos significativos por la actividad turística, lo cual beneficia el desarrollo de la investigación, que busca indagar el desarrollo de nuevas alternativas innovadoras dentro del área gastronómica. Varios paraderos y restaurantes turísticos emplean productos orgánicos sin embargo el nivel de empleo de los mismo es bajo por lo cual con esta investigación

se determinará si los platos ofertados por diferentes puntos de restauración turística contribuyen para un futuro desarrollo de un tipo de tendencia turística.

Para efectuar aquello, además se ha planteado el diseño de una marca que garantiza a los restaurantes y paraderos que un producto que adquieren para su futura intervención gastronómica es orgánico y por tanto ofrecen a los turistas comida que utiliza ingredientes sanos, amigables con el ambiente y sobre todo con una gran cantidad de nutrientes. La marca se basará en varias normas y características que indicaran que un producto bajo este nombre sea apto para su utilización dentro del área gastronómica.

Palabras Claves: Gastronomía típica, productos orgánicos, alternativas turísticas

INTRODUCCIÓN

La presente investigación sobre la gastronomía típica basada en la utilización de productos agrícolas orgánicos como aporte al desarrollo de nuevas alternativas turísticas para el cantón Santiago de Píllaro.

Consta de 5 capítulos y un artículo académico como complemento a la investigación en los cuales se desarrolla el contexto de la investigación presentados a continuación:

CAPÍTULO I

Parte con la identificación del problema dentro de la investigación a realizarse, su realidad el contexto en el cual se desarrolla, además de analizar y comprender sus inicios, y describir los aspectos que abarca; seguido de un análisis crítico en el cual se profundizan los factores que originan y causan el problema.

CAPITULO II

El desarrollo del marco teórico, toma inicio con los antecedentes investigativos en el cual se busca similitud con alguna investigación anterior, acompañada de la fundamentación legal y filosófica en la primera se toma los artículos, leyes y reglamentos que amparen y sustenten la parte legal del proyecto de investigación a realizarse, la segunda determina la orientación filosófica que acompañara al proceso de investigación sirviéndole de guía; las categorías fundamentales incluyen la gráfica de las variables del problema para luego proceder a su respectiva descripción, seguida de la Hipótesis , aserción que trata la posible relación entre las variables.

CAPITULO III

La metodología de la investigación se da primero por tipo de enfoque cuantitativo y cualitativo; la modalidad básica inmersa en la investigación de campo y bibliográfica aplicando además un nivel exploratorio para la investigación, la muestra y población que complementara el proceso investigativo, la operacionalización de variables,

recolección de información y su respectivo procesamiento y análisis de la información obtenida.

CAPITULO IV

Se realiza el respectivo análisis de la recolección de información por medio de técnicas e instrumentos empleados durante el proceso investigativo, para la posterior comprobación de la hipótesis planteada.

CAPITULO V

Recoge las conclusiones y recomendaciones obtenidas a lo largo del proceso investigativo sobre el tema la gastronomía típica basada en la utilización de productos agrícolas orgánicos como aporte al desarrollo de nuevas alternativas turísticas para el cantón Santiago de Píllaro.

CAPITULO VI

Elaboración de un artículo académico, como complemento al estudio, el mismo consta de, un resumen con sus respectivas palabras clave, posteriormente traducido al idioma inglés, para adentrarse en la introducción que detalla los objetivos, delimitación y el desarrollo del tema planteado, la metodología especifica los tipos de métodos empleados, posteriormente se realiza la descripción de los resultados obtenidos durante la investigación, para brevemente realizar la discusión y llegar a la conclusiones obtenidas durante el proceso.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA

“La gastronomía típica basada en la utilización de productos agrícolas orgánicos como aporte al desarrollo de nuevas alternativas turísticas para el cantón Santiago de Píllaro.”

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN

El consumo de carbohidratos y alimentos procesados es excesivo en Ecuador. A la vez, hay un consumo inadecuado de hierro, proteína, zinc y vitamina A, según la Encuesta Nacional de Educación y Salud del 2013. El estudio concluye que estos hábitos vuelven a la población más propensa a padecer obesidad y enfermedades cardiovasculares. Por ejemplo, más de 5.500.000 ecuatorianos tienen sobrepeso y obesidad. (Diario el Tiempo, 2014)

En Ecuador según la encuesta nacional de Educación y Salud del 2013 es preocupante el porcentaje de la población que consume comida chatarra junto con productos Genéticamente Modificados (OGMs) con altos niveles de hormonas, antibióticos y pesticidas que provoca una progresiva pérdida de la salud con problemas de sobrepeso, diabetes e incluso cáncer, la gastronomía se involucra en la salud y alimentación de la población empleando menús con productos orgánicos pero debido a la cultura que compra por el precio y no por calidad, no se consumen frecuentemente afectando a una dieta balanceada diaria saludable para mantener un organismo en perfecto estado.

“en el informe Pulso Ecuador los ecuatorianos gastaron aproximadamente \$ 48,27 millones en comida rápida al mes, \$ 17 millones en Quito y \$ 13 millones en Guayaquil.” (Diario El Telegrafo, 2014). El gasto excesivo en comida chatarra demuestra las preferencias de los consumidores hacia este tipo de comida lo cual reduce la intervención de alimentos orgánicos en la gastronomía.

La gastronomía ecuatoriana en los últimos años tiene mayor acogida internacional, las granjas integrales son las principales abastecedoras para la elaboración de gastronomía típica de la cual se obtiene productos orgánicos, saludables y nutritivos, aptos para el consumo, los mismos que están presentes en los platos gastronómicos de cada una de las regiones naturales ofreciendo una variada gama de sabores. Dentro del turismo la gastronomía representa las características, sabores y tradiciones con productos orgánicos propios de cada región, conservando el sabor único que hace de Ecuador un destino gastronómico hacia los turistas posicionándolo e introduciéndolo como un potencial dentro de la gastronomía turística demuestra sobre todo importancia de los productos orgánicos y sus innovaciones dentro de la cocina ecuatoriana esto ha hecho que la presencia del país sea cada vez más frecuente en eventos internacionales de gastronomía con productos orgánicos.

Que en las mesas no falten las habas cocinadas con queso, mellocos, choclos y más legumbres y hortalizas que en Quisapincha se producen, es uno de los objetivos de Sabor Quisapincha, organización conformada hace menos de un año con la participación de 20 integrantes de las 18 comunidades de esta parroquia ubicada a 45 minutos de Ambato. Joaquín Toroshina, expresidente de la organización, menciona que la finalidad de esta iniciativa es incentivar el consumo de la comida local y no la denominada 'chatarra' entre los jóvenes y niños de esta población. Además, preparan los platos tradicionales con productos cultivados en la zona; totalmente orgánicos y libres de químicos. La gastronomía ancestral se prepara los fines de semana (Diario Extra, 2015)

Tungurahua no es la excepción del consumo de comida chatarra, esta se distribuye en zonas educativas afectando a gran parte de estudiantes sin embargo la parroquia de Quisapincha ha tomado la iniciativa para incentivar el consumo de la comida local y no la denominada 'chatarra' entre los jóvenes y niños de esta población. Preparando platos gastronómicos libres de pesticidas completamente orgánicos. Desde una perspectiva diferente Tungurahua, debido al tema gastronómico ha obtenido afluencia de turistas dentro de los nueve cantones, aportando de una manera sustancial a la economía del cantón, la promoción turística hacia la provincia especialmente a la gastronomía ha demostrado un mayor incremento de turistas fortaleciendo el turismo y sobre todo

incentivando el consumo de platos típicos que en su mayor porcentaje contienen productos orgánicos, que demuestran la riqueza gastronómica de la provincia, sin embargo pocas son las personas que consumen alimentos sanos con un alto nivel nutricional dentro de la comida típica de la provincia, se puede encontrar productos transgénicos que lo componen, de manera que se pierde poco a poco la gastronomía típica que es un atractivo de la provincia.

En Tungurahua, tres granjas agrícolas impulsan la producción orgánica para el consumo de los habitantes de Ambato y de otras ciudades del país que acuden a la capital provincial por turismo y recreación. Los proyectos están administrados por el Gobierno Provincial local y en estos se invierten más de USD 200 000 anuales (Diario El Comercio, 2011)

Dentro de la Provincia de Tungurahua las granjas agrícolas existentes impulsan la producción orgánica una de aquellas se ubica en el Cantón Santiago de Píllaro, de la cual se obtiene varios beneficios especialmente hacia los productores mediante capacitaciones sobre el adecuado proceso para la obtención de cultivos orgánicos.

Santiago de Píllaro uno de los nueve cantones de Tungurahua brinda atractivos naturales, culturales, paisajísticos y gastronómicos destinados a los turistas uno de aquellos es la gastronomía, elaborada a base de productos agrícolas orgánicos que se los obtiene de las granjas integrales existentes, de donde se obtiene principalmente, legumbres, hortalizas y frutas además de especias como el cilantro, apio, perejil y ají que brindan el sabor único, diferente e inconfundible, las granjas cunicolas de las cuales se obtiene el cuy, su carne posee un alto valor nutricional, la materia prima para elaborar un plato típico de la zona, las papas con cuy. El cantón cada vez se involucra más con el turismo gastronómico reconocido por diferentes platos de exquisitos sabores como son:

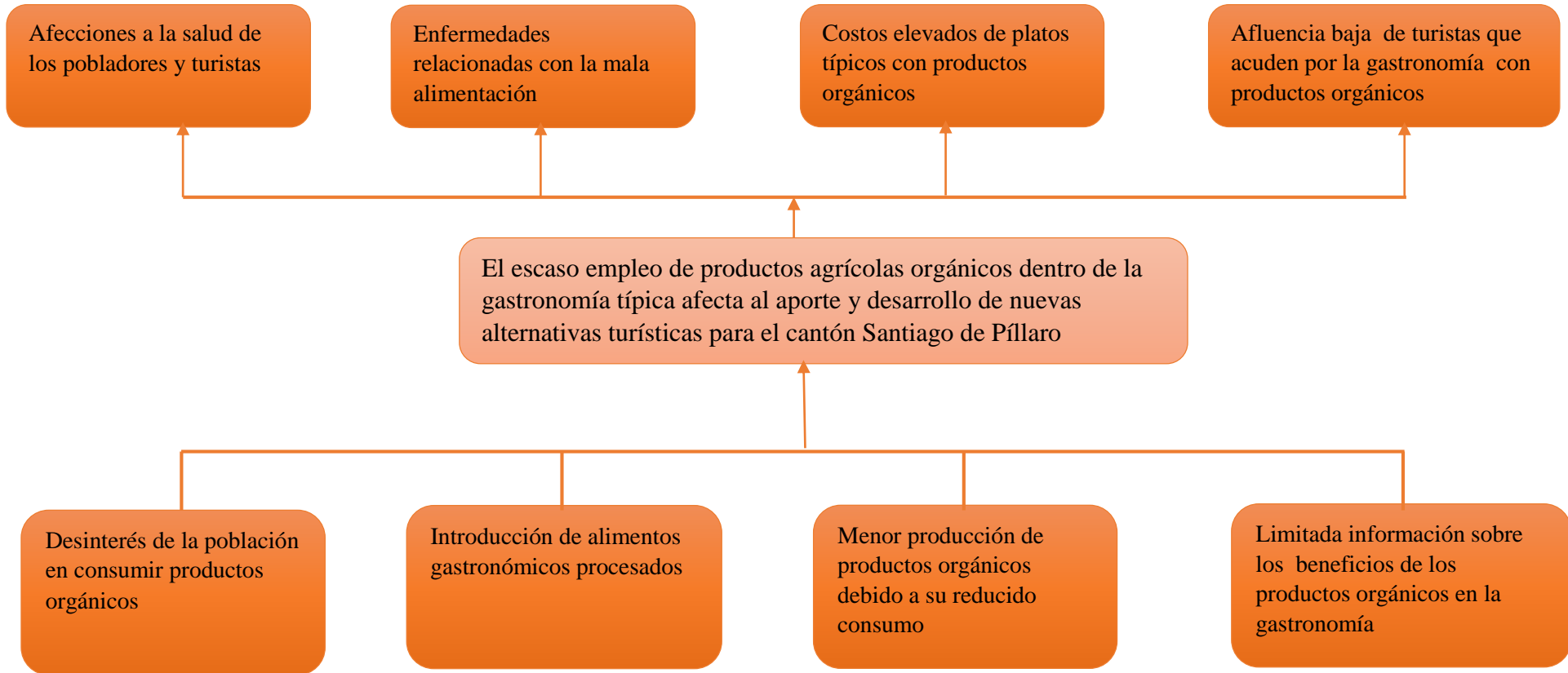
La trucha, el champús con pan de maíz, las tortillas de dulce hechas en tiesto, los helados de San miguelito, el pato al lodo, el hornado pillareño el cual fue participe dentro del campeonato mundial del hornado llevado a cabo en el año 2014 en la provincia de Chimborazo, demostrando la sazón pillareña de la cual tanto degusta el

turista el mismo que aporta al desarrollo turístico en un ámbito gastronómico saludable con productos orgánicos aptos para el consumo los cuales no solamente degusta el pueblo pillareño sino también los diferentes cantones de la provincia de Tungurahua que asisten a su feria agrícola los días domingos, martes y jueves en los alrededores del Mercado San Luis para adquirir productos orgánicos, los propietarios de restaurantes de comida típica realizan sus compras para la elaboración de platos gastronómicos, los precios varían de acuerdo a la temporada y a la demanda de los mismos.

La gastronomía ha despertado el interés de algunos pobladores debido a la acogida que este tiene en el cantón, demostrando su creación en la elaboración de nuevos platos gastronómicos que poco a poco van adquiriendo mayor demanda debido al sabor y sazón.

1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO

Gráfico 1: Árbol de Problemas



Elaborado por: Geovanny Javier Cujano Guachi (2016)

El desinterés de la población en consumir productos agrícolas orgánicos “pueden tener consecuencias graves para la salud a largo plazo” (Organización Mundial de la Salud, 2014), debido a que cada vez es menor la presencia de productos orgánicos en la gastronomía afectando en algunos casos, la salud de turistas y pobladores que la consumen frecuentemente.

Además la introducción de alimentos gastronómicos pre elaborados y procesados dan origen a las enfermedades relacionadas con la mala alimentación “como diabetes, enfermedades cardíacas, derrame cerebral y cáncer” (Organización Mundial de la Salud, 2014).

Esto debido a que este tipo de productos no contienen los nutrientes necesarios para mantener nuestro organismo en una condición saludable, “Weston A. Price descubrió que conforme los niños van aumentando su ingesta de comida procesada su estructura facial se va estrechando con cada generación” (Fallon, 2002). La limitada información sobre los beneficios que brinda la gastronomía típica elaborada a base de productos orgánicos afecta, en gran parte hacia la demanda turística que acude al cantón por este tipo de gastronomía perjudicando además a desarrollo económico de todos los sectores involucrados en el proceso de elaboración de un plato gastronómico de este tipo.

La menor producción de productos orgánicos debido a su bajo consumo causa que los productores suban su precio, y debido a aquello los puntos de restauración los empleen limitadamente dentro de la gastronomía típica, o en caso contrario el costo de este tipo de platos gastronómicos tenga un precio elevado. “Según informa la FAO (Food and Agriculture Organization) y transmite la página de la AOCH (Asociación de Orgánicos de Chile). Los cultivos certificados como orgánicos, tienen más demanda que oferta, lo que ha implicado un alza en los precios.” (Prieto, 2009)

1.2.3 PROGNOSIS

Si la investigación no se llevase a cabo no se determinaría las razones por las cuales la mayor parte de restaurantes de comida típica pierden a la demanda turística debido al reemplazo de productos agrícolas orgánicos por productos procesados y pre elaborados que cumplen con ciertos procesos adecuados pero no garantizan el beneficio a la salud del turista, el cual busca, un plato típico con tradición gastronómica elaborado con ingredientes autóctonos de la zona, en los últimos años la gastronomía típica se ha visto deteriorada debido a que está siendo reemplazada por comida chatarra o comida light que se trata de aquellos alimentos que nos aportan una gran cantidad de calorías, pero pocos nutrientes.” (Durán, 2015)

Por otra parte si se realizase la investigación el propósito o fin es conocer en que porcentajes intervienen los productos orgánicos, los parámetros nutricionales y los beneficios de los mismos a la salud, “los alimentos y suplementos orgánicos tienen una alta concentración de nutrientes” (Dill, 2011), la productividad de los pequeños productores agrícolas que ofrecen productos sanos, frescos y nutritivos que se los puede degustar y observar en la variada gastronomía del cantón, la información de la calidad del producto orgánico es fundamental para ofrecer productos sanos dentro de la gastronomía además para el impulso hacia el desarrollo de nuevas alternativas turísticas los productos que intervendrán. “Cuando un producto dice ser 100% orgánico significa que todos sus ingredientes son orgánicos. Cuando dice que es Orgánico, significa que el 95% de sus ingredientes son orgánicos, cuando las etiquetas dicen que el alimento está “Hecho con Ingredientes Orgánicos” al menos el 70% de sus componentes son orgánicos.” (Buenasalud, 2010) Los productos que cumplan con la mayor parte de estas características podrán entenderse como producto orgánico o limpio. “Los alimentos orgánicos son cultivados y producidos de manera que sean buenos para la salud humana, para el bienestar de los animales y para la preservación del medio ambiente.” (Biovea, 2011).

Además concluida la investigación brindara información sobre los puntos o centros en los cuales se pueda encontrar y consumir este tipo de productos con este tipo de

características que sean aptos para su comercialización y empleo dentro del área gastronómica.

1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo aporta la gastronomía típica basada en la utilización de productos agrícolas orgánicos al desarrollo de nuevas alternativas turísticas para el cantón Santiago de Píllaro?

¿Cuál es la importancia y beneficios de los productos agrícolas orgánicos en la gastronomía típica?

1.2.5 INTERROGANTES

¿Cuál es el impacto de la mala práctica de utilización de productos agrícolas orgánicos dentro de la gastronomía típica?

¿Cómo se aportará al desarrollo de nuevas alternativas turísticas con la gastronomía típica basada en la utilización de productos agrícolas orgánicos?

¿Cuáles son las alternativas que se pueden adoptar para garantizar que los productos agrícolas orgánicos que se consumen son adecuados para la salud?

1.2.6 DELIMITACIÓN

Delimitación del contenido

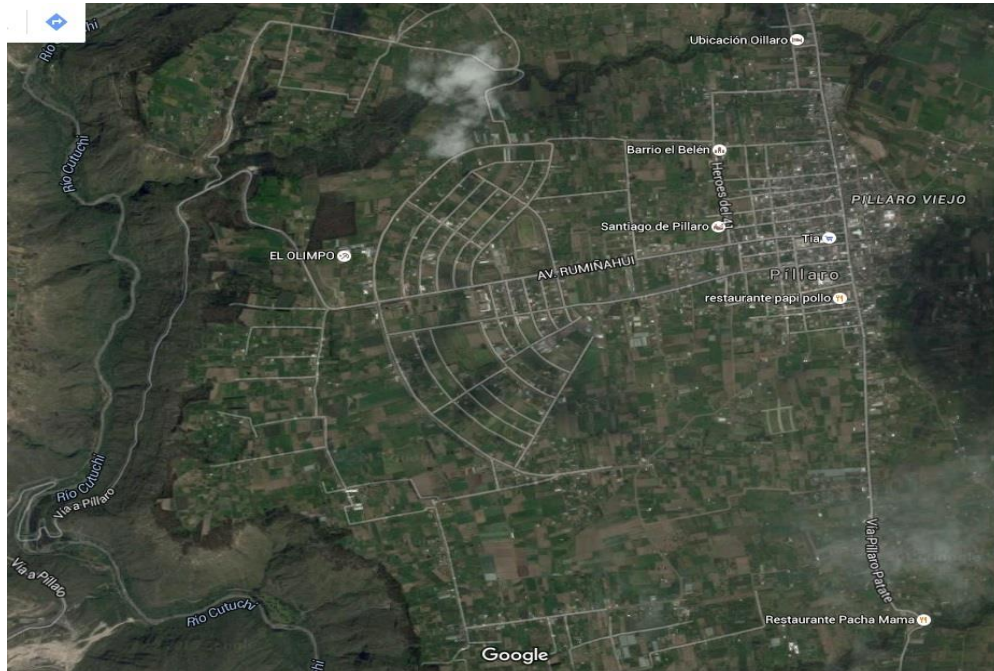
-Campo: Turismo

-Área: Gastronomía

-Aspecto: Productos agrícolas orgánicos

Delimitación espacial

Imagen 1: Mapa del cantón Santiago de Píllaro



Fuente: (Google Inc., 2015)Píllaro. Ecuador (1.172752; -78.542225)

La presente investigación se llevara a cabo en el Cantón Santiago de Píllaro provincia de Tungurahua, ubicada al nororiente del cantón Ambato a 24.8 Km en las coordenadas “Latitud: -1.172752 Longitud: -78.542225 y una Altitud: 2800 m.s.n.m,” (Google Maps, 2015) además se realizara en los principales puntos de adquisición de productos agrícolas orgánicos y en los principales restaurantes de gastronomía típica que son visitados frecuentemente por viajeros y turistas

Delimitación Temporal

La investigación se desarrollará en el periodo octubre 2015- marzo 2016

1.3 JUSTIFICACIÓN

“Los productos orgánicos toma en cuenta la fuerte interrelación que existe entre la producción y el medio ambiente.” (Pro Ecuador Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012). La investigación demostrará la importancia que tiene el consumo de los productos agrícolas orgánicos en la elaboración de platos típicos más representativos de la zona además de los beneficios a la salud y al medio ambiente, manteniendo el sabor y el sazón único de cada uno de los platos típicos que el pueblo pillareño ofrece hacia sus visitantes, “desde el 2002 el Ecuador registra un incremento anual de tierras certificadas para orgánicos del 10% al 49,1%” (El Universo, 2009), lo cual demuestra la importancia prestada hacia estas nuevas tendencias agrícolas que permiten además que contribuya con el crecimiento de nuevas alternativas turísticas, por medio de la gastronomía orgánica propia del cantón, fortaleciéndolo para que se convierta en un potencial turístico regional.

Tiene carácter factible debido a los diferentes recursos gastronómicos con los que actualmente cuenta el cantón, los cuales permite que se demuestre el empleo de productos orgánicos, además de contar con los medios necesarios para realizar la investigación debido a que no posee un alto nivel de complejidad pero si un alto grado de investigación que ayudará a determinar las principales causas que impiden el crecimiento del sector gastronómico, por lo tanto se cuenta con una solución factible, eficaz, eficiente para contribuir con el desarrollo turístico del Cantón Santiago de Pillaro la cual es la implementación de una marca estándar para los productos orgánicos empleados en la gastronomía de manera que se brinde la confianza adecuada al momento de consumir productos orgánicos que cumplan normas y estándares de calidad natural.

Además, incitará a la población a mantener las tradiciones gastronómicas y en efecto beneficie a la economía de los sectores involucrados, los pequeños productores, los restaurantes de comida típica “el 30% de la economía del país va a depender del turismo. De ese total, el 50% va hacer culinario... dentro de unos 15 años la gastronomía será otro PIB del Ecuador” (Ochoa, 2015) despertando aún más el interés

por el consumo de alimentos elaborados con productos orgánicos que se han visto afectados por los servicios de comida rápida. Con la regulación de los alimentos orgánicos se obtendrá impactos positivos en el desarrollo turístico debido a que los visitantes y pobladores consumirán productos sanos, saludables y nutritivos garantizando un mejor estilo de vida.

El turismo en el cantón se desarrolla de manera eficaz y notoria, las nuevas alternativas turísticas que se ponen en marcha como:

Turismo rural; “Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño” (Gonzales, 2008).

Agroturismo: “muestra al turista la producción en los espacios agropecuarios. Pesca y caza” (FLACSO Ecuador, 2010).

Turismo de aventura: “El viajero realiza un desplazamiento para utilizar la geografía de la zona con fines deportivos” (FLACSO Ecuador, 2010).

Las modalidades de turismo mencionadas son aceptadas por los visitantes debido a la innovación y estilo que ofrecen, por aquello se ha optado por un tipo de gastronomía diferente, sana que beneficie mutuamente al consumidor y al productor además de contribuir con la dinamización económica del sector turístico de la zona.

1.4 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Analizar la gastronomía típica basada en la utilización de productos agrícolas orgánicos y su aporte al desarrollo de nuevas alternativas turísticas para el Cantón Santiago de Píllaro

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sustentar la información acerca de la gastronomía típica basada en productos orgánicos y su aporte para el desarrollo de nuevas alternativas turísticas.
- Determinar la influencia de los productos agrícolas orgánicos sobre la gastronomía típica y sus consumidores.
- Identificar las nuevas alternativas turísticas que impulsa el cantón Santiago de Píllaro.
- Proponer el diseño de una marca a los productores de las granjas para que se identifiquen los productos orgánicos aptos para su intervención en la gastronomía típica.
- Redactar un Artículo Académico, como complemento a la investigación sobre la gastronomía típica basada en la utilización de productos agrícolas orgánicos y su aporte al desarrollo de nuevas alternativas turísticas para el Cantón Santiago de Píllaro.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el desarrollo del proyecto de investigación se ha realizado una minuciosa búsqueda y exploración sobre los temas similares de investigación dentro de los archivos de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación y de la Universidad Técnica de Ambato realizados anteriormente y se ha llegado a la conclusión que no existe algún tema que contenga una estrecha similitud o relación a al tema de investigación, las variables o ningún aspecto a tratarse.

Sin embargo, para el desarrollo del proyecto de investigación se tomará el trabajo investigativo de la Universidad Técnica Particular De Loja y su proyecto de tesis denominado “investigación y puesta en valor de los recursos gastronómicos del ecuador cantón píllaro” de su autora Álvarez Sandoval Rosa Gabriela año 2010, la información que contiene dentro del proyecto de investigación es muy detallada y amplia acerca de la gastronomía del Cantón Santiago de Píllaro.

Conclusiones:

“La cultura pillareña tiene múltiples formas de expresión, entre las cuales se destaca la gastronomía tradicional, la que combina una variedad de ingredientes que dan como resultado verdaderas delicias culinarias que cautivan a propios y extraños.” (Álvarez, 2010, pág. 56).

“La gastronomía pillareña utiliza como materia prima los ingredientes que se producen en el cantón. Las papas, carne de cerdo, harina, leche y frutas constituyen la base en las diferentes preparaciones y se sus combinaciones han surgido nuevas recetas.” (Álvarez, 2010, pág. 56).

La investigación realizada por Álvarez Sandoval Rosa Gabriela año 2010, brinda muchos datos de relevancia para llevar a cabo la investigación, en su estructura se puede encontrar información que es de gran ayuda para comprender diferentes aspectos que apoyan hacia la investigación tales como datos poblacionales, listados de platos típicos del cantón.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El presente estudio se basa en un paradigma crítico propositivo.

Además de basarse en una fundamentación metodológica porque a través de la misma se puede implementar estrategias promocionales para aportar al desarrollo del ámbito gastronómico con sus platos típicos, y de esta forma promover la identidad gastronómica tradicional del Cantón Santiago de Píllaro.

También tomará la fundamentación ontológica porque permite examinar y observar la realidad del cantón en diferentes ámbitos, y los cambios que ha sufrido a lo largo del tiempo, debido a la participación de sus miembros comprometidos que son sus habitantes quienes han aportado significativamente para mantener una tradición gastronómica típica que permite el desarrollo turístico del cantón.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La presente investigación se fundamenta en los siguientes documentos legales:

Constitución Política de la República del Ecuador

En los Artículos 281 y 282 del Capítulo III del Título VI, establece: que la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Derechos del Buen Vivir

Artículo 13 de la Constitución prescribe que las personas y las colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales, para aquello el Estado deberá promover la soberanía alimentaria.

PROYECTO DE LEY ORGANICA DE COMERCIALIZACIÓN Y ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO

Expedida en DICIEMBRE, 2012

TÍTULO XII

INSTITUCIONALIDAD

CAPÍTULO I

SISTEMA NACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS

Artículo 126.- FINALIDAD.- El Sistema Nacional de Comercialización de Alimentos tiene como finalidad:

- a) Desconcentrar el mercado de comercialización de alimentos;
- b) Aumentar la participación de la producción nacional de alimentos respecto a la oferta total;
- c) Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos;
- d) Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos;
- e) Impedir prácticas monopólicas, oligopólicas, monopsonios y oligopsonios con productos alimenticios;

- f) **Estimular la producción agroecológica, orgánica y sustentable, a través de mecanismos de fomento;**
- g) Dar preferencia en los programas de compras públicas a las asociaciones de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores; productores del sistema de economía popular y solidaria; a productores agroecológicos; pescadores y pescadoras artesanales; y recolectores y recolectoras del manglar y acuícolas.

CAPÍTULO IV

INSTITUTO DE COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS

Artículo 130.- OBJETIVO DEL INSTITUTO DE COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS.- Los Objetivos del Instituto de Comercialización de Alimentos es:

Garantizar el Derecho a la Soberanía Alimentaria de las y los ciudadanas y ciudadanos del Ecuador son:

- a) **Influenciar en el consumo de productos sanos y nutritivos;**
- b) Asegurar la ejecución efectiva de la política de garantía de precios justos;
- c) Generar la inclusión de Pequeños productores de la agricultura familiar campesina; Los Pescadores y Pescadoras Artesanales, Acuícolas y Recolectores; Regular y racionalizar el mercado de alimentos;
- d) Optimizar y potenciar la utilización de la red de almacenamiento y logística Estatal y Privada.

LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA

TÍTULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Artículo 3. Deberes del Estado.- Para el ejercicio de la soberanía alimentaria, además de las responsabilidades establecidas en el Art. 281 de la Constitución el Estado, deberá:

- a) Fomentar la producción sostenible y sustentable de alimentos, reorientando el modelo de desarrollo agroalimentario, que en el enfoque multisectorial de esta ley hace referencia a los recursos alimentarios provenientes de la agricultura, actividad pecuaria, pesca, acuicultura y de la recolección de productos de medios ecológicos naturales;
- b) Establecer incentivos a la utilización productiva de la tierra, desincentivos para la falta de aprovechamiento o acaparamiento de tierras productivas y otros mecanismos de redistribución de la tierra;
- c) Impulsar, en el marco de la economía social y solidaria, la asociación de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores para su participación en mejores condiciones en el proceso de producción, almacenamiento, transformación, conservación y comercialización de alimentos;
- d) Incentivar el consumo de alimentos sanos, nutritivos de origen agroecológico y orgánico, evitando en lo posible la expansión del monocultivo y la utilización de cultivos agroalimentarios en la producción de biocombustibles, priorizando siempre el consumo alimenticio nacional;**
- e) Adoptar políticas fiscales, tributarias, arancelarias y otras que protejan al sector agroalimentario nacional para evitar la dependencia en la provisión alimentaria; y,
- f) Promover la participación social y la deliberación pública en forma paritaria entre hombres y mujeres en la elaboración de leyes y en la formulación e implementación de políticas relativas a la soberanía alimentaria.

TÍTULO IV

CONSUMO Y NUTRICIÓN

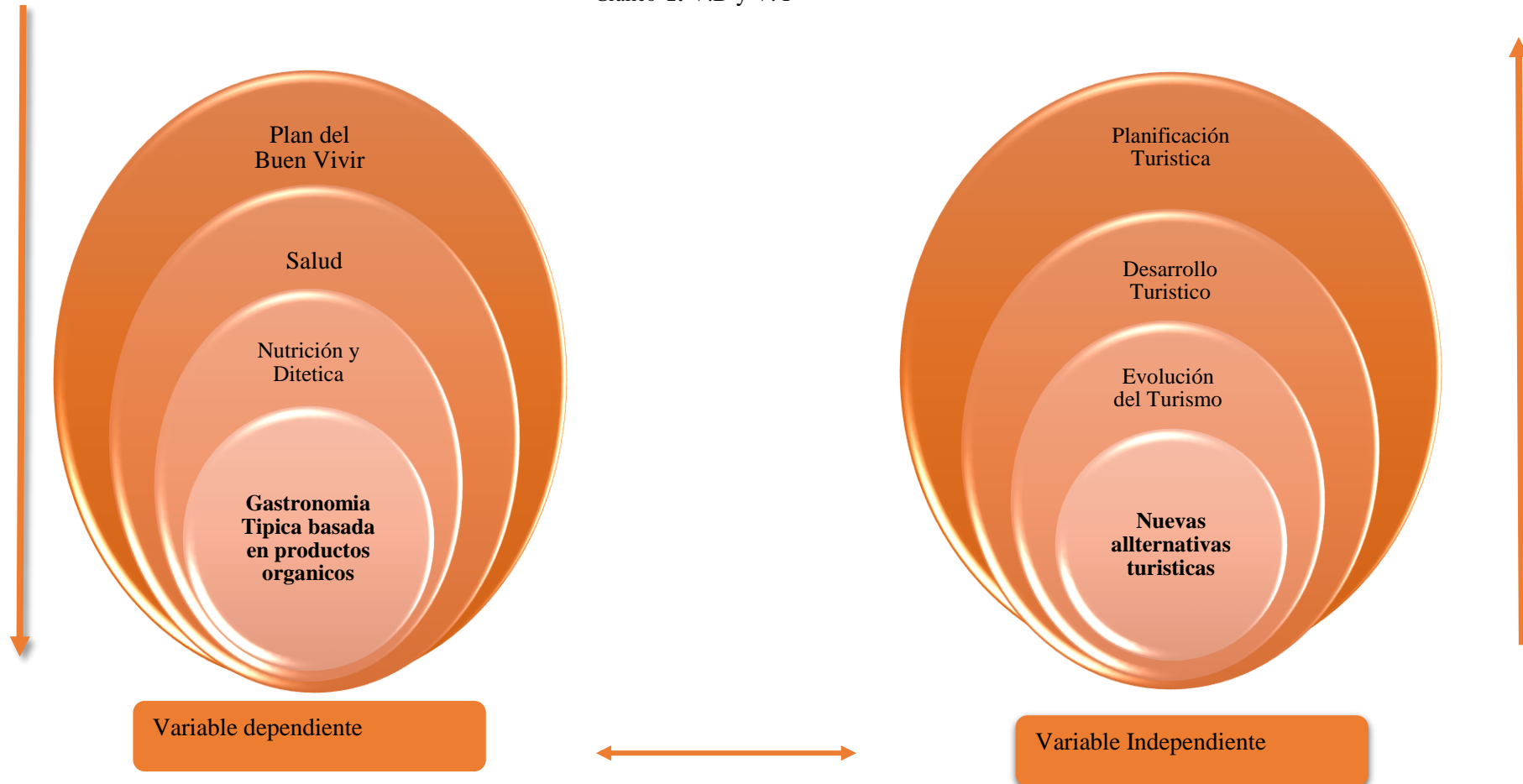
Artículo 27. Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y

orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas.

Artículo 28. Calidad nutricional.- Se prohíbe la comercialización de productos con bajo valor nutricional en los establecimientos educativos, así como la distribución y uso de éstos en programas de alimentación dirigidos a grupos de atención prioritario

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

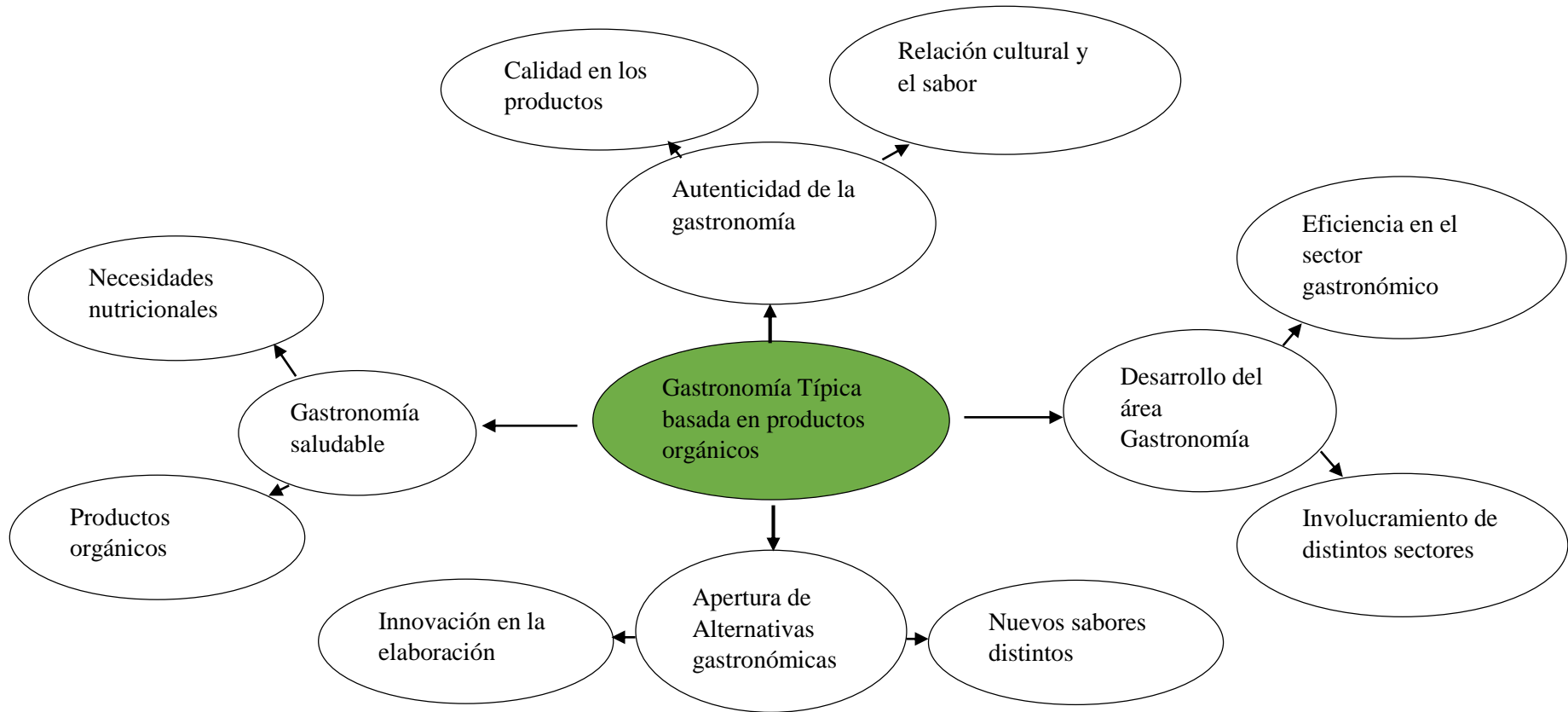
Gráfico 2: V.D y V. I



Elaborado por: Geovanny Javier Cujano Guachi (2016).

2.4.1 Constelación de ideas (Variable dependiente)

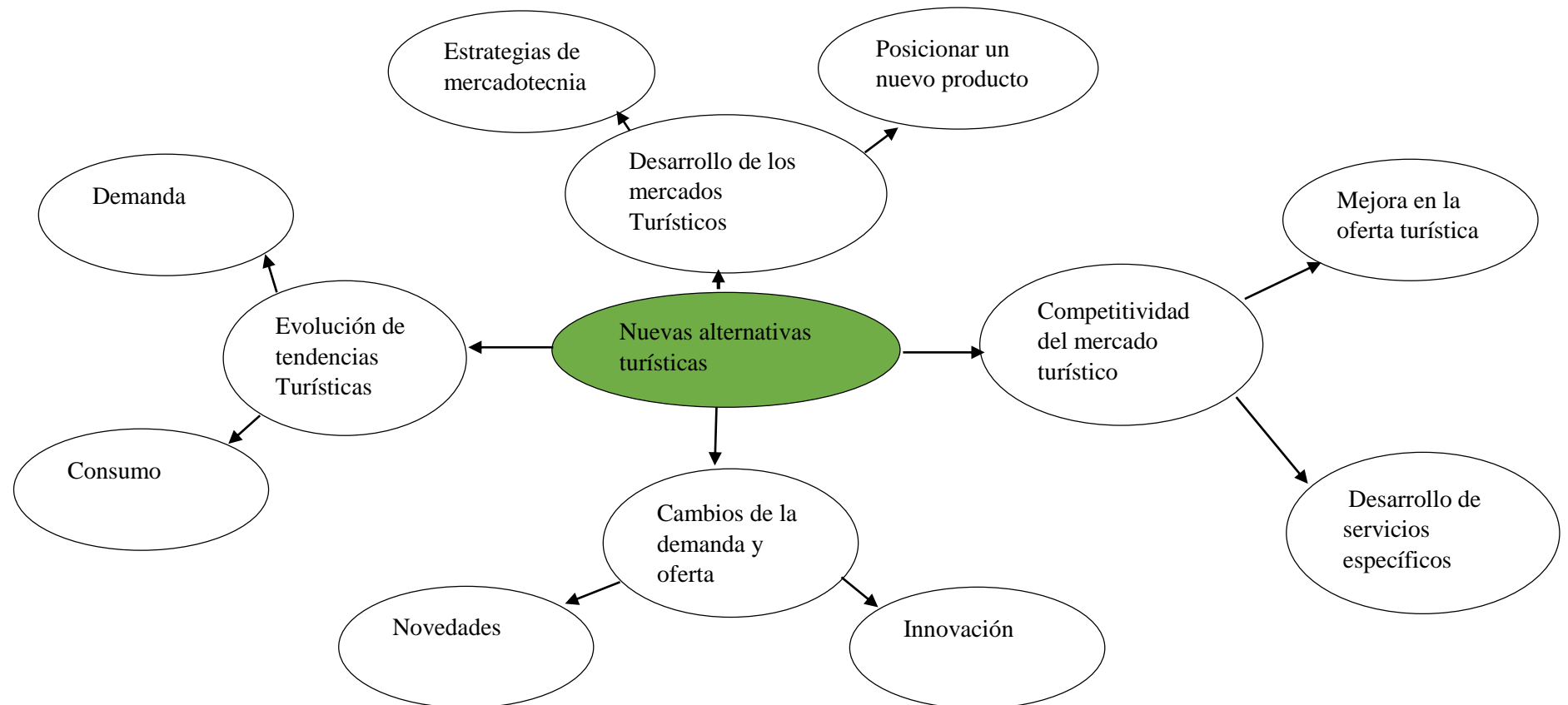
Gráfico 3: Subordinación conceptual (Variable dependiente).



Elaborado por: Geovanny Javier Cujano Guachi (2016).

2.4.2 Constelación de ideas (Variable independiente)

Gráfico 4: Subordinación conceptual (Variable Independiente).



Elaborado por: Geovanny Javier Cujano Guachi (2016).

2.4.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

PLAN DEL BUEN VIVIR

Plan es un instrumento de carácter técnico político en el que de manera general y en forma coordinada se encuentran: lineamientos, prioridades, metas, directivas, criterios, disposiciones, estrategias de acción, financiamiento, y una serie de instrumentos con el fin de alcanzar las metas, alcances, y objetivos propuestos. (Ordaz & Saldaña, 2005, pág. 25)

“EL Buen Vivir es un principio constitucional basado en el ‘Sumak Kawsay’, que recoge una visión del mundo centrada en el ser humano, como parte de un entorno natural y social.” (Ministerio de Educación, s.f).

Se puede interpretar de las definiciones anteriormente propuestas. El plan del buen vivir se basa en conseguir el bienestar colectivo de la sociedad dentro de aquello se puede desatacar ámbitos como la salud, educación y la alimentación, que son las prioridades propuestas en el plan del buen vivir para los años 2013- 2017. Concretando las maneras por medio de las cuales Ecuador buscara mejorar varios aspectos que son de importancia dentro de los ámbitos políticos, sociales y económicos para alcanzar el desarrollo de la matriz productiva la misma que incluye el turismo como una fuente sostenible de ingresos hacia el país.

Para alcanzar las metas propuestas se ha planteado 12 objetivos uno de aquellos el número 3 se enfoca en:

Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social. (Secretaría del Buen Vivir, 2014, pág. 135).

El cual además habla sobre la soberanía alimentaria que establece indicadores sobre el estado de la nutrición en el país índices de importancia que demuestran el progreso en ámbitos de desnutrición.

La desnutrición crónica es el problema de mayor importancia del país, sus niveles no corresponden al desarrollo social y económico del Ecuador. Su tendencia es descendente, pero su progreso es lento. Así, en 1998 se ubicó en 27% y en el 2006 alcanzó el 18.1%, con un promedio de disminución de un punto porcentual por cada año, lo cual es insuficiente para alcanzar la meta del 2015 de reducir en un 50% la desnutrición y el hambre. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo , 2015).

Los porcentajes demuestran la realidad del país en temas de alimentación y nutrición, y sobre todo el desarrollo social y económico, proponiéndose metas para reducir radicalmente la desnutrición y el hambre y conseguir el cumplimiento de los objetivos del plan para el buen vivir.

Pillaro en el sistema económico busca promover; “sectores productivos del mismo y las zonas geográficas en las que se desarrollan las actividades encaminadas a la dinamización de la economía integral del territorio, sus modos de producción, así como sus potencialidades y problemática para con ello, buscar el Desarrollo Económico en concordancia con el Gobierno Nacional y dando cumplimiento a lo establecido con el Plan Nacional del Buen Vivir” (GAD Santiago de Pillaro , 2015).

Con la aplicación de las normas establecidas por el gobierno Nacional el cantón las aplica “como una sociedad incluyente promueve espacios de participación ciudadana para la construcción del buen vivir”.

SALUD

En este sentido se puede decir que la salud es uno de los anhelos más esenciales del ser humano, y constituye la cualidad previa para poder satisfacer cualquier otra necesidad o aspiración de bienestar y felicidad, aunque la salud no puede ser identificada taxativamente como felicidad o bienestar sin más (Feito, 2000, pág. 148)

Objetivo 3 Mejorar la calidad de vida de la población (...) La salud se plantea desde una mirada intersectorial que busca garantizar condiciones de promoción de la salud y prevención de enfermedades que garanticen el adecuado fortalecimiento de las capacidades de las personas para el mejoramiento de su calidad de vida. Se incluyen los hábitos de vida, la universalización de servicios de salud, la consolidación de la salud intercultural, la salud

sexual y reproductiva, los modos de alimentación y el fomento de la actividad física. (Secretaría del Buen Vivir, 2014, págs. 135,137).

La actual prioridad del gobierno es la salud, alimentación y educación tal como se ha expuesto el plan para el buen vivir, la misma que abarca todos aquellos ámbitos para lograr una sociedad con mayores niveles de equidad y participación. La alimentación es un factor de gran importancia debido a su aporte dentro de la sociedad, aquellos productos de los cuales se obtiene la energía necesaria para mantener un cuerpo sano y una salud estable.

La población con niveles adecuados de salud contribuye al desarrollo del país, actualmente la accesibilidad a la salud es más factible para casi toda la población debido a la preocupación del Gobierno sobre el tema, con la construcción de hospitales y centros de salud, esto se puede apreciar en un artículo del diario el telégrafo que dice lo siguiente:

Ecuador es el único país de Hispanoamérica que tiene hospitales públicos con acreditación internacional de calidad (...) Añadió, además, que solo en el 2015, a pesar del año económico difícil, el presupuesto en salud ha sido de \$ 2.500 millones en el país, que supera lo que invirtieron en conjunto 4 gobiernos anteriores (Diario El Telégrafo, 2015).

En el cantón la salud es una de las mayores prioridades, ante la situación planteada el GAD confiere el apoyo necesario para mantener un adecuado índice de salud en la ciudadanía. Dotando del apoyo y gestión necesaria para llevar a cabo, proyectos en esta área. “El sistema de salud en el Cantón Santiago de Pillaro según el sentir de la gente es eficiente, tanto en el trato como en la atención” (GAD Santiago de Pillaro , 2015).

NUTRICIÓN Y DIETÉTICA

La NUTRICIÓN es el Proceso biológico en el que los organismos asimilan los alimentos y los líquidos necesarios para el funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus funciones vitales. La nutrición también es el estudio de la relación entre los alimentos con la salud, especialmente en la determinación de una dieta óptima. (Ruiz & León, 2011, pág. 2)

De la definición anterior se puede destacar que la nutrición viene acompañada de una adecuada dieta factores que ayudan a un buen estilo de vida conformada en su mayor

parte por alimentos sanos con un nivel adecuado de nutrientes, vitaminas y proteínas. La misma que aportan beneficios al organismo y por tanto a la salud que es el factor más preocupante en la actualidad, debido a las enfermedades que se originan con la ingesta de alimentos con altos niveles de grasa o azúcar, las dietas buscan mantener un control en aquellos alimentos que diariamente se consumen con las características mencionadas.

“La dieta constituye la unidad de la alimentación, por lo que se ve influenciada por factores biológicos, psicológicos y socioculturales. De acuerdo a lo anterior, el consumo diario de alimentos es una combinación complicada de influencias innatas y sociales:” (Quezada, 2010, pág. 1).

Dentro de la alimentación se puede tomar en presente estos dos términos: Nutrición y dieta o dietética, una adecuada nutrición fortalece el organismo ante enfermedades como el sobrepeso, la diabetes además con una adecuada dieta se puede evitar complicaciones más graves como lo es el cáncer especialmente a zonas de aparato digestivo, una alimentación sana conlleva una vida sana y productiva.

La dieta alimenticia de la población es adecuada, la mayor parte de los nutrientes obtenidos se obtienen de centros de expendio de productos orgánicos, los mismos que intervienen en la preparación de distintos tipos de gastronomía incluyendo la típica.

La gastronomía es una forma de expresión de la cultura pillareña, de las costumbres y tradiciones que han pasado de generación en generación deleitando paladares de propios y extraños. A través de la preparación de los diferentes platos se puede conocer ciertas características de la alimentación del cantón, información importante que aporta datos como ingredientes básicos y cantidad de nutrientes en la dieta. (Álvarez, 2010).

Los alimentos que la población consume actualmente no cumplen con los requerimientos para una dieta balanceada que proporcione los nutrientes necesarios, la comida chatarra y pre elaborado en algunos casos llega a afectar de una manera significativa al rendimiento del ser humano en las tareas cotidianas.

GASTRONOMÍA BASADA EN PRODUCTOS ORGÁNICOS

Desarrollo gastronómico:

El turismo como fenómeno turístico ha crecido considerablemente y se ha convertido en uno de los más dinámicos y creativos segmentos del turismo. Tantos destinos como empresas turísticas se han dado cuenta de la importancia de la gastronomía con el fin de diversificar el turismo y estimular el desarrollo económico local, regional y nacional (OMT, 2012).

Autenticidad gastronómica: En gastronomía la autenticidad, “es la comida que expresa un conocimiento profundo de cultura o ambiente” (Calva, 2012).

Gastronomía saludable: “una alimentación adecuada debe satisfacer todas las necesidades nutricionales e incorporar valores culturales, sociológicos, gastronómicos y de satisfacción personal e incluye menús de alta calidad gastronómica y bajos en calorías” (Ansón & Varela, 2007).

Alternativas gastronómicas:

La gastronomía típica basada en productos orgánicos, toma como fundamento a un tipo de producción agrícola alternativa, el mismo que involucra varios factores para crear un sistema productivo natural, libre de contaminantes perjudiciales para el ambiente. Asegurando de esa manera la calidad nutritiva de cada uno de los alimentos elaborados a base de este tipo de productos, brindando nutrientes naturales adecuados que benefician a la salud del cuerpo proporcionando una alimentación sana, balanceada y adecuada. Los beneficios de consumir este tipo de gastronomía natural o pura, ayuda a gran parte de la población a evitar enfermedades relacionadas con la mala alimentación e incluso se opina que “seguro es que su organismo funcionará mucho mejor, con lo cual agregará a sus años no solo cantidad, sino que le añadirá calidad” (Maglione, 2015).

“Gastronomía es el estudio de la relación del hombre, entre su alimentación y su medio ambiente (entorno). La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida”. (Arellano Marketing; Apega, 2009)

La gastronomía se la puede catalogar en varios tipos entre los más importantes y destacados tenemos, por ejemplo:

- Gastronomía basada en frutas.
- Gastronomía naturista: para este tipo de gastronomía se obtienen productos de la naturaleza como; verduras, vegetales.
- Gastronomía nacional: se basa en recetas nacionales propias de cada país o región.
- Gastronomía internacional: reúne recetas de varios países.
- Gastronomía vegetariana: su dieta se basa únicamente en vegetales, no interviene ningún tipo de carne.

Este tipo de gastronomía se basa en productos orgánicos, agrícolas que por su bajo contenido de químicos son mayormente apreciadas en el área gastronómica. Según Purdue University:

Los agricultores que producen alimentos orgánicos enfatizan el uso de recursos renovables y la conservación del suelo y el agua. En particular, los alimentos orgánicos se producen sin usar la mayoría de los pesticidas y fertilizantes convencionales y sintéticos, incluidos los residuos cloacales, y sin agregar ingredientes sintéticos (Clayton, 2012, pág. 1)

Se puede determinar como un producto orgánico dentro de la gastronomía, a un producto cultivado de manera natural con implementos completamente orgánicos, el mismo que es apto para el empleo dentro del área gastronómica facultando su calidad natural sin fertilizantes, ni conservantes que aportan los nutrientes necesarios.

La gastronomía orgánica como se afirma (...) “implica potenciar la cocina con productos vegetales de origen orgánico, en los que se rescata por sobre todo su sabor, textura, color, aroma y gran colaboración y respeto por el medio ambiente.” (Rosales, 2011)

Lo expuesto anteriormente determina claramente los beneficios que se pueden obtener de los productos orgánicos, al mismo tiempo que contribuye con la fertilización del suelo, la no contaminación hacia el entorno y aún más si estos se emplean dentro de la gastronomía , caracterizándose por su contenido que posee en menor porcentaje de fertilizantes y la reducida intervención de componentes químicos, contribuye de manera favorable a la cocina, en las épocas actuales se puede encontrar problemas en la alimentación, debido a la reducida presencia de productos orgánicos.

“(…) los alimentos orgánicos como un rubro particular, que se encuentra conformado por un universo de alimentos y bebidas que incluyen frutas, hortalizas, carnes, verduras, vinos, etc.” (amcham trade center, 2008, pág. 5)

Lo orgánico no solamente se involucra con productos agrícolas, sino también con animales que en su época de crianza son tratados de manera adecuada con componentes naturales los cuales garantizan que la carne es apta para el consumo, libre de hormonas y químicos que adulteran su color y sabor.

Según la FAO “La protección, la preservación, la gestión o la restauración de la flora y fauna silvestres y de recursos naturales como los bosques, el suelo y el agua” (Alldritt, 2009, pág. 28).

La FAO determina el aporte que un productor orgánico realiza al medio, ayudando a mantener la flora y fauna y prolongando la fertilidad del suelo manteniendo la presencia de bosques y sobre todo evita que el factor más importante para la vida en el planeta se contamine, el agua.

Dentro de Tungurahua se estima que “6 000 agricultores de Tungurahua siembran sin químicos” (Diario EL COMERCIO , 2013). En el cantón Santiago de Píllaro existen varias granjas que producen productos orgánicos entre las más reconocidas tenemos: Granja Agroecológica del H.G.P.T, Granja Penileo de Marianita Llanganate, además de La quinta ecoturística María Soledad, Paradero Don Homero, Restaurante Pacha Mama, lugares en los cuales se cuenta con alimentos orgánicos dentro de sus platos típicos.

El cantón Pillaro, “es un lugar donde se puede aprender la importancia de la producción orgánica para la salud y para la Tierra” (REGIONAL CENTRO, 2014)

Granja Agroecológica del Gobierno Provincial

“Esta es una granja 100% agroecológica y de reproducción de semillas. Cuenta con un presupuesto anual de \$ 35 mil que se invierte en semillas mejoradas, maquinaria, repuestos, impulso genético y pago del personal (11 jornaleros, uno para cada hectárea)” (REGIONAL CENTRO, 2014).

Agricultores independientes adoptan las nuevas tendencias del turismo relacionado con la producción de productos agrícolas orgánicos, como la granja agrícola natural la Frambuesita, la granja agrícola de Marianita Llanganate, granja agrícola orgánica Las Abejitas de la Sra. María Oyaque, la granja agrícola orgánica San Vicente de Quillan son ejemplos claros de producción limpia.

Además, asociaciones recientes de productores como es el ejemplo de los productores de aguacates y frutas orgánicas en el barrio Quillan dirigida por el señor Guido Pilco.

Cuadro 1: Platos Típicos del Cantón Santiago de Píllaro

PLATOS TÍPICOS MÁS REPRESENTATIVOS DEL CANTÓN	
Tipo	Denominación
Sopas Caldos	Sopa de Gallina Criolla
	Caldo de 31
	Caldo de Morcilla
	Caldo de Nervios
	Morocho de sal
	Yaguarlocro
Asados, Fritos	Fritada de cerdo
	Fritada de res
	Llapingachos
	Trucha
	Borrego asado
	Cuy asado
	Gallina Asada
	Pato al Lodo

Bebidas	Calientes	Champus
		Morocho de leche
		Arroz con leche
	Frías	Chicha de Jora
		Chicha de soya
		Leche de Tigre
		Jucho
		Yogurt
		Chaguarmishque
	Postre	Sal
Mote con chicharrón		
Pan en horno de leña		
Humas		
queso		
Dulce		Tortillas en tiesto
		Quimbolitos
		Empanadas de dulce de zambo
		Higos con queso
		Tamales

Elaborado por: Geovanny Javier Cujano Guachi (2016)

2.4.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

NUEVAS TENDENCIAS TURÍSTICAS

Desarrollo de mercado:

El desarrollo de mercado es una estrategia de mercadotecnia que consiste en la creación de las condiciones necesarias para la colocación en mercado de un producto. La necesidad de desarrollo de mercado puede darse cuando una compañía quiere intervenir en un mercado en el que nunca participó o para la colocación de un producto totalmente nuevo que aun no posee mercado. (HEADWAYS MEDIA, s.f).

Evolución de Tendencias:

(...) las actuales tendencias de la demanda y el consumo turístico están empezando a permitir, e incluso a favorecer, el desarrollo de ámbitos que hasta el momento se habían visto apartados de esta actividad o habían ocupado una posición muy marginal, al no encajar en los parámetros de lo que los antiguos consumidores consideraban como un lugar atractivo para ser visto (Reyes & Barrado, DIGITUM. Depósito Digital Institucional de la Universidad de Murcia., 2005).

Cambios en la demanda y oferta:

La oferta se va acoplado a la demanda, y va desarrollándose lo más rápido que puede. De esta manera, cada temporada hay novedades muy atractivas para el consumidor. Son novedades como cambios en el entorno de la intermediación, la innovación, de búsqueda de nuevos destinos turísticos o el desarrollo de políticas para ahorro de costes o incremento de beneficios. (Pancorbo, 2014).

Competitividad Turística:

“Los destinos turísticos, obligados a mantener una competitividad cada vez más intensa y una lucha incesante para conservar parte de su mercado, se enfrentan a un entorno cada vez más dinámico y sofisticado” (Gaztelumendi, 2012).

La competitividad de un país o región reside, más bien, en la calidad de los factores especializados que permiten valorar su herencia patrimonial por encima de países con un

legado similar. Recursos humanos con capacitación turística, infraestructura diseñada para hacer accesibles los atractivos naturales, mercados de capitales adecuados para financiar proyectos turísticos de largo plazo, niveles de seguridad personal adecuados y alta cobertura de servicios públicos de apoyo son ejemplos de ese tipo de factores especializados. (Moreno, Segura, & Inman, 1998).

Las nuevas alternativas crecen de acuerdo a la demanda, las tendencias que marca el turismo permite el desarrollo de los mercados, el mismo que permite posicionar ideas innovadoras, adaptándose a las necesidades y manteniendo el equilibrio entre la oferta y la demanda. Para posicionar una alternativa dentro del mercado se debe tomar en cuenta factores como la creatividad, innovación y sobre todo la competitividad que obtendrá frente a la diversidad de ofertas que caracterizan al mercado turístico.

Tendencia “(...) desde el enfoque de la industria, una forma de reducir el riesgo de la no-venta o de la no-acertada producción frente a nuevas propuestas, y una manera de división de mercados.” (Cappelli, 2009, pág. 1).

“Desde nuestro punto de vista, existe un conjunto de tendencias que marcan una nueva realidad, que se profundizarán en el tiempo y serán determinantes en la competitividad entre destinos turísticos” (Urani, 2010, pág. 1).

Las nuevas tendencias turísticas se entienden como “El continuo crecimiento cuantitativo del turismo está siendo acompañado en las últimas décadas de profundos cambios cualitativos, que obligan a pensar periódicamente la oferta con el fin de adaptarla a los nuevos gustos y demandas de los consumidores.” (Reyes & Barrado, *Revistas Científicas de la Universidad de Murcia*, 2005, pág. 27)

Las nuevas tendencias turísticas producen novedades relevantes dentro de este tipo de industria, pues desde el punto de vista de la oferta como de la demanda, se demuestra nuevamente como un sector que vuelve a crecer con profundos cambios que atraen a la demanda que notablemente crece en un periodo.

En el año 2011 Ecuador registró un total de 1'146.968 arribos internacionales, de los cuales un 28% corresponde al mercado estadounidense, país que de acuerdo a la Conferencia Anual de los miembros de USTOA3, representa el tercer destino por descubrir o emergente con mayor popularidad para el 2012, después de Vietnam y la India (Caiza & Molina, 2013, págs. 9,10)

Las nuevas tendencias que se pueden encontrar en Ecuador son adecuadas a cada uno de los mercados objetivos que la demanda actual conlleva. Los turistas acuden hacia Ecuador debido a su potencial de atractivos naturales y culturales, a efectos de este conlleva a un mayor incremento de turistas internacionales, brindando apertura hacia futuras visitas.

Las diferentes alternativas turísticas que presenta actualmente el país son varias entre las cuales se puede destacar: el Museo Virtual de la mitad del mundo en Quito con anfitrionas virtuales y hologramas en 3D que cautiva al espectador un ejemplo actual es el museo de la escuela militar Eloy Alfaro "Un lugar donde la historia militar, la naturaleza y el pasado arqueológico tienen su espacio. Exposición de trajes, municiones, retratos de ilustres militares que han dejado huella en la historia del Ecuador, restos de soldados anónimos caídos en combate." (País Turístico, 2015).

En los museos descritos anteriormente se aprecia la innovación que tiene el turismo en busca de nuevas alternativas que poco a poco posicionan al país entre los mejores destinos del mundo.

En Ecuador, con la campaña "ALL YOU NEED IS ECUADOR", se han destacado 6 las bases navales y destacamentos militares, que tienen una importante potencialidad turística. Poseen una carga histórica y cultural que las convierten en un destino turístico obligatorio si se quiere conocer más de nuestro país. (Vera, 2014)

A nivel nacional el turismo militar es la nueva alternativa turística para el país debido a su gran potencial cultural, histórico, arquitectónico y de entretenimiento. Varias personas adoptan estas nuevas modalidades de realizar turismo interno, que sin duda alguna exploran nuevas maneras a través de las cuales el turismo se ha convertido en una fuente de aprendizaje.

En Santiago de Pillaro, varias localidades optan por alternativas turísticas, que se adapten a las necesidades de la demanda fluctuante, imponiendo retos de cambios y adaptación hacia los atractivos y recursos turísticos. Además se presentan varias alternativas de turismo como:

- Ciclismo: En la parroquia Presidente Urbina con la Asociación Agrovida
- Caminata: Caminatas por los senderos y agroturismo con la Asociación Agrovida,
- Treking de aventura en la cascada de Baquerizo Moreno y rapel en la parroquia de Urbina
- Cabalgata: Se puede realizar en la Parroquia Baquerizo Moreno con el grupo Asociación Quinuales.
- Observación y Fotografías: Parroquia Baquerizo Moreno con el grupo Asociación Quinuales. turismo cultural, turismo religioso, artesanías. Complejos, lagunas, cascada.
- Iglesias y Conventos: Niña María de Jerusalén "San Miguelito", Matriz, El Señor de los remedios "Ciudad Nueva". (Álvarez, 2010)

“En Quillán de Pillaro funcionan 16 microemprendimientos turísticos manejados por las familias locales, lo que permite al visitante tener una interesante diversidad de actividades. Hay restaurantes, senderos guiados, una tarabita y puestos de artesanías, entre otros negocios.” (Cevallos & Villacrés, 2013).

El cantón fomenta nuevas maneras de potencializar el turismo de manera que varias parroquias rurales y urbanas se involucren en una actividad de recreación con factores económicos. La parroquia San José de Poalo adopta formas diferentes de atraer la demanda turística:

“La comunidad se ha organizado para realizar un proyecto de turismo comunitario que consiste en ofrecer hospedaje, alimentación y visitas guiadas a los Llanganates ... Dentro de sus paseos ofrecen una ruta agroturística a través de huertos familiares, los murales en los alrededores de la plaza central (allí cuentan sus leyendas y tradiciones), el museo agrícola, y los talleres de emprendimiento.” (Cevallos & Villacrés, 2013)

La ruta del KURIPISHCU se posiciona entre las nuevas alternativas turísticas de la cual es participe el cantón;

atraviesa los cantones Salcedo, Píllaro, Patate y Baños, provincias de Cotopaxi y Tungurahua, es la primera ecoruta del centro de país incluida en la Estrategia Nacional de Aviturismo, misma que dinamiza la economía de la gente local a través de la sostenibilidad ambiental, social y económica (GAD Santiago de Pillaro , 2015)

EVOLUCIÓN TURÍSTICA

Para una mejor comprensión de evolución turística se debe comprender los términos involucrados “La palabra evolución proviene del latín, donde significa desarrollar, desplegar. Vale decir, se supone que no se crea nada nuevo, sino que se hace aparecer lo que ya estaba presente, aunque oculto.” (Ossándon, 2008, pág. 5)

El Sector necesita evolucionar y saber adaptarse a las tendencias y preferencias de los mercados. Por este motivo, el tejido empresarial carece y necesita herramientas innovadoras que fomenten su promoción y comercialización a través de Internet y en redes sociales, incrementando así la rentabilidad en su operativa (Optitur, s.f, pág. 1)

Se concluye que para que exista evolución debe existir una adopción hacia las tendencias. El turismo por su parte se adapta a los requerimientos de la demanda en varios ámbitos como las nuevas alternativas turísticas y sobre todo a las nuevas formas de servicio, la evolución turística se da desde sus inicios, con un crecimiento dinamizador de la economía de los sectores que se involucran en sus medios. En la actualidad el turismo es un medio rentable, los países toman al sector turístico como un ámbito prioritario que es de importancia de desarrollo nacional, Ecuador se incluye dentro de los mismos encontrando en ello una manera de progreso, en nuestro país la evolución turística se adapta hacia las nuevas tendencias para mantenerse a la vanguardia y crear medios llamativos hacia la demanda turística.

Se puede indagar que el turismo es el movimiento voluntario de personas con fines de recreación, descanso, etc.

Por lo largo de los años el turismo y su evolución hacia un medio sustentable y generador de economías han conllevado con grandes beneficios especialmente hacia sectores en vías de desarrollo, mejorando de una forma considerable la condición de vida de varios sectores que se relacionan con este tipo de industria.

Santiago de Pillaro adapta las nuevas opciones de realizar turismo de manera que la evolución dentro del área sea notoria.

El Departamento de Cultura del Municipio de Santiago de Pillaro, se encuentra encaminado a fomentar la actividad turística del cantón para ello ha elaborado un Mapa en el que se establece los sitios catalogados como turísticos en las diferentes parroquias. Con la difusión del siguiente mapa, se busca traspasar fronteras y darse a conocer al resto del país como un potencial turístico (GAD Santiago de Pillaro , 2015)

DESARROLLO TURÍSTICO

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos. (Pearce, 1991, pág. 14).

Entre las actividades que el Estado puede emprender con miras a generar ocupación masiva de mano de obra, están las del turismo, que se caracterizan por su mayor efecto multiplicador y por una inversión menor que la demandada en otros sectores productivos, como el petróleo. (Ramírez, 2006, pág. 15).

Desde sus inicios el sector turismo ha obtenido grandes cambios de acuerdo a las tendencias de la época ofertando productos que se adapten a las necesidades que tiene un turista, durante su desarrollo se ha estandarizado la oferta, por medio de una adecuada planificación y gestión de recursos, sin embargo, la industria turística también emplea nuevas tecnologías de vanguardia junto con infraestructuras que mejoran la estancia y servicio hacia los turistas.

Dentro del desarrollo turístico se puede notar una gran variedad debido a la adopción que la misma toma frente a una competitividad dentro de los mercados, basándose también en la demanda. Creando de esa manera un beneficio socio productivo y un beneficio hacia la economía que la actividad turística genera incluyendo a todos los sectores que intervienen en la economía dinámica que promueve la sostenibilidad y sustentabilidad.

Se ha tomado al turismo como una estrategia de desarrollo económico nacional, como una fuente generadora de empleo y dinamizadora de sectores que se involucran dentro de la actividad turística.

Píllaro tiene 4 rutas que actualmente se encuentran en el mercado local, provincial, nacional e internacional: Ruta de los Lagos, Ruta del Derrotero de Valverde, Ruta Aucacocha-sector las tres Torres y Ruta Cerro Hermoso. (GAD Santiago de Pillaro , 2015).

Dentro del desarrollo turístico los actores involucrados en el sector comienzan a pensar en un tipo de turismo justo, solidario e incluyente.

Existen aproximadamente treinta lugares de esparcimiento: complejos turísticos, bares, discotecas, estadios, parques, canchas de deportes. En el cantón existen todos los servicios básicos. (Álvarez, 2010).

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

“Consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y la determinación de tiempo y número necesarios para su realización.” (Reyes A. , 2012).

“En general se traduce en un plan estratégico que integra todos los aspectos del desarrollo turístico incluyendo los recursos humanos, medioambientales y socioculturales.” (Sancho, 2004, pág. 189).

La planificación y el turismo se correlacionan entre sí para lograr un cambio y desarrollo en el ámbito turístico conjuntamente. El turismo es un fenómeno de relaciones sistemáticas concretas que permiten que un objetivo se cumpla beneficiando a una zona determinada. La planificación turística ayuda a que un atractivo sea sostenible y sustentable es decir se auto suficiente.

La adecuada planificación mejora la comprensión de acciones para la toma de decisiones en un futuro evitando efectos que desfavorezcan o afecten al progreso del campo turístico

Ecuador ha desarrollado varios planes para el avance del turismo entre aquellos se encuentra el plan para el buen vivir, el plan de tour 2020 además existe diferentes centros de Coordinación Zonal del Ministerio de Turismo en donde se elaboran planes para su pronta implementación.

La nueva visión de la planificación turística es una interrelación entre los factores de demanda de los tipos de mercado turístico y los de oferta que existen en el territorio. Este proceso se complementa con escenarios prospectivos e integración de recursos, como los avances en vialidad, lo que abre las puertas a una mayor competitividad (Diario El Telégrafo, 2014)

Se puede concluir del párrafo anterior, que dentro de la planificación turística no simplemente se toman decisiones sobre aspectos de recursos o atractivos turísticos sino también sobre situaciones como movilidad, servicios básicos, hospitalidad y servicios complementarios que permiten demostrar el potencial de una zona turística.

El canton Santiago de Pillaro basa su planificación turística según lo dispuesto

en el Plan Nacional del Buen Vivir en su estrategia “Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario” así como en el objetivo número 4: “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable” (GAD Santiago de Pillaro , 2015).

Además, según el cuadro del PLANDETUR 2020 clasifica actividades turísticas por regiones, Tungurahua y por ende sus cantones, son adecuados para realizar actividades como; el agroturismo, turismo comunitario, turismo cultural, turismo urbano, turismo en haciendas tradicionales, ecoturismo, turismo de naturaleza, turismo de deportes y aventura y turismo de salud.

Gráfico 5: Turismo por Regiones PLANDETUR 2020

Producto del destino	Producto potencial para el destino	Variantes												
		Sierra Norte	Costa Norte	Sierra Centro	Amazonia Norte	Amazonia centro	Costa Centro	Costa Sur	Austro	Frontera Sur	Galápagos	Quito, Distrito Metropolitano	Guayaquil, Distrito Metropolitano	
Productos destacables														
Circuitos generales	Circuitos generales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sol y playa	Sol y playa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo comunitario	Turismo comunitario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo cultural	Patrimonio naturales y culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mercados y artesanías	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gastronomía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Shamanismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fiestas populares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Turismo religioso	Turismo religioso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parques temáticos	Turismo urbano	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Turismo arqueológico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Haciendas históricas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Parques temáticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Parques nacionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Reservas y bosques privados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ríos, lagos, lagunas y cascadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Deportes terrestres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo de deportes y aventura	Deportes fluviales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Deportes aéreos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Deportes acuáticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo de salud	Termalismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agroturismo	SPAs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Haciendas, fincas y plantaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Turismo de cruceros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fuente: (PLANDETUR 2020, 2007)

Las autoridades pertinentes planifican estrategias para el desarrollo de la provincia en la cual se involucra el sector turístico del cantón Pillaro.

El H. Gobierno Provincial de Tungurahua, mediante su Comité de Turismo ... desde 2009 planifica y coordina la Estrategia de Turismo de Tungurahua ... Con esta información se presenta los sitios turísticos ... mismos que han sido considerados para formar parte de la Ruta Agroecoturística Artesanal de Píllaro debido a las facilidades y comodidades básicas que prestan: estacionamiento, atención al cliente, capacidad de alojamiento (GAD Santiago de Pillaro , 2015)

2.5 HIPÓTESIS

La gastronomía típica y el escaso empleo de productos agrícolas orgánicos afectan el desarrollo de nuevas alternativas turísticas para el Cantón Santiago de Píllaro.

2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES DE LA HIPOTESIS

Variable Dependiente: Gastronomía típica basada en la utilización de productos orgánicos.

Variable Independiente: Nuevas Alternativas Turísticas.

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 EL ENFOQUE

La presente investigación se basará en un tipo de enfoque cuantitativo y cualitativo.

El enfoque Cuantitativo:

Es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica (Sampieri, 2014)

Al emplear el enfoque cualitativo se podrá obtener porcentajes y estadísticas que demostrarán la realidad en la cual se encuentra el sector gastronómico del cantón y permitirán reconocer los verdaderos resultados que se obtendrán al emplear la gastronomía típica con productos orgánicos dentro del desarrollo de nuevas alternativas turísticas en el cantón permitiendo comprobar la hipótesis planteada.

El Enfoque Cualitativo:

Preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas (Sampieri, 2014).

Este tipo de enfoque permitirá emplear medios de información como la encuesta, entrevista, la observación que permitan determinar la importancia de los productos orgánicos en la salud y el turismo, por medio del cual se podrá interpretar las diferentes características y opiniones de los pobladores, turistas y personas involucradas con la producción de productos agrícolas orgánicos de los cuales se obtendrá valiosa

información proporcionando resultados que ayudarán a comprender más acerca del problema planteado.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

De Campo

La investigación de campo permitirá adentrarse con los principales lugares turísticos y lugares de producción agrícola orgánica para obtener un contacto directo con la realidad en el área gastronómica, además se analizará los sectores involucrados permitiéndonos determinar los hechos que afectan o contribuyen al desarrollo potencial de la gastronomía con productos orgánicos y su contribución con las nuevas alternativas turísticas.

Documental- bibliográfica

La investigación documental- bibliográfica permitirá la orientación del tema de por medio de recursos investigativos realizados sobre la gastronomía típica, y el desarrollo turístico del cantón con el propósito de detectar, enfoques desde distintos criterios, además de ampliar el conocimiento sobre los temas a investigar proporcionando teorías y conceptualizaciones que complementarán a la investigación.

Investigación social

La observación hacia la sociedad en la cual se desarrolla el turismo y sus miembros involucradas en los cuales se conoce diferentes tipos de turismo y sus nuevas tendencias para aportar al desarrollo social y económico de las poblaciones implicadas en esta área

Esas son las actitudes y tendencias del turismo envuelto en la sociedad, el fin es extraer la suficiente información que permita desarrollar una solución de un modelo viable a las necesidades y requerimientos en los cuales se encuentran inmersos los actores turísticos

3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación a aplicarse son: exploratorio y descriptivo

Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y, por lo común, anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos. Por lo general, los estudios descriptivos son la base de las investigaciones correlacionales, las cuales a su vez proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y están muy estructurados (Sampieri, 2014)

El nivel exploratorio contribuirá para conocer la verdadera importancia y empleo de los productos orgánico agrícolas dentro de la gastronomía típica para el desarrollo de nuevas alternativas turísticas, además se obtendrá información de todos los procesos adoptados recolectando medios verificables para la factibilidad del problema

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Sampieri, 2014)

El estudio descriptivo favorecerá el análisis y la descripción de las circunstancias actuales del desarrollo gastronómico del cantón

Técnicas de Investigación

La recolección de información se la realizara a través de:

Encuesta(Cuestionario):

Una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo, llevada a cabo en el contexto de la vida cotidiana utilizando procedimientos estandarizados de interrogación y con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de una población. (Ferrando, 2015)

Entrevista (guía de entrevistas):

Entrevista, es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistado obtiene información del entrevistado de forma directa. (Pelaez, Rodriguez, & Ramirez, s.f)

Entrevista no estructurada o abierta: se aplicará este tipo de entrevista debido a su nivel de intercambio libre de información que permite sustraer información específica para fines investigativos.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

Para realizar la investigación se ha tomado como referencia a todos los habitantes del Cantón Santiago de Píllaro que está conformado por 38.357 habitantes según datos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) tomados en el último censo realizado en el año 2010.

Cuadro 2: Población

POBLACIÓN DEL CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO	
Hombres	18.091
Mujeres	20.266
Total	38.357

Elaborado por: Geovanny Javier Cujano Guachi (2016)
Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010

3.4.2 MUESTRA

La encuesta se dirigirá únicamente a las personas que se encuentren involucradas dentro del ámbito turístico y cuyo aporte será de gran importancia para la investigación.

El universo de estudio se focaliza a los siguientes datos de los cuales se obtiene un resultado total tomando aspectos como el número de turistas que visitan el cantón que son “75.000 visitas al año” (GAD Santiago de Píllaro, 2015), de lo cual se obtiene un aproximado de 6.250 visitas mensuales, lugares de restauración gastronómica típica debido a sus conocimientos sobre el ámbito gastronómico y turístico, entre los cuales se encuentran paraderos turísticos, restaurantes y comida típica ofrecida en los principales mercados del cantón, propietarios de granjas agrícolas con productos orgánicos, además se realizara a un grupo selectivo de personas las mismas que están inmersas dentro del

carácter turístico como es el GAD Santiago de Píllaro, departamento de Cultura y Turismo, además los GAD parroquiales y personas expertas en el tema

Cuadro 3: Muestra

CANTÓN SANTIAGO DE PÍLLARO		
Lugares aptos	Numero	Indicador
Restaurantes	5	5(Propietarios o empleados)
Paraderos turísticos	5	8(Expendedores y propietarios)
Mercados centrales	1	10(Propietarios o encargados)
GAD Parroquiales	2	2(encargado de gestión)
GAD cantonal	1	2(Jefe del departamento de turismo)
Turistas que visitan mensualmente el cantón	6250	362(turistas)
Granjas Agrícolas y pequeños productores orgánicos	5 lugares	5(Encargados y Propietarios)
Total	26 lugares aptos	394 personas

Elaborado por: Geovanny Javier Cujano Guachi (2016)

Para determinar la muestra de la cantidad de turistas que deben considerarse para la investigación del proyecto se aplicará la siguiente fórmula:

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

En donde:

n: tamaño de muestra

Z: nivel de confiabilidad (1,96)

P: probabilidad de que ocurra (0,5)

Q: probabilidad de que no ocurra (0,5)

N: población (6.250)

e: error de muestreo (0,05)

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

$$n = \frac{6.250 * 1.96^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(6.250 - 1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(0.96) * 6.250}{15.622 + 0.9604}$$

$$n = \frac{6.002.5}{16.5824}$$

$$n = 362$$

El resultado demuestra que 362 turistas deben ser encuestados

Para realizar la investigación se ha tomado como muestra a todos los propietarios de los restaurantes, paraderos turísticos y propietarios de locales de comida típica del mercado principal, propietarios y encargados de las granjas agrícolas y pequeños productores. Además, se encuestará a personas que se encuentran involucradas en el proceso turístico como son miembros del GAD Santiago de Píllaro y el GAD parroquial incluye 2 parroquias: San Miguelito y Emilio María Terán en las mismas se encuentran los paraderos turísticos a los cuales se realizara la encuesta prevista. En total suman un aproximado de 394 personas que proporcionarán información adecuada y verídica para aplicarla a la investigación a realizarse.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente: Nuevas alternativas turísticas

Cuadro 4: Operacionalización de la variable independiente

CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
<p>“El continuo crecimiento cuantitativo del turismo está siendo acompañado en las últimas décadas de profundos cambios cualitativos, que obligan a pensar periódicamente la oferta con el fin de adaptarla a los nuevos gustos y demandas de los consumidores.” (Reyes & Barrado, Revistas Científicas de la Universidad de Murcia, 2005)</p>	<p>Crecimiento cuantitativo</p> <p>Crecimiento cualitativo</p> <p>Oferta se adapta a nuevos gustos y demandas</p>	<p>Mayor flujo de turistas</p> <p>Búsqueda de nuevas alternativas</p> <p>Estándares Normas Conservación</p> <p>Nuevas tendencias aceptadas por turistas</p>	<p>¿Considera usted a la gastronomía basada en la utilización de productos orgánicos como una nueva tendencia que ayudaría al desarrollo de nuevas alternativas turísticas para el cantón? SI () NO ()</p> <p>¿Considera usted que la gastronomía típica elaborada a base d productos orgánicos atraería la atención de los visitantes aumentando de esa manera el turismo en el cantón? SI () NO ()</p> <p>¿Cuáles son las razones por las cuales usted consideraría que la población no consume productos orgánicos? Estilo de vida() Precio() Sabor() desconocimiento()</p> <p>¿En qué nivel cree usted que aporta al cuidado del ambiente y la producción de productos orgánicos cunado adquiere o consume un producto orgánico? Alto() Medio() Bajo()</p> <p>¿Identifica los productos orgánicos que se producen en el cantón Santiago de Píllaro? SI () NO ()</p>	Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Geovanny Javier Cujano Guachi (2016).

Variable Dependiente: Gastronomía típica basada en productos orgánicos

Cuadro 5: Operacionalización de la variable Dependiente

CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Gastronomía basada en la cocina sostenible, que elige elementos de origen natural u orgánico, considerados como productos saludables, debido a los altos porcentajes de nutrientes y vitaminas que aporta al organismo, esta oferta orgánica se incluye en las prácticas gastronómicas que desarrolla interés hacia los consumidores creando mayor demanda hacia los productos de origen natural.	<p>Cocina sostenible</p> <p>Productos saludables</p> <p>Mayores porcentajes de nutrientes, vitaminas</p> <p>Oferta orgánica</p> <p>Mayor demanda de productos de origen natural</p>	<p>Gastronomía con productos orgánicos</p> <p>Aporte a la salud, bienestar</p> <p>Calidad de los productos</p> <p>Introducción al mercado consumidor</p> <p>Creciente consumo de productos orgánicos</p>	<p>¿Considera usted que los platos típicos con productos orgánicos tendrán acogida? SI () NO()</p> <p>¿En qué porcentajes considera que los productos orgánicos mejorarían la calidad de vida de los turistas y pobladores, evitando enfermedades alimenticias como la diabetes y el sobrepeso? Alto() Medio() Bajo()</p> <p>¿Considera usted a la gastronomía basada en la utilización de productos orgánicos ayudaría a la salud de la población? SI () NO()</p> <p>¿Considera usted que los productos orgánicos se deberían incluir con mayor frecuencia en el menú ofertado por los restaurantes y paraderos turísticos? SI () NO()</p> <p>¿Qué porcentaje de la población considera usted que consume o ha consumido productos orgánicos? Alto() Medio() Bajo()</p>	Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Geovanny Javier Cujano Guachi (2016).

3.6 RECOLECCION DE INFORMACIÓN

Cuadro 6: Recolección de Información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• ¿Para qué se realiza la Investigación?	Para solucionar diversos problemas, proponer soluciones y cumplir los objetivos de la investigación
<ul style="list-style-type: none">• ¿De qué personas u objetos?	Pobladores y turistas que visitan el Cantón Santiago de Píllaro
<ul style="list-style-type: none">• ¿Sobre qué aspectos?	Lugares con gastronomía típica basada en productos orgánicos
<ul style="list-style-type: none">• ¿Quiénes?	El Investigador
<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuándo?	Periodo académico: Octubre 2015 Abril 2016
<ul style="list-style-type: none">• ¿Dónde?	La investigación se llevará a cabo en el Cantón Santiago de Píllaro
<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuántas veces?	Una sola vez
<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas
<ul style="list-style-type: none">• ¿Con que?	Cuestionarios enfocados a la problemática
<ul style="list-style-type: none">• ¿En qué situación?	Días de mayor afluencia turística

Elaborado por: Geovanny Javier Cujano Guachi (2016)

3.7 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Para llevar a cabo el procesamiento de la información de la investigación se tomará en cuenta varios aspectos de manera que no se posea errores y permita obtener la información eficaz y verídica de manera que se pueda continuar con el proyecto de investigación

- Revisión detallada y crítica de la información que se preparó de manera que las preguntas realizadas puedan resolver las inquietudes de la investigación

eliminando aquella que este incompleta o defectuosa que provoque mayores inquietudes antes que respuestas

- Ordenar, contabilizar y tabular la información
- Análisis de los resultados obtenidos al final de la tabulación
- Interpretación de las estadísticas obtenidas del proceso y gráficos estadísticas
- Estudio y síntesis de los resultados finales de manera que se pueda mitigar la problemática

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN GENERAL DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

1. ¿Considera usted que los platos típicos con productos orgánicos tendrán acogida?

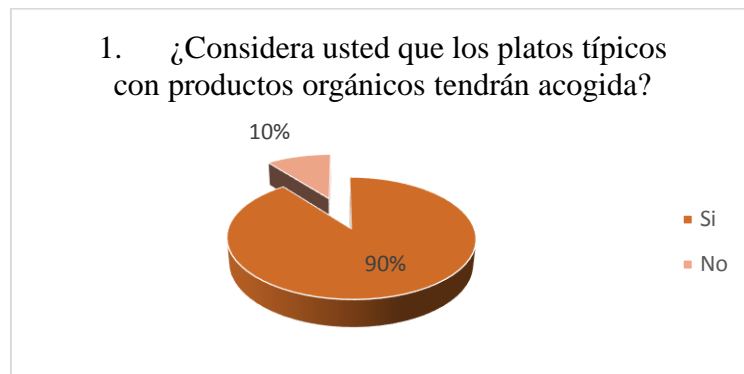
Cuadro 7: Tabulación pregunta 1

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	353	90%
No	41	10%
Total	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 6: Representación gráfica pregunta 1



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Análisis:

El 90% de las personas encuestadas afirman que los platos típicos con productos orgánicos tendrán acogida, mientras un 10% opina diferente.

Interpretación:

El resultado hacia la primera interrogante 353 personas, admiten que la gastronomía con productos orgánicos tendrá gran acogida debido, a que en la actualidad la mayor parte de turistas buscan alimentos sanos que ayuden a la salud. Sin embargo, 41 personas opinan que no tendrá gran acogida debido a la innovación de la gastronomía con diferentes elementos.

2. ¿Considera usted a la gastronomía basada en la utilización de productos orgánicos ayudaría a la salud de la población?

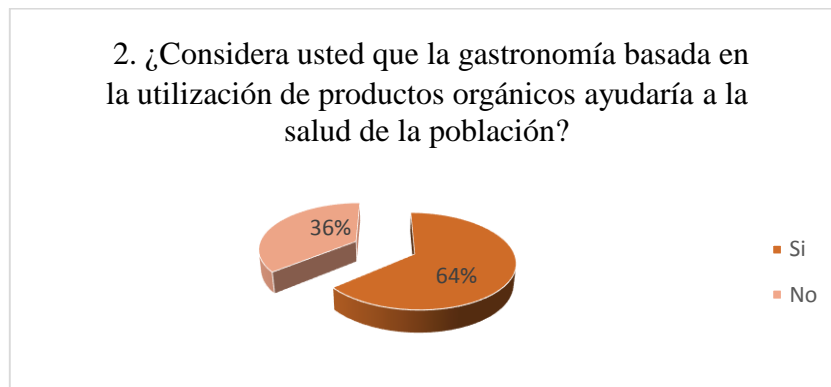
Cuadro 8: Tabulación pregunta 2

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	252	64%
No	142	36%
Total	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 7: Representación gráfica pregunta 2



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Análisis:

El 64% afirma que los productos orgánicos podrían aportar a la salud, frente a un 36 % que no lo considera de esa manera.

Interpretación:

El mayor porcentaje de personas encuestadas considera que la gastronomía basada en la utilización de productos orgánicos ayudaría a mantener una mejor salud, un menor porcentaje opina diferente debido a que los diferentes tipos de enfermedades relacionadas con la alimentación no pueden ser tratadas con el consumo de productos orgánicos.

3. ¿Considera usted que la gastronomía típica elaborada a base de productos orgánicos atraería la atención de los visitantes aumentando de esa manera el turismo en el cantón?

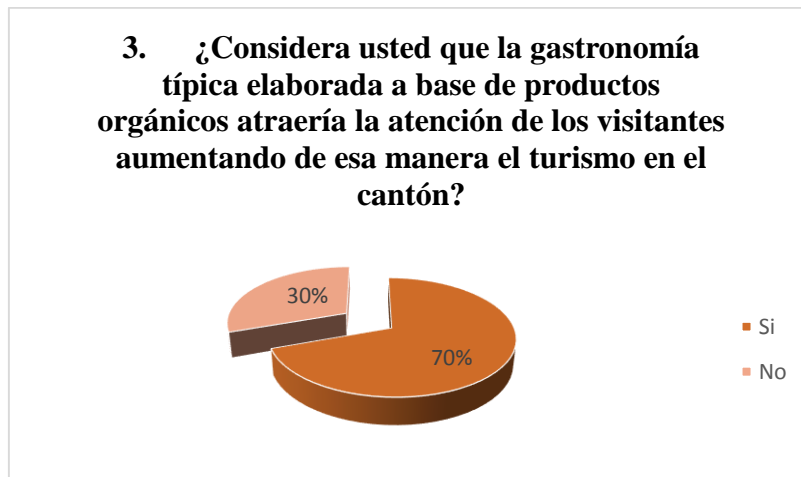
Cuadro 9: Tabulación pregunta 3

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	274	70%
No	120	30%
Total	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 8: Representación gráfica pregunta 3



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Análisis:

El 70% opina que este tipo de alternativa turística si atraería más turistas, sin embargo, el 30% considera que no será una opción para atraer turistas.

Interpretación:

Un alto porcentaje considera que este tipo de gastronomía atraería la atención de turistas, un menor porcentaje da un criterio negativo debido a que en su mayor parte los turistas buscan comida relacionada con su medio en este caso la comida rápida.

4. ¿Identifica los productos orgánicos que se producen en el cantón Santiago de Píllaro?

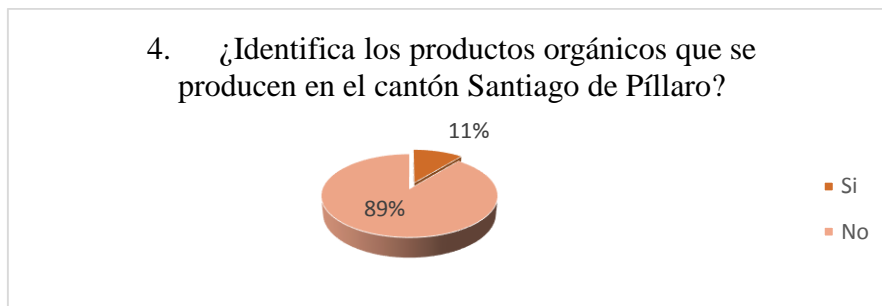
Cuadro 10: Tabulación pregunta 4

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	11%
No	351	89%
Total	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 9: Representación gráfica pregunta 4



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Análisis:

El 89% no identifica los productos orgánicos que se producen en el cantón solamente el 11% conoce los lugares en los cuales se los puede conseguir.

Interpretación:

Un porcentaje menor conoce los productos orgánicos y los diferentes lugares y medios por los cuales se identifican, sin embargo, la mayor parte no idéntica ningún tipo de producto orgánico dentro del cantón debido a varios factores como, poca producción, falta de accesibilidad de estos productos al mercado, marketing.

5. ¿Considera usted que los productos orgánicos se deberían incluir con mayor frecuencia en el menú ofertado por los restaurantes y paraderos turísticos?

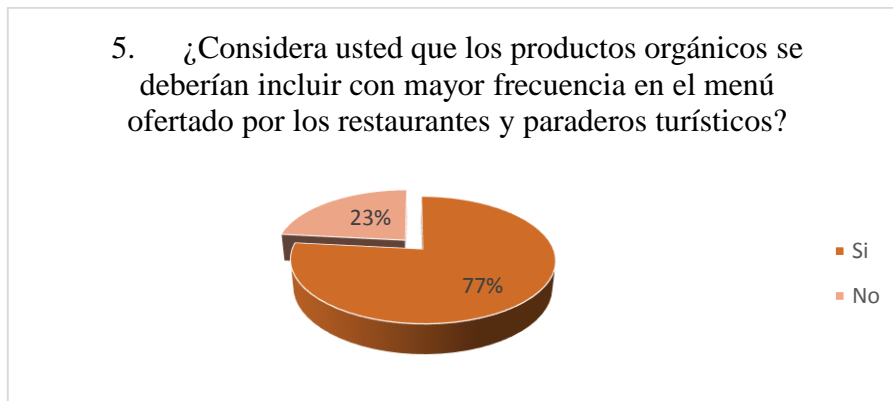
Cuadro 11: Tabulación pregunta 5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	302	77%
No	92	23%
Total	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 10: Representación gráfica pregunta 5



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Análisis:

El 77% acepta la idea de incluir productos orgánicos en el menú ofertado el 23% restante considera lo contrario.

Interpretación:

Un elevado porcentaje, está de acuerdo en que se debería incluir productos orgánicos en el menú ofertado por los restaurantes debido a la acogida que este tipo de productos está obteniendo, en su mayor parte los pobladores buscan alimentos sanos, una menor cantidad concluye que no se debería incluir debido a que este tipo de productos dentro de la gastronomía típica.

6. ¿En qué porcentajes considera que los productos orgánicos mejorarían la calidad de vida de los turistas, evitando enfermedades alimenticias como la diabetes y sobrepeso?

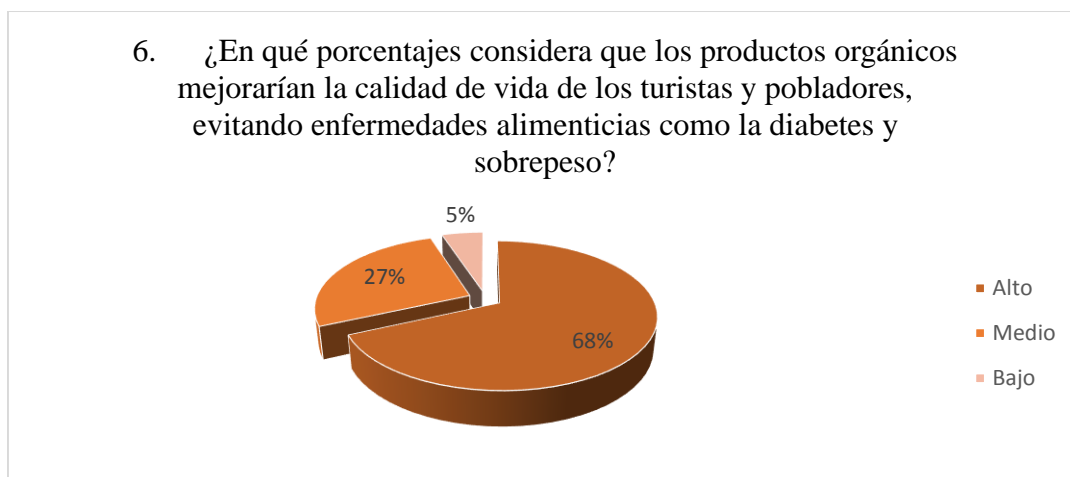
Cuadro 12: Tabulación pregunta 6

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Alto	269	68%
Medio	105	27%
Bajo	20	5%
Total	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 11: Representación gráfica pregunta 6



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Análisis:

Un 68% concluye que, si mejoraría la calidad de vida de los turistas, 27% concluye que mejoraría su calidad de vida en niveles adecuados, sin embargo, el 5 % restante no considera aquello.

Interpretación:

Un alto porcentaje consideran que consumir este tipo de productos mejorarían la calidad de vida de los turistas, un porcentaje considerable opina que aporta en un nivel medio consumo de este tipo de productos hacia su estilo de vida, sin embargo, una menor cantidad de personas encuestadas concluye que no mejoraría su calidad de vida en un nivel medio.

7. ¿Qué porcentaje de la población considera usted que consume o ha consumido productos orgánicos?

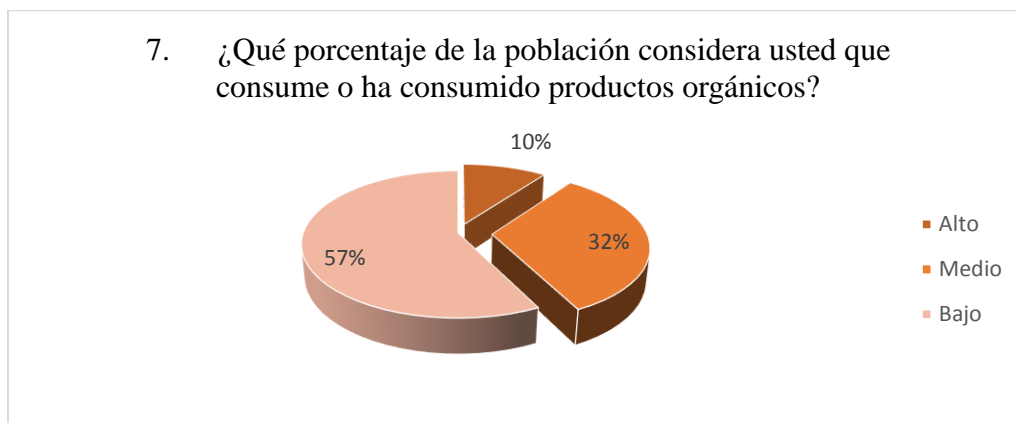
Cuadro 13: Tabulación pregunta 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Alto	40	10%
Medio	128	32%
Bajo	226	57%
Total	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 12: Representación gráfica pregunta 7



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Análisis:

El 57% considera que un nivel bajo de consume productos orgánicos el 32% un nivel medio y el 10% restante concluye que un alto porcentaje consume este tipo de productos.

Interpretación:

Un menor porcentaje opina que un alto nivel de personas consume este tipo de productos, el 39% predice que un nivel medio de la población consume productos orgánicos finalmente el 48% considera que la población no consume productos orgánicos debido a muchos factores que influyen al momento de alimentarse adecuadamente.

8. ¿En qué nivel cree usted que aporta al cuidado del ambiente y la producción de productos orgánicos cuando adquiere o consume un producto orgánico?

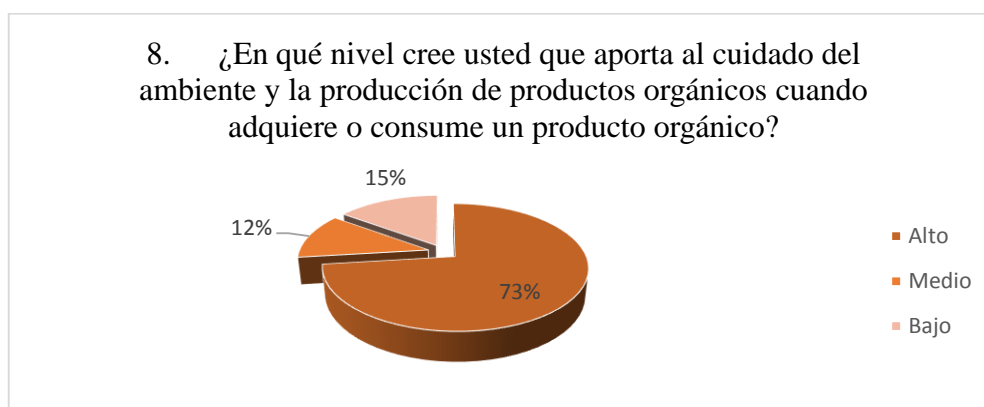
Cuadro 14: Tabulación pregunta 8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Alto	288	73%
Medio	47	12%
Bajo	59	15%
Total	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 13: Representación gráfica pregunta 8



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Análisis:

El 73% considera que la producción de productos orgánicos aporta en un nivel alto al cuidado del ambiente, 12% en un nivel medio y, el 15% opina que no considera que pueda aportar.

Interpretación:

El mayor porcentaje de personas encuestadas considera que este tipo de producción aporta en un nivel alto al cuidado del ambiente cuando consume este tipo de productos, un nivel medio concluye que no aporta de manera significativa al ambiente, y menor porcentaje de personas encuestadas opina que el aporte es mínimo.

9. ¿Cuáles son las razones por las cuales usted consideraría que la población no consume productos orgánicos?

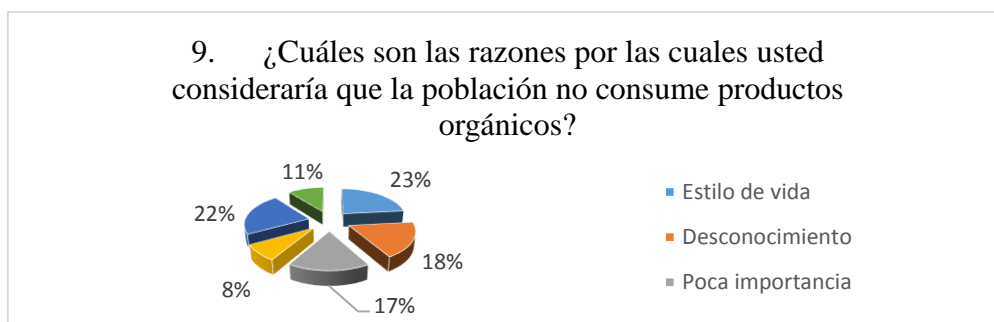
Cuadro 15: Tabulación pregunta 9

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Estilo de vida	92	23%
Desconocimiento	72	18%
Poca importancia	67	17%
Sabor	33	8%
Precio	88	22%
Difícil Manera de conseguirlos	42	11%
Total	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 14: Representación gráfica pregunta 9



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Análisis:

El 23% piensa por su estilo de vida, el 18% por desconocimiento, 17% poca importancia, 8% debido al sabor, 22% considera su precio y el 11% restante opina por su difícil manera de conseguirlos.

Interpretación:

Las 394 personas encuestadas aportó con las opciones por las cuales consideran que no se consumen este tipo de productos en primer lugar opinan que se debe al estilo de vida, además consideran el precio que posee este tipo de productos, seguido del desconocimiento de los beneficios y lugares en los cuales se los puede adquirir en cuarto lugar opina que se produce por la poca importancia que se le brinda, además, no lo consumen debido la difícil manera de conseguirlos, y finalmente una menor cantidad de personas no lo adquieren por el sabor que se obtiene de este tipo de productos.

10. ¿Ha consumido alimentos orgánicos en algún plato típico del cantón?

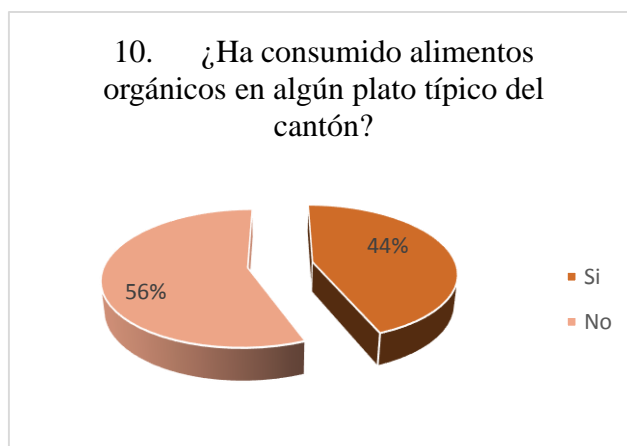
Cuadro 16: Tabulación pregunta 10

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	173	44%
No	221	56%
Total	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 15: Representación gráfica pregunta 10



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Análisis:

El 56% de la población no ha consumido un producto orgánico en algún plato típico, el 44% alguna vez lo ha consumido.

Interpretación:

Existe una cantidad mayor de personas que no han consumido ningún productos orgánico en algún plato típico esto puede ser ocasionado a las nuevas tendencias gastronómicas que se presentan, sin embargo, una cantidad similar las ha consumido este tipo de productos en los diferentes restaurantes y paraderos turísticos del cantón Santiago de Píllaro.

4.2 Verificación de la Hipótesis

Para el proceso de verificación de la hipótesis de la investigación se empleó el método estadístico conocido como Chi Cuadrado (χ^2).

4.2.1 Planteamiento de la Hipótesis

H0 (hipótesis nula) La gastronomía típica basada en productos orgánicos **NO** aportaría al desarrollo de una nueva tendencia turística.

H1 (hipótesis alternativa) La gastronomía típica basada en productos orgánicos **SI** aportaría al desarrollo de una nueva tendencia turística.

4.2.2 Selección del nivel de significación

Para realizar la verificación de la hipótesis se empleará el nivel $\alpha= 0.05$

4.2.3 Descripción de la Población

Para la presente investigación se ha tomado el total de la muestra del universo

Cuadro 17: Población

POBLACIÓN	Nº	Porcentaje
Personas involucradas en el ámbito orgánico, gastronómico y turístico	394	100%

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Dentro de la muestra las 394 personas poseen conocimientos de gran relevancia debido a su constante ejercicio en el ámbito gastronómico y turístico.

4.2.4 Especificación de lo estadístico

Para realizar la especificación de lo estadístico se utilizará la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

Donde:

X^2 = Chi- cuadrado

Σ = Sumatoria

O= frecuencia observada

E= frecuencia esperada

4.2.5 Especificación de regiones de aceptaciones y rechazo

Cuadro 18: Grados de libertad

	GRADOS DE LIBERTAD	
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(4-1)	(2-1)
gl=	3	
gl=	3*1	
gl=	3	
		$X^2T= 7.815$

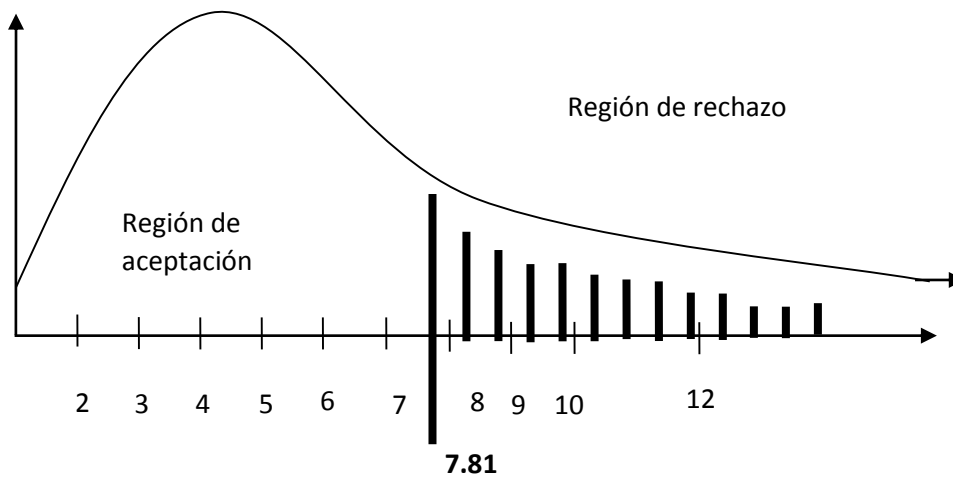
Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Se determina con 3 grados de libertad y a un nivel $\alpha= 0.05$ dentro de la tabla de significación $X^2T= 7.815$ por lo tanto si $X^2C \leq X^2T$ se aceptará la **H0**, caso contrario se rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa.

Por lo tanto, la representación gráfica sería:

Gráfico 16: Campana de Gauss



Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

4.2.6 Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

Cuadro 19: Frecuencia Observada

Pregunta	Si	No	Total
2 ¿ Considera usted que la gastronomía basada en la utilización de productos orgánicos ayudaría a la salud de la población?	217.75	176.25	394
3¿Considera usted que la gastronomía típica elaborada a base de productos orgánicos atraería la atención de los visitantes aumentando de esa manera el turismo en el cantón?	217.75	176.25	394
5.- ¿Considera usted que los productos orgánicos se deberían incluir con mayor frecuencia en el menú ofertado por los restaurantes y paraderos turísticos?	217.75	176.25	394
4.- ¿Identifica los productos orgánicos que se producen en el cantón Santiago de Píllaro?	217.75	176.25	394
Total	871	705	1.576

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Cuadro 20: Frecuencia esperada

Pregunta	Si	No	Total
2 ¿Considera usted que la gastronomía basada en la utilización de productos orgánicos ayudaría a la salud de la población?	252	142	394
3¿Considera usted que la gastronomía típica elaborada a base de productos orgánicos atraería la atención de los visitantes aumentando de esa manera el turismo en el cantón?	274	120	394
5.- ¿Considera usted que los productos orgánicos se deberían incluir con mayor frecuencia en el menú ofertado por los restaurantes y paraderos turísticos?	302	92	394
4.- ¿Identifica los productos orgánicos que se producen en el cantón Santiago de Píllaro?	43	351	394
Total	871	705	1.576

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Cuadro 21: Calculo del Chi cuadrado

F observada	F esperada	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
252	217.75	34.25	1.173,06	5.38
274	217.75	56.25	3.164,06	14.53
302	217.75	84.25	7.098,06	32.59
43	217.75	-174.25	30.363,06	-139.44
142	176.25	34.25	1.173,06	6.65
120	176.25	56.25	3.164,06	17.95
92	176.25	84.25	7.098,06	40.27
351	176.25	174.75	30.537.56	173.26
1.576	1.576			X ² C =151.19

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Una vez concluida la comprobación se puede verificar que $X^2C = 151.39$ es mayor a $x^2T = 7.815$ por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa H1, la gastronomía típica basada en productos orgánicos **SI** aportaría al desarrollo de una nueva tendencia turística.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Al analizar la gastronomía típica en el cantón, se concretó que, posee gran riqueza cultural basada en tradiciones y costumbres, lo cual la hace tan variada convirtiéndose en una atracción novedosa hacia los turistas.
- Se comprobó por medio de diferentes autores, la importancia de la aplicación de un estilo de vida más sana, el cual puede ser obtenido por medio de productos orgánicos.
- Los productos orgánicos son un potencial hacia el área turística, por medio del agroturismo, y ante todo en la gastronomía, a través de la elaboración de alimentos sanos, elaborados a base de productos naturales, atrayendo una cantidad considerable de turistas.
- El desarrollo del turismo gastronómico en el cantón ha mejorado en los últimos años, la gastronomía típica con base en los productos orgánicos tiene un gran potencial para convertirse en una alternativa de turismo para el cantón.
- La iniciativa sobre el diseño de la marca ayudo en gran parte a los productores orgánicos, que a través de la misma pueden garantizar un producto saludable, además les brinda la oportunidad de adentrarse en ámbitos relacionados con el agroturismo.
- Un artículo, como complemento a la investigación, permitió obtener un panorama más amplio sobre los beneficios potenciales de los productos naturales, en los productores, encontrando la manera de incluirse en el proceso turístico que permite un desarrollo social y económico.

5.2 RECOMENDACIONES

- Difundir la información relacionada con productos orgánicos empleados en la gastronomía para que se logre un impacto positivo tanto en salud de los turistas como en el desarrollo turístico de cantón.
- Aportar más información relacionada con temas similares los cuales incluyan aspectos relacionados, con el agroturismo y productores orgánicos, complementando la investigación, para aportar a la sociedad con documentos que permitan demostrar, como este tipo de actividad puede transformar el estilo de vida.
- Incentivar al consumo de productos orgánicos para obtener como resultado una mayor cantidad de la población con una alimentación sana y balanceada.
- Mayor intervención del municipio del cantón para desarrollar proyectos relacionados con el ámbito turístico y agrícola los cuales involucren a los pequeños productores
- Impulsar la difusión de la marca que garantiza que un producto es orgánico para que la población tenga mayor confianza en el producto que adquiere para su intervención en la cocina.
- Brindar el apoyo necesario a los pequeños productores orgánicos de manera que se incluyan dentro de la ruta agro turística del cantón Píllaro de manera que las partes involucradas, obtengan beneficios mutuos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alimentacion Sana. (s.f de s.f de 2015). *www.alimentacion-sana.org*. Obtenido de *www.alimentacion-sana.org*: <http://www.alimentacion-sana.org/informaciones/novedades/organicos1.htm>
- Alldritt. (12 de Noviembre de 2009). *F.A.O.* Obtenido de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/012/k4987t/k4987t.pdf#page=38&zoom=auto,-169,771>
- Álvarez, R. (29 de julio de 2010). *investigacion y puesta en valor de los recursos gastronomicos del Ecuador canton Pillaro*. Recuperado el 22 de Octubre de 2015, de Repositorio de la Universidad Técnica Particular de Loja: <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2438/1/640X273.pdf>
- Alvídrez-Morales, A., González, B., & Jiménez, Z. (s.f de Septiembre de 2002). *medigraphic.org.mx*. Obtenido de *medigraphic.org.mx*: <http://www.medigraphic.com/pdfs/revsalpubnut/spn-2002/spn023g.pdf>
- amcham trade center. (26 de Junio de 2008). Recuperado el 20 de octubre de 2015, de <http://images.fedex.com/images/ar/pymex/Ar-InfMerOrgan-AC-Jun08.pdf>
- Ansón, R., & Varela, G. (s.f de s.f de 2007). *www.eladerezo.hola.com*. Obtenido de *www.eladerezo.hola.com*: <http://eladerezo.hola.com/salud-y-bienestar/gastronomia-saludable.html>
- Arboleda, S. (6 de Febrero de 2013). *vidamasverde.com*. Obtenido de *vidamasverde.com*: <http://vidamasverde.com/2013/entendiendo-los-beneficios-de-los-alimentos-organicos/>
- Arellano Marketing; Apega. (s.f de Septiembre de 2009). *institutodelperu.org.pe*. Recuperado el 19 de Octubre de 2015, de el aporte económico y social de la gastronomia del Perú: http://www.institutodelperu.org.pe/descargas/Eventos/Conferencias/2009sep-microseguros/aporte_de_la_gastronomia_en_el_per.pdf
- Benbrook, C., Zhao, X., Yáñez, J., Davies, N., & Andrews, P. (s.f de Marzo de 2008). *organic-center.org*. Obtenido de *organic-center.org*: <https://organic-center.org/reportfiles/NutrientContentExecSummarySpanish.pdf>
- Bioeco comprometidos con el ambiente. (s.f). *¿Qué es un producto orgánico?* Obtenido de Bio Eco Natural S.A: <http://www.bioeco.co.cr/%C2%BFque-es-un-producto-organico>
- Biovea. (29 de Noviembre de 2011). *es.blog.biovea.com*. Obtenido de *es.blog.biovea.com*: <http://es.blog.biovea.com/beneficios-de-los-productos-organicos.html>
- Buenasalud. (25 de Abril de 2010). *www.buenasalud.net*. Obtenido de *www.buenasalud.net*: <http://www.buenasalud.net/2010/04/25/caracteristicas-de-los-alimentos-organicos.html>
- Caiza, R., & Molina, E. (08 de Abril de 2013). *Universidad de especialidades Turisticas*. Recuperado el 19 de Octubre de 2015, de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4180961.pdf>.
- Calva, A. (30 de Julio de 2012). *www.eluniversal.com.mx*. Obtenido de *www.eluniversal.com.mx*: <http://archivo.eluniversal.com.mx/articulos/72464.html>

- Cappelli, E. (7 de Octubre de 2009). *maximilianoiborquiza*. Recuperado el 20 de octubre de 2015, de <http://maximilianoiborquiza.blogspot.com/2009/10/concepto-de-tendencia.html>
- Cevallos, R., & Villacrés, R. (s.f de Abril de 2013). *transport.ec*. Obtenido de transport.ec: <http://transport.ec/tungurahua/>
- Clayton, K. (05 de octubre de 2012). *Purdue University*. Recuperado el 19 de octubre de 2015, de Purdue Agriculture: <https://www.extension.purdue.edu/extmedia/FS/FS-14-S-W.pdf>
- Coronado, P. (s.f de s.f de s.f). *iniciativat.com*. Obtenido de iniciativat.com: <http://www.iniciativat.com/noticias/68-ecologia/1237-por-que-es-importante-consumir-alimentos-organicos-parte-1.html>
- Cuéllar, M., Calle, Á., & Gallar, D. (s.f de s.f de 2013). *icariaeditorial.com*. Obtenido de icariaeditorial.com: http://www.icariaeditorial.com/pdf_libros/PROCESO%20HACIA%20LA%20SOBERANIA%20ALIMENTARIA.pdf
- cvictoriaortizd. (Enero de 2013). *Scrib Inc*. Obtenido de Agricultura alternativa: <http://es.scribd.com/doc/127383936/Agricultura-Alternativa#scribd>
- departamento de Cultura del GAD Municipal de Santiago de Píllaro. (s.f de s.f de s.f). *sni.gob.ec*. Obtenido de [sni.gob.ec](http://app.sni.gob.ec): http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1860000720001_PDyOT%20Pillaro%202014-2015_16-03-2015_22-55-27.pdf
- Diario EL COMERCIO . (15 de Julio de 2013). *www.elcomercio.com*. Obtenido de www.elcomercio.com: <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/000-agricultores-de-tungurahua-siembran.html>
- Diario El Comercio. (18 de noviembre de 2011). *Tres granjas inspiran a los ambateños a comer sano y realizar cultivos orgánicos*. Recuperado el 03 de octubre de 2015, de [elcomercio.com](http://www.elcomercio.com): <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/tres-granjas-inspiran-ambatenos-comer.html>
- Diario El Telégrafo. (22 de Septiembre de 2014). *El Telégrafo*. Recuperado el 22 de Octubre de 2015, de [El Telégrafo](http://www.telegrafo.com): <http://www.telegrafo.com/ec/economia/masqmenos/item/planificacion-vialidad-y-turismo-abren-las-puertas-del-desarrollo-en-la-zona-4.html>
- Diario El Telegrafo. (02 de septiembre de 2014). *eltelegrafo.com.ec*. Recuperado el 03 de Octubre de 2015, de Ecuador gasta más de \$ 48,27 millones en comida rápida al mes: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/ecuador-gasta-mas-de-4827-millones-en-comida-rapida-al-mes.html>
- Diario El Telégrafo. (20 de Octubre de 2015). *El Telégrafo, Decano de la Prensa Nacional*. Recuperado el 22 de octubre de 2015, de [El Telégrafo](http://www.telegrafo.com): <http://www.telegrafo.com/ec/sociedad/item/gobierno-ha-invertido-2-500-millones-en-salud-en-2015.html>

- Diario el Tiempo. (04 de septiembre de 2014). *Comida chatarra en la mira del Gobierno*. Recuperado el 14 de octubre de 2015, de el tiempo: <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/148938-comida-chatarra-en-la-mira-del-gobierno/>
- Diario Extra. (18 de Agosto de 2015). *Extra.ec*. Obtenido de Con mellocos y choclos combaten a la comida ‘chatarra’: <http://extra.ec/ediciones/2015/08/18/especiales/con-mellocos-y-choclos-combaten-a-la-comida--chatarra/>
- Dill, D. (22 de Marzo de 2011). *www.naturalnews.com*. Obtenido de [www.naturalnews.com](http://www.naturalnews.com/031784_organic_foods.html): http://www.naturalnews.com/031784_organic_foods.html
- dirpromit. (24 de Noviembre de 2015). *Argentina saludable*. Obtenido de Alimentación saludable: <http://www.msal.gob.ar/ent/index.php/informacion-para-ciudadanos/alimentacion-saludable>
- Durán, C. (23 de Octubre de 2015). *www.prezi.com*. Obtenido de [www.prezi.com](http://prezi.com/iicehksq99my/comida-chatarra-comida-rapida-y-alimentos-light/): <http://prezi.com/iicehksq99my/comida-chatarra-comida-rapida-y-alimentos-light/>
- El día. (15 de Septiembre de 2015). *eldia.com*. Obtenido de [eldia.com](http://www.eldia.com/informacion-general/alimentos-organicos-una-moda-que-cuida-la-salud-y-el-medio-ambiente-83323): <http://www.eldia.com/informacion-general/alimentos-organicos-una-moda-que-cuida-la-salud-y-el-medio-ambiente-83323>
- El Universo. (21 de Septiembre de 2009). *www.eluniverso.com*. Obtenido de [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com/2009/09/21/1/1356/productos-organicos-mas-demanda-exterior.html): <http://www.eluniverso.com/2009/09/21/1/1356/productos-organicos-mas-demanda-exterior.html>
- Fallon, S. (s.f de Marzo de 2002). *www.dietametabolica.es*. Obtenido de www.WestonAPrice.org: <http://www.dietametabolica.es/dirtysecrets.htm>
- Feito, L. (2000). *Ética profesional de la enfermería*. Madrid: ppc. Recuperado el 20 de octubre de 2015
- Ferrando, G. (s.f de s.f de 2015). *www.uam.es*. Obtenido de [www.uam.es](https://www.uam.es/personal_pdi/psicologia/orfelio/Encuestas.pdf): https://www.uam.es/personal_pdi/psicologia/orfelio/Encuestas.pdf
- FLACSO Ecuador. (06 de Octubre de 2010). *www.flacso.edu.ec*. Obtenido de [www.flacso.edu.ec](https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/hsbazo76dbvb0873wkb44e8150dwqs.pdf): <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/hsbazo76dbvb0873wkb44e8150dwqs.pdf>
- Fonseca, J. (s.f de s.f de s.f). *iMujer™ by Batanga Media*. Obtenido de [iMujer™ by Batanga Media](http://www.imujer.com/salud/6521/por-que-comer-alimentos-organicos): <http://www.imujer.com/salud/6521/por-que-comer-alimentos-organicos>
- Food and Agriculture Organization (FAO). (s.f de s.f de 2007). *fao.org*. Obtenido de [fao.org](ftp://ftp.fao.org/codex/Publications/Booklets/Organics/organic_2007s.pdf): ftp://ftp.fao.org/codex/Publications/Booklets/Organics/organic_2007s.pdf
- GAD Santiago de Pillaro . (16 de Marzo de 2015). *app.sni.gob.ec*. Obtenido de [app.sni.gob.ec](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1860000720001_PDyOT%20Pillaro%202014-2015_16-03-2015_22-55-27.pdf): http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1860000720001_PDyOT%20Pillaro%202014-2015_16-03-2015_22-55-27.pdf
- Gaztelumendi, I. (12 de Noviembre de 2012). *www.paeria.es*. Obtenido de [www.paeria.es](http://www.paeria.es/simposigastronomia/pdf/p_igaztelumendi.pdf): http://www.paeria.es/simposigastronomia/pdf/p_igaztelumendi.pdf

- Gonzales, M. (2008). *Turismo Rural Ecuador*. Quito: IICA.
- González de Molina, M. (17 de Junio de 2011). *revistaambienta.es*. Obtenido de revistaambienta.es:
<http://www.revistaambienta.es/WebAmbienta/marm/Dinamicas/pdfs/versionpdf/Gdemolina.pdf>
- Google Inc. (17 de Diciembre de 2015). Google Maps. Santiago de Pillaro, Tungurahua, Ecuador.
- Google Maps. (27 de octubre de 2015). `<iframe src="https://www.google.com/maps/embed?pb=!1m14!1m12!1m3!1d16566.85578518115!2d-78.55359793179933!3d-1.1764626445830515!2m3!1f0!2f0!3f0!3m2!1i1024!2i768!4f13.1!5e1!3m2!1ses!2sec!4v1445977561959" width="600" height="450" frameborder="0" style="border: none;">` Obtenido de Lansad Digital Globe: <https://www.google.com.ec/maps/@-1.17923,-78.5600327,3809m/data=!3m1!1e3>
- Granval, N. (02 de Junio de 2012). *alimentosargentinos.gob.ar*. Recuperado el 03 de Enero de 2016, de [alimentosargentinos.gob.ar](http://www.alimentosargentinos.gob.ar):
http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/revista/ediciones/47/articulos/r47_11_OrganicosCalidad.pdf
- HEADWAYS MEDIA. (s.f de s.f de s.f). *HEADWAYS MEDIA*. Obtenido de desarrollo de mercado : <http://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/definicion/desarrollo-de-mercado/>
- Houghton, J. (s.f de Abril de 2007). *faraday-institute.org*. Obtenido de faraday-institute.org:
https://www.faraday.st-edmunds.cam.ac.uk/resources/Faraday%20Papers/Faraday%20Paper%205%20Houghton_SPAN.pdf
- Hugalde, E. (04 de Junio de 2010). *iMujer™ by Batanga Media* . Obtenido de enfermedades por mala alimentacion : <http://www.imujer.com/salud/2010/06/04/enfermedades-por-mala-alimentacion>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (s.f de s.f de s.f). *inec.gob.ec*. Obtenido de inec.gob.ec: http://www.inec.gob.ec/sitio_verde/presentacion_verde_urbano.pdf
- international federation of organic agriculture movements(ifoam). (08 de julio de 2009). *ifoam.org*. Obtenido de [ifoam.org](http://infohub.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/oa_humanhealth_es.pdf):
http://infohub.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/oa_humanhealth_es.pdf
- La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (04 de Enero de 2016). *fao.org*. Obtenido de fao.org: <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq6/es/>
- Leal Londoño, M. d. (s.f de Agosto de 2011). *scielo.org.ar*. Obtenido de scielo.org.ar:
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322011000400009&script=sci_arttext

- López-Galán, B., Gracia, A., & Barreiro-Hurle, J. (s.f de s.f de 2013). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de [dialnet.unirioja.es: http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4184176](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4184176)
- Maglione, A. (s.f de s.f de 2015). *S.A. LA NACION*. Obtenido de Los alimentos orgánicos: ¿alargan la vida?: <http://www.conexionbrando.com/1482026-productos-organicos-alargan-la-vida>
- Mazón, T., Colmenares, M., & Hurtado, J. A. (s.f de Diciembre de 2014). *ibero.mx*. Obtenido de [ibero.mx: http://www.iberoforum.com/18/pdf/ESPANOL/4.%20MAZON%20COLMENARES%20Y%20HURTADO%20VOCES%20Y%20CONTEXTOS%20NO18.pdf](http://www.iberoforum.com/18/pdf/ESPANOL/4.%20MAZON%20COLMENARES%20Y%20HURTADO%20VOCES%20Y%20CONTEXTOS%20NO18.pdf)
- Ministerio de Educación. (s.f de s.f de s.f). *Ministerio de Educación*. Obtenido de ¿Que es el Buen Vivir?: <http://educacion.gob.ec/que-es-el-buen-vivir/>
- Ministerio de Turismo . (20 de junio de 2013). *turismo.gob.ec*. Obtenido de [turismo.gob.ec: http://www.turismo.gob.ec/ecuador-nominado-a-mejor-destino-gastronomico-en-los-world-travel-awards/](http://www.turismo.gob.ec/ecuador-nominado-a-mejor-destino-gastronomico-en-los-world-travel-awards/)
- Moreno, J., Segura, G., & Inman, C. (Agosto de 1998). *INCAE*. Obtenido de Turismo en El Salvador: El reto de la competitividad: <https://www.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/pdf/cen620filcorr.pdf>
- Muñoz, P. (08 de septiembre de 2006). *inecc.gob.mx*. Obtenido de [inecc.gob.mx: http://www.inecc.gob.mx/descargas/dgipea/pea_pp_2006_013.pdf](http://www.inecc.gob.mx/descargas/dgipea/pea_pp_2006_013.pdf)
- Nacimba, A. (01 de Abril de 2015). *elciudadano.gob.ec*. Obtenido de [elciudadano.gob.ec: http://www.elciudadano.gob.ec/alimentos-organicos-ecuatorianos-se-exhibiran-en-canada/](http://www.elciudadano.gob.ec/alimentos-organicos-ecuatorianos-se-exhibiran-en-canada/)
- Ochoa, K. (23 de Diciembre de 2015). *www.metroecuador.com.ec*. Obtenido de [www.metroecuador.com.ec: http://www.metroecuador.com.ec/estilo-de-vida/ecuador-ya-oferta-turismo-culinario-expertos-asumen-la-mision-de-exportarlos-al-mundo/AzUoaC---32nZyp8FwMPEQ/](http://www.metroecuador.com.ec/estilo-de-vida/ecuador-ya-oferta-turismo-culinario-expertos-asumen-la-mision-de-exportarlos-al-mundo/AzUoaC---32nZyp8FwMPEQ/)
- OMT. (s.f de s.f de 2012). *www.tdx.cat*. Obtenido de [www.tdx.cat: http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/123550/01.MPLL_1de3.pdf;jsessionid=B67851451D2BDD3017DC65F7D6F09CD3.tdx1?sequence=1](http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/123550/01.MPLL_1de3.pdf;jsessionid=B67851451D2BDD3017DC65F7D6F09CD3.tdx1?sequence=1)
- Optitur. (s.f de sf de s.f). *optitur* . Obtenido de EVOLUCIÓN DEL TURISMO: <http://www.optitur.com/innovacion/evolucion-turismo/>
- Ordaz, V., & Saldaña, G. (junio de 2005). *edumed.net*. Recuperado el 18 de octubre de 2015, de [edumed.net enciclopedia virual: http://www.edumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm](http://www.edumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm)
- Organización Mundial de la Salud. (febrero de 2014). *Febrero 2014: Estudio sobre la necesidad de una regulación económica más estricta para revertir la epidemia de obesidad*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <http://www.who.int/bulletin/releases/NFM0214/es/>

- Ossádon, J. (04 de febrero de 2008). *STAT VERITAS*. Recuperado el 19 de Octubre de 2015, de EN TORNO AL CONCEPTO DE EVOLUCIÓN: http://www.statveritas.com.ar/Varios/En_torno_al_concepto_de_Evolucion%28Ossadon_Valdes%29.pdf
- Oudeophuis, P. (s.f de s.f de s.f). *magrama.gob.es*. Recuperado el 07 de enero de 2016, de [magrama.gob.es](http://www.magrama.gob.es): http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_reas/r157_07.pdf
- País Turístico. (s.f de s.f de 2015). *paisturistico.com*. Obtenido de Museo de la Escuela Militar Eloy Alfaro: <http://www.paisturistico.com/ecuador/quito/atractivos/eloyalfarmuseo>
- Pancorbo, C. (junio de 2014). *UVaDOC Repositorio Documental de la Universidad de Valladolid*. Obtenido de Tendencias Turísticas en el mercado español : <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5669/1/TFG-N.83.pdf>
- Pearce, D. (1991). *Desarrollo Turístico. Su planificación y Ubicación Geográficas*. Mexico: trillas.
- Pelaez, A., Rodriguez, J., & Ramirez, S. (s.f de s.f de s.f). *www.uam.es*. Obtenido de www.uam.es: https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista.pdf
- Prieto, M. (1 de diciembre de 2009). *www.veoverde.com*. Obtenido de www.veoverde.com: <https://www.veoverde.com/2009/12/conclusion-a-la-encuesta-de-vv/>
- Pro Ecuador Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (s.f de s.f de 2012). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_PRODUCTOSORG%C3%81NICOS_CANAD%C3%81.pdf
- Quezada, D. (15 de Abril de 2010). Recuperado el 18 de octubre de 2015, de http://beceneslp.edu.mx/PLANES2012/1er%20Sem/06%20DFyS%20Primaria/Material%20es/Unidad%20A%202_DFySprimaria/RecursosExtra/dieta.pdf
- Quijano, H. (18 de Mayo de 2012). *conexionverde.com*. Obtenido de [conexionverde.com](http://www.conexionverde.com): <http://www.conexionverde.com/comida-organica/>
- Ramírez, C. (2006). *Visión Integral del Turismo*. Trillas.
- REGIONAL CENTRO. (21 de Agosto de 2014). *www.eltelegrafo.com.ec*. Obtenido de www.eltelegrafo.com.ec: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-centro/1/35-mil-agricultores-se-han-capacitado-en-5-anos>
- Reyes, A. (8 de Abril de 2012). *aulavirtualinbaccienseconomicas*. Recuperado el 19 de Octubre de 2015, de PLANIFICACIÓN DEFINICIÓN, ELEMENTOS, TIPOS DE PLANES Y PRINCIPIOS DE LA PLANIFICACIÓN: <https://aulavirtualinbaccienseconomicas.wikispaces.com/file/view/PLANIFICACION%20C3%93N.pdf#page=1&zoom=auto,-169,792>

- Reyes, B., & Barrado, D. (25 de mayo de 2005). *DIGITUM. Depósito Digital Institucional de la Universidad de Murcia*. Obtenido de Nuevas Tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión: <https://digitum.um.es/jspui/bitstream/10201/13043/1/1302199.pdf>
- Reyes, B., & Barrado, D. (5 de Noviembre de 2005). *Revistas Científicas de la Universidad de Murcia*. Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de Cuadernos de Turismo: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18541>
- Rosales, P. (1 de Abril de 2011). *El concepto de gastronomía orgánica*. Recuperado el 24 de Octubre de 2015, de La Buena Vida: <http://www.labuena vida.cl/content/view/1545875/El-concepto-de-gastronomia-organica.html>
- Ruiz, M., & León, C. (11 de Marzo de 2011). Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de nutrición y alimentación: http://portal.ayto-santander.es/portal/page/portal/inet_santander/%5Bhtdocs%5D/%5Bsalud%5D/Alimentaci%C3%B3n%20y%20Nutrici%C3%B3n.pdf
- Sabor Mediterraneo. (s.f de s.f de s.f). *sabormediterraneo.com*. Obtenido de [sabormediterraneo.com](http://www.sabormediterraneo.com): <http://www.sabormediterraneo.com/port/10razonesecologia.htm>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sancho, A. (19 de Noviembre de 2004). *Introducción al Turismo*. Obtenido de Universidad de la República de Uruguay: http://eva.universidad.edu.uy/pluginfile.php/445050/mod_resource/content/1/introduccion%20al%20turismo%2C%20sancho%2C%20OMT.pdf
- Secretaría del Buen Vivir. (19 de Septiembre de 2014). *buenvivir.gob.ec*. Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de plan nacional 2013 2017: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-3.-mejorar-la-calidad-de-vida-de-la-poblacion>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (18 de octubre de 2015). *senplades salud*. Obtenido de <http://plan.senplades.gob.ec/salud1>
- Sierra, J., Sotelo, M., Pérez, R., Soto, J., & Núñez, A. (18 de Agosto de 2011). *uach.mx*. Obtenido de [uach.mx](http://www.uach.mx): http://www.uach.mx/extension_y_difusion/synthesis/2011/08/18/como_transitar_hacia_una_alimentacion_organica.pdf
- Staback, J. (19 de Noviembre de 2011). *aporrea.org*. Obtenido de [aporrea.org](http://www.aporrea.org): <http://www.aporrea.org/actualidad/a133872.html>
- Trivi, N. (s.f de s.f de 2014). *revistas.unc.edu.ar*. Obtenido de [revistas.unc.edu.ar](http://www.revistas.unc.edu.ar): <http://www.revistas.unc.edu.ar/index.php/cardi/article/view/9454/10605>
- Urani, P. (8 de Febrero de 2010). *tourism Bussines & Planing*. Recuperado el 20 de Octubre de 2015, de c4tourism: http://www.c4tourism.com/files/noticias/8_pdf_es.pdf

Vera, K. (11 de Julio de 2014). *turismo.mas*. Recuperado el 22 de Octubre de 2015, de <http://turismo.mas.ec/2014/07/turismo-militar-nuevas-tendencias-de.html>

VILCHES, A., GIL PÉREZ, D., TOSCANO, J., & MACÍAS, O. (s.f de s.f de 2016). *oei.es*. Obtenido de oei.es: <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=005>

Zuluaga, E. (21 de Septiembre de 2010). *javeriana.edu.co*. Obtenido de <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/8546/1/tesis513.pdf>

ANEXOS:

DESARROLLO DEL CUARTO OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

- Proponer el diseño de una marca a los productores de las granjas para que se identifiquen los productos orgánicos aptos para su intervención en la gastronomía típica.

La presente marca puede ser exhibida dentro de las áreas de producción agrícola orgánica la misma que significara que los productos que allí se comercializan son de origen natural libres de contaminantes y fertilizantes que alteran su composición nutricional.

DISEÑO DE LA MARCA PARA GARANTIZAR UN PRODUCTO ORGÁNICO

Imagen 2: Marca Eco productos orgánicos



Diseñado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

La marca que se ha diseñado se llama (ECO productos naturales) cada detalle de la misma demuestra el compromiso con la naturaleza y sobre todo con la población proporcionándole un producto natural que proporcionara beneficios a la salud.

El fin de la marca es involucrarse dentro de la producción de alimentos naturales como: frutas, verduras e incluso en la carne de animales de corral como gallinas, cerdos, los cuales se encontrarán libres de hormonas y químicos que alteran su desarrollo.

La marca (ECO productos naturales) se registrará bajo las leyes del DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL LEGISLACION NACIONAL – ECUADOR y sobre todo en la Ley de la Propiedad Intelectual Continuación del: Capítulo VIII: De las Marcas. Sección III De los Derechos Conferidos por la Marca artículos del 216 al 247 en los cuales se garantiza la propiedad y exclusividad de una marca y sus diferentes usos de aplicación.

Generalidades

La marca ECO se aplicará a diferentes productos:

Frutas, verduras, hortalizas, legumbres, cereales y vegetales. Carne, leche, huevos. Te de hiervas naturales.

Misión:

Posicionarse como la marca líder dentro del cantón Santiago de Píllaro garantizando que el producto que la posea la marca es sano, natural y se rige bajo normas y características específicas que comprueban su calidad.

Visión:

Convertirse en el proveedor más confiable del mercado garantizando un producto natural de calidad, posicionándose como la mejor opción para el empleo en la cocina ecuatoriana.

Objetivo de la marca:

Incentivar el consumo de la población hacia los productos de origen orgánico por medio de una marca que garantice un producto natural de manera que beneficie a sus consumidores.

Ámbitos de aplicación de la marca

Los campos de aplicación de la marca serán en el sector productivo y en el sector comercial.

El sector productivo que acoja la marca deberá cumplir con normas de producción establecidas para los productos de origen orgánico, para aquellos los productores recibirán capacitaciones sobre el adecuado cultivo y producción de productos naturales, además de involucrarse con el intercambio de conocimientos de diferentes zonas productivas del país, la marca será la responsable de informar, preparar y enseñar sobre las nuevas tendencias sobre la producción natural.

El sector comercial será manejado por la marca posicionándose en los principales supermercados y zonas que requieran este tipo de productos, dentro del Cantón Santiago de Píllaro y cumplir con los objetivos planteados.

Características de un producto para adoptar la marca:

Para que un producto se catalogue como orgánico y pueda llevar el logo de la marca (ECO productos naturales) deberá cumplir con los siguientes requisitos:

Producción:

Intervención mínima 15% de plaguicidas y fertilizantes, el factor 5% se debe al agua tratada que se emplea en la agricultura, 10% debidas componentes para la preparación de bio fertilizantes y abonos de origen orgánicos.

Según la definición adoptada por varios países sobre productos orgánicos, se basan en 4 leyes las mismas que definen

- "100 % orgánicos": son aquellos productos sin ingredientes no orgánicos.
- "Orgánicos": para los productos con un 15 % de los ingredientes de tipo orgánico.
- "Hechos con productos orgánico": para los productos realizados entre un 50 y 95 % con ingredientes orgánicos.
- "Productos con menos del 50 %": de los ingredientes orgánicos, se deberá especificar en cada ingrediente que sea orgánico. (Alimentacion Sana, 2015)

Además, en el proceso de desarrollo se prohíbe la intervención de insecticidas, fertilizantes artificiales y herbicidas. El suelo a emplear para la producción debe poseer altos niveles de nutrientes naturales, debe existir una post nutrición de minerales por medio de abonos orgánicos o desechos naturales. Se prohíbe el uso de antibióticos con

altos niveles de químicos, además no se admite la inyección de hormonas. Para los animales de los cuales se extraerá la carne; su alimentación debe estar libre de hormonas y químicos que alteren el color y textura de su carne, se admite el uso de balanceados orgánicos en su dieta alimenticia, además; el área en cual se críe el animal debe estar libre de contaminantes y mantenerla con niveles adecuados de salubridad e higiene.

NORMAS A LAS CUALES SE BASA LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro

AGROCALIDAD

INSTRUCTIVO DE LA NORMATIVA

GENERAL PARA PROMOVER Y REGULAR

LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA-ECOLÓGICABIOLÓGICA

EN EL ECUADOR

CAPITULO III

PRODUCCIÓN ORGÁNICA

NORMAS GENERALES DE PRODUCCIÓN

Artículo 7. De la prohibición de los organismos genéticamente modificados (OGM)

a) En la producción orgánica no podrán utilizarse OGM ni productos obtenidos a partir de o mediante OGM como alimentos, piensos, coadyuvantes tecnológicos, productos fitosanitarios, abonos, acondicionadores del suelo, semillas, plántulas, material de reproducción vegetativa, microorganismos ni animales a excepción de que sean utilizados como medicamentos veterinarios.

b) A efectos de la prohibición de OGM y de productos obtenidos a partir de OGM para alimentos y piensos establecida en el literal a, los operadores podrán basarse en las etiquetas que acompañan al producto o en cualquier otro documento adjunto, siempre y cuando estos exigirán al vendedor la confirmación de que los productos suministrados

no han sido obtenidos a partir de o mediante OGM de acuerdo al modelo de declaración indicado en el Anexo 10, garantizando la trazabilidad de los mismos.

c) A efectos de la prohibición de OGM y de productos obtenidos a partir de o mediante OGM para productos que no sean alimentos ni piensos establecida en el literal a, los operadores que utilicen productos no orgánicos de esas categorías adquiriéndolos a terceros exigirán al vendedor la confirmación de que los productos suministrados no han sido obtenidos a partir de o mediante OGM de acuerdo al modelo de declaración indicado en el Anexo 10, garantizando la trazabilidad de los mismos.

Artículo 8. De la prohibición de uso de radiaciones ionizantes

Queda prohibida la utilización de radiaciones ionizantes para tratar alimentos o piensos orgánicos, o materias primas utilizadas en alimentos y piensos orgánicos.

Artículo 9. Del mantenimiento de registros

En las unidades de producción orgánica se deberá mantener registros concernientes a la producción, elaboración y manipulación de productos mencionados en el Artículo 1 del presente Instructivo. La unidad de producción orgánica deberá tener tales registros disponibles para el control de parte del organismo de certificación o de la Autoridad Competente. Los registros deberán:

- a) Adaptarse a la actividad particular que conduce la unidad de producción.
- b) Revelar completamente todas las actividades y transacciones de la unidad de producción orgánica con detalle suficiente para que sean comprendidas y auditadas de inmediato.
- c) Mantenerse durante no menos de 5 años más allá de su creación; y
- d) Ser suficientes para demostrar cumplimiento con el presente Instructivo.

Artículo 10. Del plan de manejo orgánico

El operador deberá desarrollar un plan de manejo orgánico con el que esté de acuerdo el operador y el organismo de certificación, el cual deberá ser presentado al iniciarse la aplicación al régimen de control y ser actualizado anualmente o en base a los cambios

del sistema de producción a lo largo del periodo de control. El plan de manejo orgánico deberá llenar los requisitos de producción o de manejo orgánico expuestos en los capítulos aplicables. El plan de manejo orgánico deberá incluir:

a) Una descripción de prácticas y procedimientos a realizarse y mantenerse, incluyendo la frecuencia con la que se llevarán a cabo.

b) Una lista de cada sustancia a ser utilizada como un insumo para producción o manejo, indicando su composición, fuente, localización(es) dónde se usará, y la documentación de disponibilidad comercial, tal como sea pertinente.

c) Una descripción de las prácticas de la observación continua y de los procedimientos que se realizarán y se mantendrán, incluyendo la frecuencia con la cual se desempeñarán, para verificar que el plan se ha implantado efectivamente.

d) Una descripción del sistema de mantenimiento de registros implantado para cumplir con los requisitos establecidos en el Artículo 7.

e) Una descripción de las medidas preventivas establecidas para evitar la mezcla de productos orgánicos y no orgánicos en una unidad de producción con producción paralela, producción mixta o con riesgos de contaminación por deriva, y prevenir el contacto de la operación y/o del producto con sustancias prohibidas; y

f) Información adicional considerada necesaria por el organismo de certificación en base al presente Instructivo.

Artículo 12. De la unidad productiva

La producción orgánica deberá llevarse a cabo en una unidad cuyas parcelas, lotes, o zonas de producción estén claramente separadas e identificadas de cualquier otra unidad que no cumpla con las normas del presente Instructivo.

Cuando un operador gestione varias unidades de producción en la misma superficie, las unidades dedicadas a productos no orgánicos, junto con los locales de almacenamiento para los insumos, deberán ser también objeto de los requisitos de control mínimos.

Artículo 13. De los riesgos de contaminación


Si las áreas a ser certificadas están expuestas a eventuales contaminaciones con sustancias externas al proceso productivo, se deberá disponer de prácticas administrativas, barreras físicas o zonas de amortiguamiento adecuadas u otros medios que protejan y garanticen la no contaminación del área y mantendrá un registro documental y físico adecuado que demuestre dicha separación.

La contaminación producida por circunstancias que escapan al control del operador, no necesariamente altera el estatus del operador. Para que aplique lo mencionado el operador debe demostrar documental y técnicamente que la contaminación se escapó de su control y el organismo de certificación de acuerdo a sus políticas y procedimientos debe considerar la validez de la información proporcionada previo a toma de decisión.

ENVASES Y PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS

La cosecha de productos debe realizarse en envases limpios adecuados para su almacenamiento y transporte. Los productos con colores naturales y buena textura serán aquellos que llevarán la marca aquellos con imperfecciones por el proceso de cultivo no se admitirán.

Cuadro 22: Tipos de embaces de la marca ECO




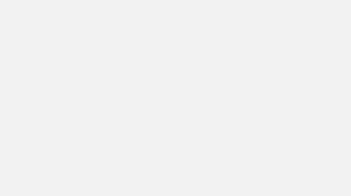
Tipo de Envase	Capacidad	Tipo de contenido
 70cm*35cm	½ Arroba	Puede contener: bananas, aguacates, chirimoyas, jícamas, achojcha.





 <p>35cm*20cm</p>	<p>10 libras</p>	<p>Tomate de Árbol, babaco, papaya, mora, granadillas, duraznos. Hierbas medicinales, menta, manzanilla Productos no mayores al peso estipulado</p>
 <p>20cm*10cm</p>	<p>5 libras</p>	<p>Café, mora, frambuesas Productos no mayores a la capacidad estipulada</p>
 <p>10cm*10cm</p>	<p>unidades pequeñas 1 libra</p>	<p>Frambuesas, uvillas, moras</p>
 <p>35cm*15cm</p>	<p>30 libras</p>	<p>Aguacates, jícamas, zanahorias, cuyes.</p>

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Catálogo de productos orgánicos dentro de la zona de Estudio

Cuadro 23: Catálogo de productos orgánicos

<p>Mora</p> <p><i>Rubus glaucus</i></p> <p>Es rico en vitamina C, calcio y fósforo.</p>		<p>Lugares donde encontrarla</p> <p>Granja la Frambuesita</p> <p>Granja Maria Llangante</p> <p>Granja Las Abejitas</p>
<p>Frambuesa</p> <p><i>Rubus idaeus</i></p> <p>Es rico en vitamina C, hierro</p>		<p>Granja la Frambuesita</p>
<p>Aguacate</p> <p><i>Persea americana</i></p> <p>Vitaminas A, C, E, magnesio, potasio, complejo B, calcio y fósforo.</p>		<p>Finca San Vicente(Quillan)</p>
<p>Tomate de Árbol</p> <p><i>Cyphornandra betacea</i></p> <p>Vitamina A, C, fibra, hierro, calcio y fósforo.</p>		<p>Granja la Frambuesita</p> <p>Granja Maria Llangante</p>


Café		
<i>Rubus glaucus</i>		Finca San Vicente(Quillan)
Vitamina B, B3, B5, B12, K Magnesio, calcio y fósforo.		
Babaco		
<i>Carica pentagona Heilb</i>		Granja la Frambuesita
Vitamina C, fibra carbohidratos.		
Chirimoya		
<i>Annona Cherimola</i>		Finca San Vicente(Quillan)
Vitaminas A y C, fósforo y calcio.		
Jícama		
<i>Pachyrhizus erosus</i>		Granja la Frambuesita Granja Las Abejitas
Vitamina C, calcio, potasio, fósforo, hierro.		

<p style="text-align: center;">Plátano</p> <p style="text-align: center;"><i>Musa Paradisiaca</i></p> <p>Vitaminas B6 y C, ácido fólico y minerales como el magnesio y el potasio.</p>		<p style="text-align: right;">Finca San Vicente(Quillan)</p>
<p style="text-align: center;">Granadilla</p> <p style="text-align: center;"><i>Passiflora ligularis</i></p> <p>Vitamina C, hierro, carotenos, vitamina B, potasio, calcio, magnesio y fósforo</p>		<p style="text-align: right;">Finca San Vicente(Quillan)</p>
<p style="text-align: center;">Durazno</p> <p style="text-align: center;"><i>Prunus persica</i></p> <p>Vitaminas A, B1, B2 y C. Posee fósforo, calcio, potasio, selenio y magnesio</p>		<p style="text-align: right;">Finca San Vicente(Quillan)</p>
<p style="text-align: center;">Achojcha</p> <p style="text-align: center;"><i>quechua achujcha</i></p> <p>Vitamina C, sales y minerales como: calcio, hierro, fósforo, selenio, magnesio y zinc</p>		<p style="text-align: right;">Granja Las Abejitas Grnja la Frambuesita</p>

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

ANIMALES

Cuadro 24: Catalogo de animales de granja

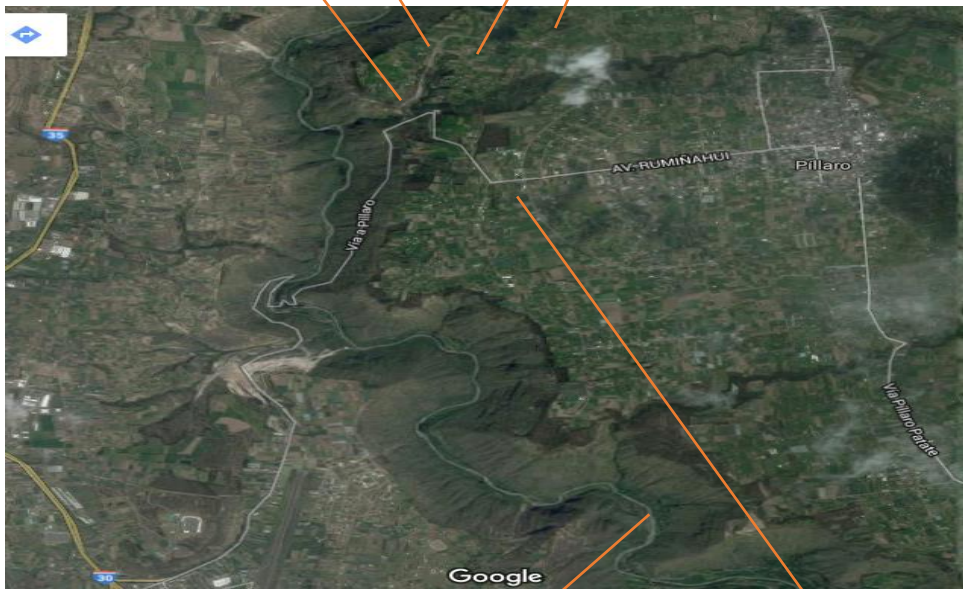
Cuy	
<p><i>Cavia porcellus</i></p> <p>ácidos grasos Linoleico, Linolenico sustancias Ácidos grasos AA (araquidónico) y DHA (docosahexanoico) son vitales para el desarrollo de Neuronas</p>	 <p>Granja la Frambuesita Granja Maria Llangante</p>
Gallinas	
<p><i>Gallus gallus domesticus</i></p> <p>Complejo B mioglobina, hierro, zinc. Acido fitico, adenina</p>	<p>Granja la Frambuesita Granja Las Abejitas</p>

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Ubicación de las Granjas que adoptan o apoyan la marca



Imagen 3: Ubicación de las granjas de producción natural



Fuente: (Google Inc., 2015)



Anexo: Encuesta Aplicada



Universidad Técnica de Ambato Carrera de Turismo y Hotelería Encuesta



Objetivo: Recolectar información para la investigación sobre el tema “La gastronomía típica basada en la utilización de productos agrícolas orgánicos como aporte al desarrollo de nuevas alternativas turísticas para el cantón Santiago de Pillaro”

Indicaciones: proporcionar información verídica basada en sus conocimientos, experiencias y vivencias

Participante:

Género: Masculino Femenino Edad: años

Ocupación:

Cuestionario:

1. ¿Considera usted que los platos típicos elaborados con productos orgánicos tendrán acogida?

SI () NO ()

2. ¿Considera usted que la gastronomía basada en la utilización de productos orgánicos ayudaría a la salud de la población?

Si () No ()

3. ¿Considera usted que la gastronomía típica elaborada a base de productos orgánicos atraería la atención de los visitantes aumentando de esa manera el turismo en el cantón?

Si () No ()

4. ¿Identifica los productos orgánicos que se producen en el cantón Santiago de Pillaro?

Si () No ()

5. ¿Considera usted que los productos orgánicos se deberían incluir con mayor frecuencia en el menú ofertado por los restaurantes y paraderos turísticos?

Si () No ()

6. ¿En qué porcentajes considera que los productos orgánicos mejorarían a la calidad de vida de los turistas evitando enfermedades alimenticias como la diabetes, sobrepeso, etc.?

Alto () Medio () Bajo ()

7. ¿Qué porcentaje de la población considera usted que consume o ha consumido productos orgánicos?

Alto () Medio () Bajo ()

8. ¿En qué nivel cree usted que aporta al cuidado del ambiente y a la producción de productos orgánicos cuando adquiere y consume un producto orgánico?

Alto () Medio () Bajo ()

9. ¿Cuáles son las razones por las cuales usted consideraría que la población no consume productos orgánicos?

Estilo de vida

Desconocimiento

Poca importancia

Sabor

Precio

Difícil manera de conseguirlos

10. ¿Ha consumido alimentos orgánicos en algún plato típico del Cantón?

SI () NO ()

Entrevistas:

Imagen 4: María Oyaque propietaria granja Las Abejitas



Fotografía tomada por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Entrevista

“Estos animales de la granja son fundamentales para la preparación de los abonos orgánicos, el estiércol es agrupado con desechos de hojas de las plantas, cal, y lombrices que permite una adecuada descomposición, la mezcla de estos se lo coloca en lugares adecuados en montones cubiertos por plásticos, pasado una semana el abono orgánico está listo para ser colocado en las plantas.”

Imagen 5: Mariana Llanganate propietaria de la granja Marianita



Fotografía tomada por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Entrevista

Entrevista propietaria de la granja marianita.

Es una granja de producción natural, se practica la agricultura limpia, porque de esta manera se consigue un producto natural, que puede ser comercializado hacia los turistas que visitan la granja.

¿Porque practica este tipo de agricultura?

El compromiso con el ambiente, en épocas anteriores era común ofrecer productos con altos niveles de químicos que no favorecían a los consumidores, sin embargo, debido a las capacitaciones recibidas por varias instituciones que se relacionan con este tipo de actividades, comenzó un interés sobre la práctica de estas actividades que muy pocas granjas lo hacen.

¿Qué beneficios ha obtenido?

El beneficio de producir este tipo de productos es muy amplio debido, a aquello la granja se ha convertido en un atractivo dentro de la ruta agro turística del cantón, además de poseer entregas de productos orgánicos a empresas serias con las cuales se obtienen la mayor parte de ingresos, además contribuye a la reducción de contaminación del sector.

Imagen 6: Guido Pilco Presidente de la asociación de producción de Aguacate



Fotografía tomada por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Entrevista

Propietario de la finca san Vicente

La dedicación constante a este tipo de prácticas brinda resultados esperados en la producción que se recibe, los aguacates, emplean los desechos que obtienen de la granja, la capacitación recibida fue fundamental para conocer este tipo de prácticas.

El agua es obtenida de vertientes naturales que aparecen en las peñas, y es desde allí donde se esparce hacia todos los cultivos, además los propietarios de restaurantes compran los productos que oferta la finca, la mayor parte de aquellos son paraderos turísticos del sector.

Imagen 7: Marta Romero propietaria Granja La Frambuesita



Fotografía tomada por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Entrevista

Entrevista propietaria de la granja La Frambuesita

La granja practica recientemente el proceso de cultivo natural, los sembríos de moras, frambuesas, tomates, babacos y demás emplean abono orgánico producido con desechos que se obtienen de los animales de la granja.

La granja es autosuficiente debido a que posee todo lo necesario para mantener a los cultivos, en los cultivos como el babaco se obtiene un rompe viento natural debido al bosque que se encuentra cerca al cultivo, esto evita la erosión del suelo.

El principal cultivo de la granja son las frambuesas, producto que debido al clima se obtiene sin mayor dificultad, además de este producto se obtiene e vino de frambuesa, la jicama también es aprovechada, se obtiene el vino de jicama, siendo estos productos más vendidos por la granja hacia los turistas que la visitan.

Imagen 8: Fabián Pilco comisión de turismo parroquial



Fotografía tomada por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)
Fuente: Entrevista

El promover este tipo de ferias agrícolas y ganaderas despierta el interés de los pobladores, además incentiva a los productores a continuar con este tipo de prácticas.

Este tipo de expo ferias abarca todos los productores de todo tipo que tiene interés en promocionar sus productos, todos pueden participar, es una feria de carácter libre que promociona la parroquia.

Todos los productores tienen derecho a brindar sus productos en la feria, que es promocionada con anterioridad, para que se obtenga una afluencia de turistas constante, la misma que favorezca al reconocimiento de estas actividades de manera que con el tiempo se logre tener este tipo de eventos más frecuentemente, para aquello el GAD parroquial estará gustoso en brindar su apoyo.

Encuestas

Imagen 9: Evidencia encuesta Jefe departamento de Cultura, turismo y deporte



Fotografía tomada por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Imagen 10: Evidencia encuesta Técnica en turismo



Fotografía tomada por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: Encuesta

Imagen 11: Evidencia encuesta Propietario y chef del restaurante Pacha mama



Fotografía tomada por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)
Fuente: Encuesta

Imagen 12: Presidente de la junta parroquial área turismo



Fotografía tomada por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)
Fuente: Encuesta

Imagen 13: Evidencia encuesta gerente paradero turístico



Fotografía tomada por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)
Fuente: Encuesta

Imagen 14: Evidencia carta de aceptación, Asociación de Productores de Aguacate

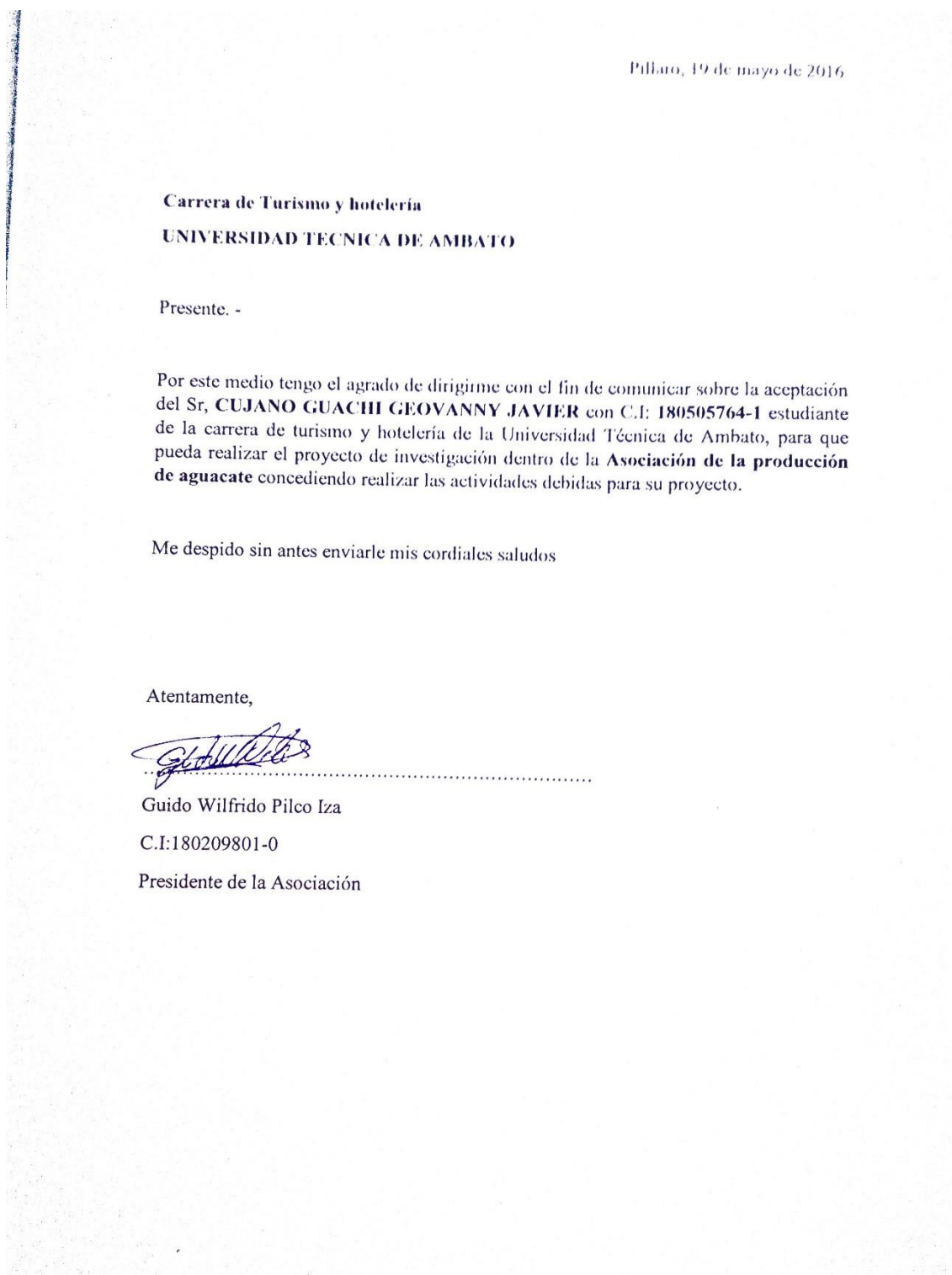


Imagen 15: Carta de Aceptación granja La Frambuesita

Pillaro, 20 de mayo de 2016

Carrera de Turismo y hotelería
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

Presente. -

Tengo el agrado de dirigir la presente con la finalidad de poner en conocimiento sobre la aceptación del Sr, CUJANO GUACHI GEOVANNY JAVIER con C.I: 180505764-1 alumno de la carrera de turismo y hotelería de la Universidad Técnica de Ambato, para que realice su proyecto de investigación dentro de la GRANJA LA FRAMBUESITA y pueda llevar a cabo las actividades necesarias y requeridas dentro del proceso de investigación

Sin más por el momento me despido enviando un cordial saludo.

Atentamente,



Propietaria

Marta Cecilia Romero Toapanta

C.I.:180260606-9

Pillaro, 19 de mayo de 2016

Carrera de Turismo y hotelería
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

Presente. -

Por medio de la presente pongo a su conocimiento sobre la aceptación del alumno, **CUJANO GUACHI GEOVANNY JAVIER** con C.I: **180505764-1** estudiante de la carrera de turismo y hotelería de la Universidad Técnica de Ambato, accediendo a su petición de realizar su proyecto de investigación dentro de la **GRANJA MARÍA OYAQUE** y pueda realizar las actividades a fin de sus necesidades.

Me despido enviando mis sinceros saludos.

Atentamente,



María Gloria Oyaque Pullupaxi

C.I:180184675-7

Propietaria

CAPITULO VI

ARTÍCULO ACADÉMICO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Productos naturales como una estrategia para el desarrollo del agroturismo ofertado por el Cantón Santiago de Píllaro

Natural products as a strategy for development of agro-tourism offered by the Canton Santiago de Píllaro

Dra. Yolanda Imelda Pérez Jerez
Cujano Guachi Geovanny Javier

geoplance14@gmail.com
yolandaperez0710@gmail.com

Junio 2016

Resumen

La investigación se centra en los productores orgánicos y la oferta de productos saludables que requieren un cuidado adecuado, con elementos de origen degradable que garantizan a un producto natural, basándose en la agricultura limpia, al mismo tiempo se involucra con las tendencias turísticas innovadoras, como el agroturismo que permite demostrar la potencialidad de los pequeños y medianos productores, que aportan al mercado elementos creativos, adecuados para convertirse en promotores de este tipo de turismo, que han visto en él una manera de desarrollo e inclusión de sectores ya olvidados ante las rutas turísticas, para aquello se analizó la variedad de productos ofertados, la cantidad de establecimientos con este tipo de elementos, las posibles falencias que impiden el adecuado desarrollo, la investigación de campo permitió obtener, un panorama de posibles soluciones para que este tipo de productores obtengan beneficios, que inciten a continuar con este tipo de práctica favorable para el ambiente, la salud y el adecuado progreso del agroturismo como una nueva fuente de oportunidades dentro del cantón Santiago de Píllaro.

Palabras Clave: Agroturismo, Productos naturales, productores orgánicos.

Abstract

The research focuses on organic producers and the supply of healthy products that require proper care, with elements of degradable origin guaranteeing a natural product, based on agriculture clean while you engage with innovative tourism trends, as agritourism that can prove the potential of small and medium producers, they bring to market creative elements, suitable to become promoters of this type of tourism, who have seen in it a way of development and

inclusion of sectors and forgotten to routes tourism, for what the variety of products offered analyzed, the number of establishments with such elements, possible shortcomings that prevent the proper development, field research yielded, an overview of possible solutions to such producers to obtain benefits which incites to continue this practice favorable for environment, health and adequate progress agrotourism as a new source of opportunities within Santiago de Píllaro town.

Key Words: Agrotourism, natural products, organic producers.

Introducción

Las nuevas tendencias de consumo recrean una alternativa como es la producción orgánica, limpia y natural, las granjas basadas a este campo son muy poco conocidas dentro del cantón Santiago de Píllaro. Las rutas agro turísticas¹ beneficiaran tanto a los productores como a los turistas, debido a la correlación de beneficios que originan las partes involucradas. El cantón posee 44.62% de tierras aptas para la producción agrícola de las cuales solamente un 4% se dedican a la producción natural. (GAD Santiago de Píllaro , 2015) “El área rural agropecuaria ocupa un área de 3061.79 ha. correspondientes al 6.9% y el área rural agropecuaria dispersa con población 10140.50 ha. correspondientes al 22.8%.”² La producción limpia o natural es practicada actualmente por pocas granjas agrícolas, se debe, en parte a la falta de capacitación, en estos temas creando desconocimiento por parte de los agricultores sobre los beneficios

Sin embargo, (Campón, Leco, Pérez, & Hernández, 2010) define, “el agroturismo es una actividad turística, que forma parte de una modalidad más amplia, el turismo rural, que a su vez se enmarca dentro de los denominados “turismos alternativos” ” , una actividad comprometida con el cuidado del medio ambiente, por medio de la producción limpia y saludable, practicada a través de la agricultura orgánica, se presenta ante los turistas como la manera para aportar al cuidado del entorno natural.

“Es mucho más que una oferta de productos y servicios en el campo. Implica una nueva manera de entender el hecho de viajar, otra sensibilidad, una actitud positiva ante otros pequeños mundos, la naturaleza, sus paisajes, la cultura local y su gente” (Campón, Leco, Pérez, & Hernández, 2010). Los productores agrícolas orgánicos aportan al desarrollo del agroturismo, y al desarrollo social generado por las actividades turísticas. El documento analizó las diferentes terminologías sobre el panorama de la producción orgánica, llevando a una descripción sobre la producción natural que se realiza en el cantón, demostrando la potencialidad de los productores orgánicos en practicar una agricultura limpia, debido a que poseen los recursos necesarios para involucrarse dentro del ámbito agro turístico, con productos innovadores

“El agroturismo es una modalidad cuya finalidad es mostrar y explicar al turista el proceso de producción en los establecimientos agropecuarios, y se caracteriza por la participación de los turistas y visitantes en los procesos productivos del campo y por el contacto con la familia de los agricultores” (González, 2008)

¹ Ruta agro turística del cantón Santiago de Píllaro abarca localidades como: Penileo, Urbina, San Miguelito, Emilio María Terán.

² Superficie total del cantón 443,1 Km²

Desarrollo

Productos Naturales

Los productos naturales también considerados en otros medios como productos ecológicos por su alto grado de compromiso con el ambiente, mitigan, en proporciones menores, las consecuencias ambientales producidas por factores humanos deterioran gradualmente el ambiente y por lo tanto también reduce la calidad de vida de distintas habitad influyendo el estilo de vida de la flora y la fauna del lugar. (Granval, 2012) Contrasta que, “al aplicar este tipo de producción natural o limpia, se contribuye a las mejoras medioambientales debido a que los recursos genéticos agrícolas son más abundantes incluyendo insectos y microorganismos de la flora y fauna.”

Autores como (Cuéllar, Calle, & Gallar, 2013), concluyen que, *son palpables las consecuencias ecológicas y ambientales de este modelo en la contaminación de suelos y aguas, la pérdida de suelos fértiles, la reducción de biodiversidad cultivada y silvestre, la contaminación genética por transgénicos, la deforestación o la ineficiencia energética en finca, entre otros.* El cuidado del ambiente en la actualidad es otro factor importante para ser tratado en la actualidad. Según (Vilches, Gil Pérez, Toscano, & Macías, 2016) “Son numerosas las formas de contaminación y los problemas ambientales que los seres humanos estamos provocando desde los inicios de la revolución industrial y, muy en particular, durante el último medio siglo.”

Los productos naturales, obtenidos por medio de procesos adecuados ayudan a la fertilidad de los suelos, conservación de nutrientes y sobre todo las vertientes naturales, en el cantón Santiago de Pillaro, el tratamiento de estos procesos para los cultivos es regulado por parte de los productores, que buscan los medios adecuados, en este caso la agricultura orgánica, para mitigar aquellos impactos causados por la contaminación, al mismo tiempo que obtienen productos naturales, saludables, con un proceso de cultivo limpio.

Productores orgánicos

Los productores orgánicos están ligados en una estrecha relación con la zona de desarrollo rural, que busca formas adecuadas de desarrollo, optando por el agro turismo. “El 99.9% del total de productores orgánicos son pequeños productores, con tres hectáreas de cultivo en promedio y se encuentran agrupados en organizaciones campesinas.” (Gomez, Schwentesius, Ortigoza, & Gómez, 2010) En ocasiones estas agrupaciones aprovechan al máximo sus recursos, de manera que encuentran en aquellos los beneficios que aportan a mejorar su calidad de vida.

Los productores orgánicos según (Rubio, 2011) los considera, también como (...) *productores ecológicos aquellos que reúnen las características del caso como son: tamaño del predio, cobertura y significado en el espacio geográfico. Estos agentes obtienen productos sin residuos químicos a través de sistemas de producción sostenible que favorecen el equilibrio natural del medio ambiente al no utilizar fertilizantes, pesticidas, reguladores de crecimiento, aditivos o colorantes elaborados por síntesis química*

(Blanco & Riveros, 2010) “La actividad del agroturismo ha sido considerada por entidades públicas y privadas como una de las estrategias para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales

por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales a los productores agropecuarios y pequeños agroprocesadores.” Gran parte realiza prácticas de agricultura limpia como la agricultura orgánica que según (Perazzoli & Gómez Perazzoli, 2009)”es un sistema alternativo al convencional o moderno, exige optar por otro sistema de producción desde el punto de vista del productor y por un producto diferente a nivel del consumidor.”

La cantidad de productores orgánicos es muy reducida, sin embargo, un menor porcentaje que lleva acabo este proceso, obtiene maneras beneficiosas de desarrollo entre aquellas, el precio de los productos de origen natural, que, debido al proceso de cultivo más cuidadoso, es más costoso que los productos tradicionales, además brinda posibilidades para adentrarse en el ámbito agro turístico, que demuestra los procesos empleados en los cultivos y la crianza de animales de granja, convirtiéndose en una forma consecuente del desarrollo socioeconómico.

Oferta Turística

(Molina, Lasso, & Moscoso, 2013) Consideran “de acuerdo al PLANDETUR 2020, el agroturismo se encuentra identificado en el portafolio de productos turísticos del país, en donde se detalla a las haciendas, fincas y plantaciones como parte de los establecimientos agroturísticos.”

Gráfico 17: PLANDETUR 2020 categorías de turismo por regiones

Categoría de Turismo	Región		Sierra Norte	Costa Norte	Sierra Centro	Amazonía Norte	Amazonía centro	Costa Centro	Costa Sur	Austro	Frontera Sur	Galápagos	Quito, Distrito Metropolitano	Guayaquil, Distrito Metropolitano
	Producto del destino	Producto potencial para el destino												
Productos destacables	Circuitos generales	Variantes												
	Sol y playa	Sol y playa												
Turismo comunitario	Turismo comunitario	Turismo comunitario												
	Patrimonio naturales y culturales	Patrimonio naturales y culturales												
	Mercados y artesanías	Mercados y artesanías												
	Gastronomía	Gastronomía												
Turismo cultural	Shamanismo	Shamanismo												
	Fiestas populares	Fiestas populares												
	Turismo religioso	Turismo religioso												
	Turismo urbano	Turismo urbano												
Parques temáticos	Turismo arqueológico	Turismo arqueológico												
	CAVE: científico, académico, voluntario y educativo	CAVE: científico, académico, voluntario y educativo												
	Haciendas históricas	Haciendas históricas												
	Parques temáticos	Parques temáticos												
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales	Parques nacionales												
	Reservas y bosques privados	Reservas y bosques privados												
	Ríos, lagos, lagunas y cascadas	Ríos, lagos, lagunas y cascadas												
	Observación de flora y fauna	Observación de flora y fauna												
Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres	Deportes terrestres												
	Deportes fluviales	Deportes fluviales												
	Deportes aéreos	Deportes aéreos												
	Deportes acuáticos	Deportes acuáticos												
Turismo de salud	Termalismo	Termalismo												
	Medicina ancestral	Medicina ancestral												
Agroturismo	SPAs	SPAs												
	Haciendas, fincas y plantaciones	Haciendas, fincas y plantaciones												
Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias												
	Cruceos	Cruceos												

Gráfico: (PlandTur 2020, 2012)

Según el cuadro de productos turísticos por destinos regionales del Ecuador, consignado en el PLANDETUR 2020, Tungurahua pertenece al área de desarrollo agro turístico de la zona sierra centro.

Varias son las actividades que oferta el cantón³, entre aquellas se encuentra el agroturismo, Píllaro se ha caracterizado por ser agrícola y ganadero, estas son las principales actividades de la población, debido al escenario natural adecuado con el que cuenta, y se presta para este tipo de actividad turística. Su altitud, la variedad de pisos climáticos, son factores que buscan los turistas para observar diversas maneras de agroturismo, con una gama variada de productos agrícolas.

El agroturismo y la producción orgánica

(Ciol, 2008) considera que, *las actividades agroturísticas son aquellas de recepción y hospedaje ejercidas por los empresarios agrícolas, a través de la utilización de su propio fundo, hacienda ó finca, como conexión ó complemento respecto a las actividades de cultivo de su parcela, de silvicultura, de cría de ganado y de acuicultura, las cuales deben permanecer como actividades principales.* (López, Gracia, & Barreiro, 2013) “Los consumidores ven, en mayor o menor medida, los productos de agricultura ecológica como una vía para obtener beneficios privados (alimentos más sanos y seguros) y públicos (bienestar animal y protección del medioambiente)”. El agroturismo incita a los productores a mantener un proceso natural manejando las buenas prácticas ambientales, (Staback, 2011) Denomina al turismo como, “la industria sin chimeneas, por tratarse de una gran generadora de empleos, aunque no es una Industria productora de materias primas (Primaria) ni transformadora de estas (Secundaria), sino una Industria de Servicios (Terciaria)”, aquello confiere al turismo como una área de conservación de recursos. (Nacimba, 2015) “La producción orgánica, saludable y limpia de nuestro país es parte de la promoción turística. La Canadian Health Food Association (CHFA) Expowest⁴ reúne a los más grandes empresarios de la industria de productos naturales y saludables” en la misma se dio cita a Ecuador con variados productos de origen limpio que fueron procesados de manera natural.

La actual ruta agro turística ofertada por el cantón abarca sitios con potencial turístico que ofrezca facilidades hacia turistas, 17 lugares, entre restaurantes, paraderos, granjas, museos y lugares culturales cumplen con los estándares según el catálogo de las rutas desarrolladas por entidades públicas y privadas. Además el GAD cantonal junto con los GAD parroquiales contribuyen con el apoyo necesario para llevar a cabo ferias artesanales y agrícolas, en cada parroquia con productores y asociaciones, escultores y demás personas dispuestas a participar

³ Actividades que oferta el cantón; Turismo de Aventura, Turismo gastronómico, Turismo cultural, Agroturismo

⁴ Canadian Health Food Association (CHFA) Expowest llevada a cabo en Canadá, 11 y 12 de abril del 2015

Cuadro 25: Ruta Agro turística Artesanal del cantón Santiago de Píllaro

NOMBRE	UBICACIÓN
Granja Agroecológica del H.G.P.T	Av. Rumiñahui, ciudad Nueva, ingreso a Píllaro
Parque Nacional Llangantes	Nororiente del cantón Píllaro
Granja Penileo de Marianita Llangante	Oeste de Píllaro, Barrio Penileo, Parroquia Presidente Urbina
Centro Parroquial Poaló	Centro Parroquial Poaló a 32 Km desde Ambato y 16Km desde Píllaro
Museo Rumiñahui	Barrio San Juan, Parroquia San Miguelito
Mascaras de Diablos	Av. Carlos Contreras Ruiz y Callejón H
Galora Sport	Barrio Tres Esquinas, Parroquia Presidente Urbina
Prosec Flor	Barrio el Estadio, Calle Pucahuayco, Parroquia Emilio María Terán
Complejo Psicola el Porvenir	Sector Santa Rita km 8 vía a Pisayambo
Complejo turístico Monte Verde	Vía a Patate – Píllaro km 8 Parroquia Emilio María Terán Barrio Centro
Complejo recreacional El Olimpo	Av. Monseñor Abel Vasconez y Rumiñahui
Hotel Chelos	Montalvo y Rodríguez de Guzmán
Hostería Casa de los Abuelos	Parroquia San Miguelito, Av. Intercantonal y los Capulies
Paradero Don Homero	Parroquia Emilio María Terán barrio El Pisque vía Píllaro Patate entrada a Quillan
Centro Turístico Quillan	Suroeste del Cantón Píllaro, Parroquia San Miguelito, a 35 km de Ambato y a 29 km de Patate
Café Bar restaurante Sabor y Tradición	Flores y Rodríguez de Guzmán junto al coliseo de deportes Píllaro
Restaurante Delicias de la Pacha Mama	Barrio San Vicente, vía a San Miguelito a 100m del parque Quilimbulo

Fuente: (GAD Santiago de Píllaro , 2015)

Productos naturales en el cantón Santiago de Píllaro

Los productos naturales son comercializados para el consumo interno, en las ferias que se realizan en los mercados San Juan, San Luis y 24 de Mayo los días Domingos, martes, y jueves, en los cuales los pequeños productores ofertan productos de origen orgánico y natural hacia los

pobladores. El agroturismo en el cantón se practica en menores proporciones, “existen 21 atractivos turísticos” (GAD Santiago de Pillaro , 2015) de los cuales 4 tiene un ámbito ligado con el turismo ecológico y la agricultura, concretando que un 20% se dedican al agroturismo como: Granja Agroecológica y Demostrativa de Píllaro, Granja Marianita, además de paraderos y restaurantes que participan en ámbitos de producción natural, alimentos orgánicos entre aquellos están, el Complejo El porvenir⁵, restaurante Paccha Mama⁶, Paradero Don Homero⁷, Complejo Rio verde⁸ y restaurantes de Quillan⁹, localidad que practica el turismo comunitario. De aquellos se identificó alrededor de 6 establecimientos de producción natural, de aquellos 3 ofertan el agroturismo presentándolos en un cuadro con las especificaciones de cada una de las granjas con producción natural dentro del cantón.

Cuadro 26: Granjas de producción natural

Establecimiento	Propietario	Productos	Clima	Productos que comercializa	Turismo	Ubicación
La Frambuesita	Marta Romero	Mora, frambuesa, tomate de árbol, cuyes, gallinas, babacos	Clima meso térmico semi húmedo	mora, cuyes, Frambuesa y derivados	Agroturismo	Penileo
Marianita	Mariana Llangante	Mora, tomate de árbol, cuyes	Clima meso térmico semi húmedo	Cuyes, moras	Agroturismo	Penileo
San Vicente	Guido Pilco	Aguacates, chirimoyas, granadillas, duraznos, babacos, plátanos café	Clima Meso térmico	Granadillas, Chirimoyas Aguacates y derivados	Ninguno	Quillan
Sánchez	Marta Sánchez	Moras, tomate de árbol	Clima meso térmico semi húmedo	Mora, tomate de árbol	Ninguno	San Miguelito

⁵ Complejo el Porvenir, ubicado a 7 Km del Centro de Píllaro, comunidad Santa Rita

⁶ Restaurante Paccha Mama, Ubicada a 3 km del centro, Barrio San Vicente (Pato al Lodo)

⁷ Paradero don Homero, 9km del centro, Parroquia Emilio María Terán, comida Natural de campo

⁸ Complejo Rio verde, 12 km del centro del canton, Comunidad Plazuela, platos típicos basados en trucha

⁹ Centro comunitario Quillan; Restaurantes; María Soledad, comida con productos orgánicos

Las Abejitas	María Oyaque	Miel de abeja, moras, achocha, tomate de árbol, jicama	Clima meso térmico semi húmedo	Miel de abejas, achochas, moras	Agroturismo	Urbina
Viera	Jaime Viera	Brócoli, zanahorias, granadillas, tomate de árbol	Clima meso térmico semi húmedo	Brócoli, tomate de árbol, granadillas	Ningunp	Penileo

Elaborado por: Cujano Guachi Geovanny Javier (2016)

Fuente: investigación de campo

El cuadro demuestra a las granjas de producción naturales, participes y no participes en la actividad agro turística, la innovación se presentan en sus productos distintivos, adecuados para atraer la atención de turistas, el vino de frambuesa, y jicama, es novedoso y solamente lo puede encontrar únicamente en la granja la frambuesita¹⁰, el shampoo de aguacate, y el aceite de aguacate ofertado por la granja San Vicente de Quillan¹¹, que posee la mayor producción aun cuando posee una “pendiente por sobre el 20% que dificulta las labores agropecuarias” (GAD Santiago de Pillaro, 2015) su extensión es de 10 hectáreas de terreno cultivable en un tipo de clima meso térmico con una precipitación de 600 a 750 mm anuales. El mismo que es propicio para el cultivo de una gran variedad de frutos.

Las granjas la Frambuesita, Marianita y las Abejitas ofertan animales para el consumo como; los cuyes, conejos, y gallinas criollas cuidados por medio de procesos naturales, la alimentación de los primeros se basa en el consumo de hierba natural¹² que se obtiene de entre la maleza, cercana a los cultivos, la dieta de las gallinas criollas se basa en maíz y frutos que no se pueden comercializar debido a su estado. Comenta la Sra. (Oyaque, 2016) propietaria de la Granja Las Abejitas “Estos animales de la granja son fundamentales para la preparación de los abonos orgánicos, el estiércol es agrupado con desechos de hojas de las plantas, cal, y lombrices que permite una adecuada descomposición, la mezcla de estos se lo coloca en lugares adecuados en montones cubiertos por plásticos, pasado una semana el abono orgánico está listo para ser colocado en las plantas.”

Los productos naturales ofertados por las granjas no son los únicos productos que se expenden, la Finca San Vicente, proporciona innovaciones creadas con los aguacates por ejemplo el shampo de aguacate, el aceite de aguacate son preparados a partir del fruto y de la pepa, el propietario comercializa estos productos derivados junto a una asociación de productores especializados en el cultivo de este producto, quienes se capacitaron para aprovechar al máximo, los cultivos. Situación similar, ocurre en la granja La frambuesita, quienes cultivan las frambuesas y después de un largo proceso para obtener la esencia y la pulpa de la fruta la colocan en envases adecuados para su fermentación.

¹⁰ Granja la Frambuesita, 3km del centro del cantón, Barrio Penileo

¹¹ Finca San Vicente de Quillan, ubicada a 15 km de cantón, Parroquia San Miguelito, Quillan la Playa

¹² Hierba Natural; Trébol salvaje, alfalfa, pikuyo

La ruta agro turística del cantón no abarca ciertos establecimientos, en parte se debe al inicio reciente en este tipo de actividades, además de infraestructura que está en proceso de construcción, las vías de acceso en algunos casos están en mantenimiento, factores como los mencionados obligan al lento avance para involucrarse en el agroturismo. A pesar de aquello obtienen afluencia turística, debido a la belleza paisajística que muchas granjas poseen, además de los productos únicos que ofertan, el porcentaje de afluencia a las granjas de reciente creación es de 20 turistas al mes, los establecimientos con mayor trayectoria y facilidades turísticas perciben un aproximado de 170 turistas mensualmente, esto depende de varios factores como los meses festivos de cantonización, tours que visitan la ciudad.

Metodología

Para conocer la oferta del agroturismo con productos naturales se empleó diferentes modalidades para concertar la investigación; se aplicó un método cuantitativo y cualitativo además de investigaciones de campo, investigación documental- bibliográfica

Las encuestas¹³ se dirigió a los actores principales dentro del ámbito investigativo, como son los pequeños productores orgánicos, turistas participes del agroturismo. Además de entrevistas abiertas que permitieron obtener resultados de la realidad en la cual se encuentra el sector agro turístico, La Modalidad de campo permitió analizar el entorno del problema permitiendo definir la situación actual en la cual se encuentran los productores orgánicos, además se detectó los hechos que afectan y contribuyen al desarrollo del sector turístico y social. La modalidad documental- bibliográfica fue oportuna para revisar investigaciones anteriores con el propósito de detectar, desde distintos criterios una visión más asertiva sobre temas de similar carácter ampliando el conocimiento obtenido sobre el tema, proporcionado teorías y conceptualizaciones que complementarán a la investigación.

Resultados

Los productos naturales demuestra que bajo un procedimiento adecuado (Fonseca, iMujer™ by Batanga Media, 2013) “tienen hasta un 40% más antioxidantes que los vegetales convencionales”, son ricos en nutrientes y vitaminas que ayudan a la prevención de algunas enfermedades debido a que son asimilados de manera adecuada por el organismo sin alterar o modificar las funciones metabólicas lo cual permite mantener una salud adecuada. (Leal Londoño, 2011) “Los consumidores están cada vez más informados y exigen el conocimiento respecto al origen del producto que están consumiendo y el proceso productivo llevado a cabo para la obtención del mismo”

Casi todos los centros de agroturismo son recientes, entre dos años y un año, e incluso existen agricultores que preparan la infraestructura de su granja para convertirla en un atractivo turístico, un 89% de turistas desconocen los lugares en los cuales se pueden adquirir este tipo de productos, por aquello, se considera que el agroturismo aportaría a su desarrollo. En relación con el área delimitada a la investigación se puede comprobar que un alto porcentaje de turistas desean consumir productos naturales, porque consideran que al producirlos se beneficia al medio ambiente. (González de Molina, 2011) Concuenda sobre la producción actual que “*se basa en la aplicación de medios contaminantes, en todos y cada uno de estos procesos se*

¹³ Encuesta aplicada a 364 turistas, con un cuestionario de 10 preguntas, selección múltiple

multiplica el consumo de unos recursos que, además de encarecer los productos finales, están en el origen de otros tantos problemas medioambientales, como el agotamiento de recursos escasos, el cambio climático o la acidificación y sobre la afección a la esterilidad del suelo.”

Discusión

En concordancia con (López-Galán, Gracia, & Barreiro-Hurle, 2013) “Se puede afirmar por tanto que existe un segmento de consumidores potenciales de alimentos ecológicos que puede ampliarse si se logra incrementar el nivel de conocimiento de los consumidores sobre estos productos”, y el medio adecuado para llevar a cabo esta acción es la inclusión de los pequeños productores dentro del área agro turística, muchos turistas opinan que (Coronado, iniciativat.com, 2013) “los alimentos naturales fortalecen nuestra salud, ayudan a disminuir los daños al medio ambiente y generan ganancias a pequeños productores” convirtiéndose en una cadena beneficiosa para todas las áreas involucradas incluyendo el turismo que en los últimos años ha crecido de manera significativa creando una conciencia ecológica tomando como punto de partida la contaminación de la tierra, el agua y el aire ayudando a la preservación de la diversidad biológica con buenas prácticas ambientales.

En el cantón Santiago de Pillaro, el turismo y los productos naturales crearon un impacto en la conciencia y sobre todo la realidad en la cual se desarrolla. Las áreas recreacionales tratan de fomentar la biodiversidad, además con un esfuerzo mutuo entre los pobladores se mantiene los hábitats de los animales silvestres, permitiendo su desarrollo y favoreciendo la vida de numerosas especies que se encuentran en riesgo. Con la producción limpia y segura se respeta los ciclos naturales de los cultivos, esto causa grandes beneficios evitando la degradación y contaminación de los ecosistemas presentes en la zona que indirectamente ayuda al recurso paisajístico del cantón además de favorecer a la biodiversidad reduciendo de esta manera los principales problemas ambientales de la actualidad.

Conclusiones

El agroturismo y los productos naturales se han convertido en una modalidad que permite el desarrollo y transformación hacia una mejora del estilo de vida de las personas involucradas que prestan grandes beneficios medio ambientales, que a largo plazo benefician al cantón, y forman parte de un impulso ecológico que trata de alguna manera mitigar el impacto del ser humano sobre el entorno, y sobre todo promulgar la conservación de la flora y fauna

La localidad posee establecimientos aptos para el desarrollo adecuado del agroturismo que se basan en una conciencia ecológica que promueve el consumo de productos, limpios y naturales que ayudan a mantener una calidad de vida adecuada en equilibrio con el medio ambiente

Los productores involucrados en el agroturismo mantienen espacios con vida vegetal sana, productos cultivados naturalmente, muy beneficiosos para introducirse en los mercados de generando un desarrollo social y económico.

Los productos naturales tienen influencia sobre la calidad de vida que llevan las personas, debido a aquello se ha mejorado notablemente los hábitos alimenticios, varias de las personas que activamente consume este tipo de alimentos considera, su aporte al ambiente, en una escala menor pero significativa.

Bibliografía

- Blanco, M., & Riveros, H. (2010). *pa.gob.mx*. Obtenido de *pa.gob.mx*: http://pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf
- Campón, A. M., Leco, F., Pérez, A., & Hernández, J. M. (30 de Abril de 2010). <http://age.ieg.csic.es/>. Obtenido de <http://age.ieg.csic.es/>: http://age.ieg.csic.es/geografia_rural/Actividades%20de%20grupo/Documentos/XVColoquio_Caceres%202010/Comunicaciones/contenido/3%C2%AA%20ponencia%20pdf/3.3.pdf
- Ciol, A. (08 de Abril de 2008). *www.saber.ula.ve*. Obtenido de *www.saber.ula.ve*: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/29755/1/articulo8.pdf>
- Coronado, P. (s.f de s.f de 2013). *iniciativat.com*. Obtenido de *iniciativat.com*: <http://www.iniciativat.com/anunciantes/68-ecologia/1237-por-que-es-importante-consumir-alimentos-organicos-parte-1.html>
- Cuéllar, M., Calle, Á., & Gallar, D. (s.f de s.f de 2013). *icariaeditorial.com*. Obtenido de *icariaeditorial.com*: http://www.icariaeditorial.com/pdf_libros/PROCESO%20HACIA%20LA%20SOBERANIA%20ALIMENTARIA.pdf
- Fonseca, J. (s.f de s.f de 2013). *iMujer™ by Batanga Media*. Obtenido de *iMujer™ by Batanga Media*: <http://www.imujer.com/salud/6521/por-que-comer-alimentos-organicos>
- GAD Santiago de Pillaro . (16 de Marzo de 2015). *app.sni.gob.ec*. Obtenido de *app.sni.gob.ec*: http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/186000720001_PDyOT%20Pillaro%202014-2015_16-03-2015_22-55-27.pdf
- González de Molina, M. (17 de Junio de 2011). *revistaambienta.es*. Obtenido de *revistaambienta.es*: <http://www.revistaambienta.es/WebAmbienta/marm/Dinamicas/pdfs/versionpdf/Gdemolina.pdf>
- González, M. E. (2008). TURISMO RURAL ECUADOR. *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*, 3-44.
- Granval, N. (02 de Junio de 2012). *alimentosargentinos.gob.ar*. Recuperado el 03 de Enero de 2016, de *alimentosargentinos.gob.ar*: http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/revista/ediciones/47/articulos/r47_11_OrganicosCalidad.pdf
- Leal Londoño, M. d. (s.f de Agosto de 2011). *scielo.org.ar*. Obtenido de *scielo.org.ar*: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322011000400009&script=sci_arttext
- López, B., Gracia, A., & Barreiro, J. (s.f de s.f de 2013). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de *dialnet.unirioja.es*: [http://www.aida-itea.org/aida-itea/files/itea/revistas/2013/109-1/\(086-106\)%20SEPARATA%20ECO%20V1335%20ITEA%20109-1.pdf](http://www.aida-itea.org/aida-itea/files/itea/revistas/2013/109-1/(086-106)%20SEPARATA%20ECO%20V1335%20ITEA%20109-1.pdf)

- López-Galán, B., Gracia, A., & Barreiro-Hurle, J. (s.f de s.f de 2013). *dialnet.unirioja.es*.
Obtenido de [dialnet.unirioja.es:
https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4184176](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4184176)
- Molina, E., Lasso, S., & Moscoso, M. (2013). Análisis de la oferta de agroturismo en la provincia de Imbabura. *Kalpana*(10), 19-38.
- Nacimba, A. (01 de Abril de 2015). *elciudadano.gob.ec*. Obtenido de [elciudadano.gob.ec:
http://www.elciudadano.gob.ec/alimentos-organicos-ecuatorianos-se-exhibiran-en-canada/](http://www.elciudadano.gob.ec/alimentos-organicos-ecuatorianos-se-exhibiran-en-canada/)
- Oyaque, M. (14 de Mayo de 2016). Abono Organico. (G. Cujano, Entrevistador)
- Perazzoli, A. G., & Gómez Perazzoli, A. (s.f de s.f de 2009). *ceuta.org.uy*. Obtenido de [ceuta.org.uy:
http://www.ceuta.org.uy/files/Agricultura_organica_una_alternativa_posible.pdf](http://www.ceuta.org.uy/files/Agricultura_organica_una_alternativa_posible.pdf)
- PlandTur 2020. (26 de Septiembre de 2012). <http://www.turismo.gob.ec/>. Obtenido de [http://www.turismo.gob.ec/
http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf)
- Rubio, L. (s.f de s.f de 2011). Caracterización empresarial de algunos productores de hortalizas orgánicas en la Sabana de Bogotá y alrededores. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 3(57), 143-163.
- Staback, J. (19 de Noviembre de 2011). *aporrea.org*. Obtenido de [aporrea.org:
http://www.aporrea.org/actualidad/a133872.html](http://www.aporrea.org/actualidad/a133872.html)
- Vilches, A., Gil Pérez, D., Toscano, J., & Macías, O. (s.f de s.f de 2016). *oei.es*. Obtenido de [oei.es: http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=005](http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=005)