



Propuesta de “Ruta Cultural – Gastronómica Montubia de Jipijapa – La Pila – Montecristi”

Zoraida Nathalie Landeta Bejarano

José Fernando Ojeda León

José V. Chang, Ing. M. Sc. – Director de Tesis Profesor de FIMCM

Licenciatura de Turismo

Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Campus Gustavo Galindo Velazco Km. 30.5 Vía Perimetral, Apartado: 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador

zlandeta@espol.edu.ec, jfojeda@espol.edu.ec, jvchang@espol.edu.ec,

Resumen

En la actividad turística, existen nuevas tendencias e incluso se han desarrollado nuevos conceptos los cuales están acorde a la realidad contemporánea a nuestros días. Tal es el caso del turismo comunitario, el cual focaliza la participación o involucramiento de las poblaciones autóctonas que se encuentran en el área de influencia de un sector a ser desarrollarlo.

La ruta cultural – gastronómica montubia de Jipijapa – La Pila – Montecristi, es una propuesta que enmarca a toda una comunidad que posee una identidad ancestral que se origina desde las primeras poblaciones precolombinas que habitaban la costa ecuatoriana hasta nuestros tiempos.

Pero en la actualidad lamentablemente muchas de esas personas han ido abandonando dicha identidad debido al fenómeno migratorio de las mismas a las distintas ciudades. Sin embargo, aun existen algunos pueblos “montubios” como si fueran oasis en el desierto que mantienen dichas características.

En este proyecto se procedió a realizar una investigación minuciosa acerca de los orígenes de la identidad montubia utilizando métodos de investigación acordes a nuestros objetivos, dicha investigación arrojó como resultado que la mayor parte de las personas que se consideran montubias están de acuerdo con la propuesta de una ruta de esta naturaleza, a demás de haber encontrado una respuesta favorable en el aspecto de la demanda.

Por lo tanto se ha obtenido como resultado que nuestra hipótesis es válida puesto que con la propuesta de ruta se podrá rescatar, fortalecer y posicionar el patrimonio cultural – gastronómico del pueblo montubio.

Palabras clave: Rural, Montecristi, Jipijapa, La Pila, ruta, cultural, gastronómica, montubio, turismo, comunitario

Abstract

In the tourism industry, there are new trends of tourism activities and have even developed new concepts which are in keeping with the contemporary reality of our days. Such is the case of community tourism, which focuses the participation or involvement of indigenous peoples who are in the area of influence from one sector to develop in the industry.

The cultural route - gastronomic montubio of JipiJapa - La Pila - Montecristi, is a proposal that fits an entire community of people who have an ancestral identity that originates from the earliest pre-Columbian peoples who inhabited the coast of Ecuador to the present.

But now unfortunately many of these people have been abandoning this identity due to migration of them to different cities and counties away. However, although there are some people "montubios" like oases in the desert who have these characteristics in the provinces mentioned above.

The project proceeded to conduct a thorough investigation of the origins of identity montubio research using methods consistent with our objectives; this research indicates the result that most people who consider montubios agree with the proposal a route of this nature, others have found a favorable response in the aspect of tourism demand.

Therefore we have obtained as a result, our hypothesis is valid because the proposed route may allow the rescue, strengthen and position the cultural heritage - Gourmet montubio community.

1. Introducción

El turismo ha despertado un gran interés para los gobiernos de los diferentes países en vías de desarrollo por su capacidad de generar divisas, favorecer la inversión privada, el desarrollo de empresas locales y la creación de empleos. A partir de las décadas de los setenta y ochenta, muchos gobiernos comenzaron a promover el turismo como sector impulsador de su crecimiento económico, construyendo grandes centros turísticos que se beneficiaron de inversiones públicas en infraestructura y recibiendo incentivos por la inversión privada, principalmente extranjera.

En el campo del Turismo Rural y las Rutas Gastronómicas casi todos los países procuran promover su patrimonio gastronómico; casi siempre, en forma conjunta entre el sector público y privado, así el financiamiento es mixto, pero la mayoría del capital es aportado por el Estado; en este ámbito se integran los productores agropecuarios y dueños de establecimientos que reciben turistas a los cuáles les brindan servicios de alimentación, ofertando sus platos tradicionales basados en la producción primaria local. El turismo comunitario comprende toda actividad económica de forma solidaria que relaciona a los miembros de una comunidad con los visitantes, desde una perspectiva intercultural, con la participación consensuada de sus miembros, direccionado al manejo adecuado de sus recursos naturales y la valoración de su patrimonio cultural, basados en el principio de equidad para la distribución de los beneficios generados, creando expectativas y tratando de consolidar al turismo comunitario como una propuesta válida para el desarrollo de nuevas plazas de trabajo en el que exista equidad de género.

Para el Ministerio de Turismo, el turismo comunitario no solamente es un negocio sino una forma de vida; debido a que permite el fomento, uso social y productivo de los recursos existentes en las comunidades para beneficio de todos y cada uno de sus habitantes, para el gobierno actual no es un objeto; sino, un fin donde se puedan articular directamente todos los actores y comunidades que hacen el turismo comunitario en sentido de la tendencia mundial hacia el turismo sostenible. Siguiendo con esta visión del turismo comunitario; nos focalizamos en la participación o involucramiento de las poblaciones autóctonas, que se encuentran en el área de estudio para desarrollar dicha industria y hemos propuesto una RUTA TURÍSTICA, basada en la combinación de elementos pertenecientes al patrimonio histórico - cultural y gastronómico montubio existente en Jipijapa - La Pila - Montecristi ubicados en la provincia de Manabí; para el rescate y conservación de su identidad ancestral que se origina desde las

primeras poblaciones precolombinas que habitaban la costa ecuatoriana hasta nuestros tiempos. Con esta investigación buscamos contribuir al rescate de la identidad cultural del Pueblo Montubio mediante la recopilación directa in situ sobre las variedades gastronómicas y folclóricas; es decir, el patrimonio cultural de esta etnia social.

2. Planteamiento del Problema

El Ecuador es un país pluricultural, en donde algunas culturas preincaicas y prehispánicas habitaron la región costa del mismo. Al pasar de los años, se experimentó un fenómeno social y racial con la llegada de los conquistadores europeos y esclavos, lo cual condujo a un proceso de mestizaje muy prolongado, además de la mezcla de culturas entre estos dos mundos. Hoy en día, los habitantes de esta región, comparten características raciales de la América mestiza debido a que sus antepasados también formaron parte del mestizaje, pero en las zonas rurales se puede hablar de algo adicional; la cultura. Los montubios son una etnia social plenamente identificada por sus peculiares costumbres que forman parte de su cultura, pero lamentablemente debido a los fenómenos migratorios y por ende el abandono de estas costumbres, la población está perdiendo gran parte de esta identidad. Es por esta razón, que el presente trabajo propone una RUTA TURÍSTICA, basada en la combinación de elementos pertenecientes al patrimonio histórico - cultural y gastronómico montubio existente en Jipijapa - La Pila - Montecristi ubicados en la provincia de Manabí; para el rescate y conservación de su identidad, para al final poder plantear una hipótesis válida que realmente represente un resultado objetivo de esta investigación, la cual se desarrolló bajo un esquema científico bastante estricto. Dicha hipótesis estará encaminada a contribuir con un sector de la sociedad en nuestro país. Para concluir, esta hipótesis pretende demostrar si la ruta cultural gastronómica permite rescatar, fortalecer y posicionar el patrimonio histórico - cultural y gastronómico montubio o no.

3. Marco Teórico

Existe un sin número de definiciones de la palabra turismo en todo el mundo, sin embargo si se analiza la etimología de la palabra, se puede concluir que se trata nada más de un proceso en el cual es necesario que una o más personas se trasladen de un lugar a otro, y dentro de este esquema, las motivaciones determinarán que clase de turismo y por cuánto tiempo realizara una o varias personas según su naturaleza.

El marco teórico de esta investigación, conceptualiza al turismo comunitario como eje principal de todo lo propuesto en el mismo, combinado con diversas actividades adicionales que podrían facilitarse, las mismas que están dentro de una clasificación de turismo como de aventura, sol y playa, rural, cultural, aventura, recreativo, ecológico etc.. Y esto se debe a que si se analiza todo lo que abarca la definición de este tipo de actividad, se debe incluir la participación directa e indirecta de los pobladores de las localidades expuestas en este trabajo. La definición de cultura varía según los autores, pero básicamente la cultura no es nada más que el conjunto de conocimientos adquiridos por un grupo de personas, los cuales determinan el comportamiento de las mismas. Dentro de esta definición bastante abierta, la cultura gastronómica de los montubios, representa uno de los principales atractivos en esta propuesta, ya que encierra un sin número de platos típicos que estas personas preparan desde hace varias generaciones y hoy en día representa la identidad de los mismos. Para rescatar la identidad montubia en estas poblaciones, es importante e indispensable convertir a los montubios de las mismas en pieza fundamental de esta propuesta, pues ellos son los más interesados en mantener sus tradiciones y cultura para no perderlas en las futuras generaciones. Para concluir, se puede decir que el turismo como actividad económica constituye una oportunidad de desarrollo para casi cualquier comunidad, mas aun si dicha comunidad posee una riqueza cultural que amerite ser potencializada como principal atractivo. En el aspecto conceptual, se plantean todos los métodos y herramientas que se contemplan en la investigación científica.

4. Metodología y Generalidades

En esta investigación se va a usar un diseño de **tipo DESCRIPTIVO, TRANSVERSAL, MULTIPLE con fuentes ESTATICAS** de información **PRIMARIA**, con métodos para obtener la información de datos **CUANTITATIVOS** utilizando las **ENCUESTAS** y el **muestreo** utilizando como limite geográfico las personas de la Provincia de Manabí, los sectores de Jipijapa, Montecristi y La Pila, y como unidad de **muestreo** las ferias y las asociaciones montubias legalmente constituidas, como **elemento** las personas que asisten a las ferias y los socios de las asociaciones montubias, el **marco de la muestra** es el recinto ferial, y las comunidades montubias organizadas. El muestreo que se realizara es con la técnica **no probabilística**, por **conveniencia** utilizando como tamaño de la muestra **encuestas. Se utilizó el método descriptivo.** Tomando en cuenta la totalidad de la población objetivo, que en nuestro caso es de 5.000 personas que visitan las ferias, aplicaremos una fórmula estadística tradicional para calcular el número de la muestra que nos dotará de un nivel de

encuestados que brindará de unos datos fidedignos para la elaboración de la propuesta. Cabe considerar que la muestra es tomando según el Sistema de procesamiento de la información y cálculo muestral y medición de presentatividad y confiabilidad. La Fórmula para seleccionar la muestra a encuestar:

$$n = \frac{N}{(N-1) \times E^2 + 1}$$

En donde:

- n = Tamaño de la muestra
- N = Universo (número aproximado de visitantes)
- E = Margen de error admisible (0.05 en nuestro caso)

Así tendremos que:

- N = 5.000 habitantes
- E = 0.05

$$n = \frac{5.000}{(5.000-1) \times 0,05^2 + 1}$$

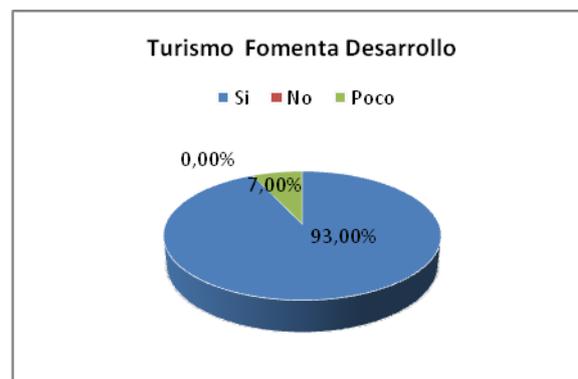
n= 370,439 visitantes a encuestar

Redondeando:

n= 370 visitantes a encuestar

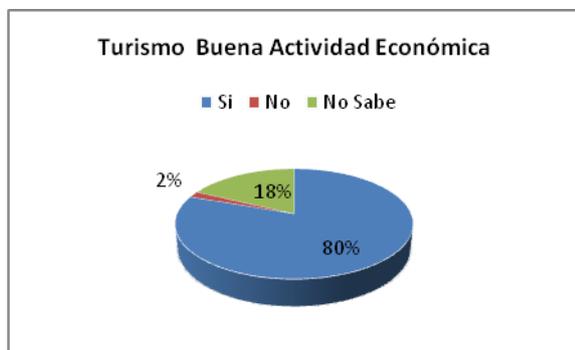
Para obtener un dato más confiable, se decidió realizar 400 encuestas, previo al proceso de la encuesta, se procedió a capacitar a las personas que nos ayudaron a recoger los datos, en total participamos 8 personas, 2 tesisistas y 6 personas adicionales contratadas para este fin, cabe mencionar que todos eran profesional o egresados, Estas encuestas fueron realizadas en el marco del recinto ferial y de las comunidades montubias organizadas, donde participaron ocho personas, involucradas en cuatro organizaciones montubias de Jipijapa, y la Pila que justamente quieren conservar la identidad cultural montubia, y así mismo poder generar trabajo para ellos y sus familias.

Gráfico Estadístico 1.- Turismo Fomenta Desarrollo



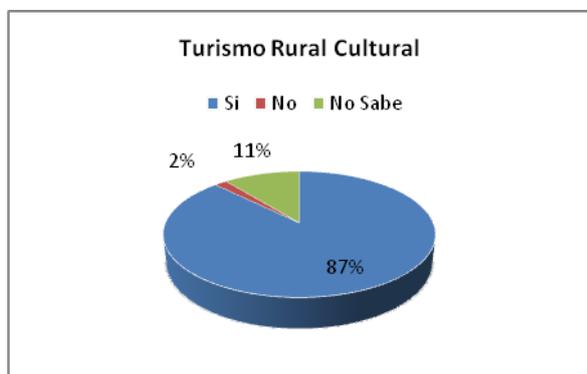
Se realizaron 400 encuestas que es el 100% y, entre los cuales 372 encuestados dijeron que el turismo si fomentaría el Desarrollo de Jipijapa, La Pila, Montecristi que representa al 93% del total de los encuestados, ninguna persona contestó que el turismo no fomentaría el Desarrollo de la zona que representa al 0,0% de los encuestados, y 28 personas comentaron que el turismo fomentaría poco en el Desarrollo de la zona los cuales representan al 7% de los encuestados. Debido que dicho trabajo es la descripción de un Compendio de tradiciones, historia, costumbres y gastronomía montubia y luego con el mismo se establecerá una propuesta de Ruta Cultural – Gastronómica Montubia de Jipijapa – La Pila – Montecristi.

Gráfico Estadístico 2.- Turismo Buena Actividad Económica



Se realizaron 400 encuestas que es el 100% y, entre los cuales 322 encuestados dijeron que el turismo si es una buena actividad económica para esta zona que representa al 80% del total de los encuestados, 7 personas contestaron que el turismo no es una buena actividad económica para esta zona que representa al 2% de los encuestados, y 71 personas comentaron que el no sabían si el turismo es una buena actividad económica para esta zona los cuales representan al 18% de los encuestados.

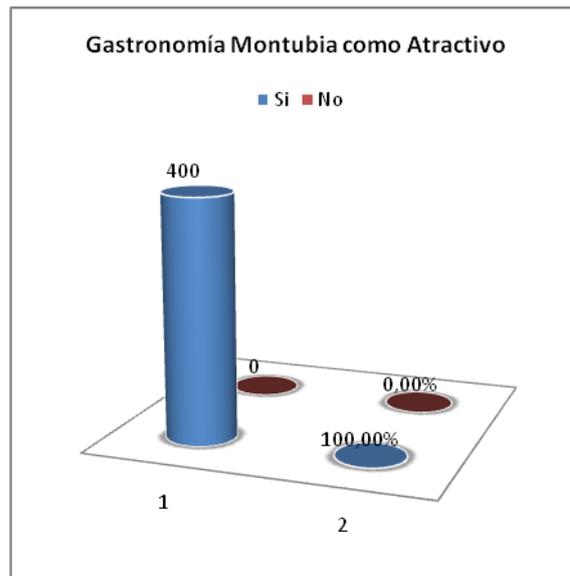
Gráfico Estadístico 33.- Turismo Rural Cultural



Se realizaron 400 encuestas que es el 100% y, entre los cuales 350 encuestados dijeron que si le gustaría

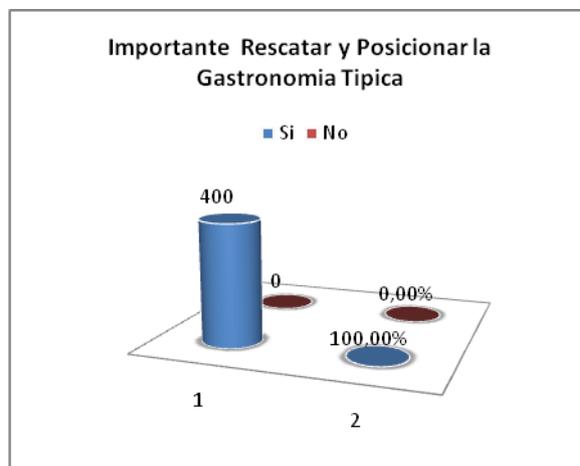
que en la comunidad exista un sitio dedicado al turismo rural cultura que representa al 87% del total de los encuestados, 7 personas contestaron que no le gustaría que en la comunidad exista un sitio dedicado al turismo rural cultura que representa al 2% de los encuestados, y 43 personas comentaron que el no sabían si les gustaría que en la comunidad exista un sitio dedicado al turismo rural cultura los cuales representan al 11% de los encuestados.

Gráfico Estadístico 4.- Gastronomía típica Montubia como Atractivo



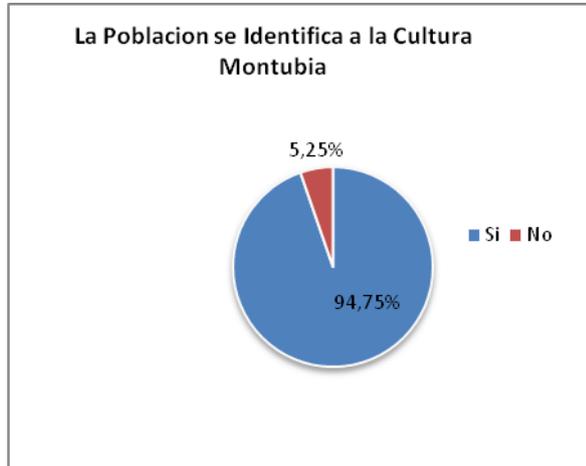
Se realizaron 400 encuestas que es el 100% de la población total de encuestas, entre los cuales 400 encuestados de forma unánime opinaron que la gastronomía típica montubia si podría ser un gran atractivo turístico en la zona de estudio, que representa al 100%.

Gráfico Estadístico 5.- Importancia de Rescatar la Gastronomía Típica



Se realizaron 400 encuestas que es el 100% de la población total de encuestas, entre los cuales 400 encuestados de forma unánime opinaron que es importante rescatar la gastronomía típica montubia en la zona, que representa al

Gráfico Estadístico 64.- Población se Identifica con la Cultura Montubia



En base a la información de 400 personas encuestadas en la zona de estudio se observó que 379 personas que representan al 94,75% si se identifica usted con la Cultura Montubia, que 21 personas que representan al 5,25% si se identifica usted con la Cultura Montubia.

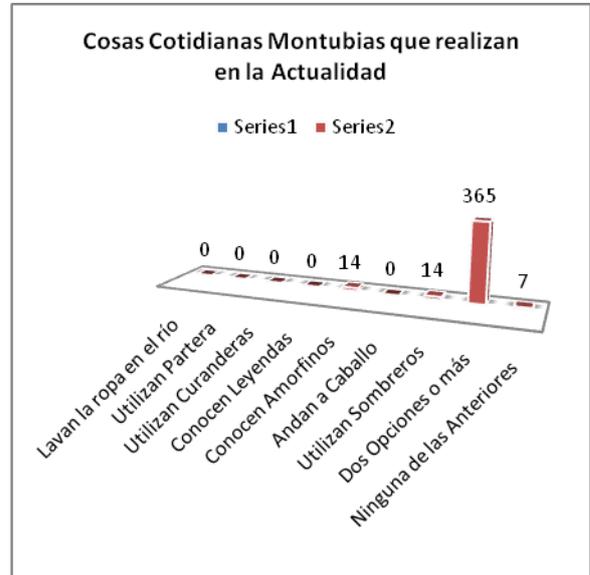
Gráfico Estadístico 7.- ¿Usted es criador, apostador, u observador de peleas de gallo?, si usted asiste



En base a la información de 400 personas encuestadas en la zona de estudio se observó que 197 personas que representan al 49,00% manifestaron que no les gusta la pelea de gallos, por lo tanto no asisten; 133 personas que representan el 33,00% participan de

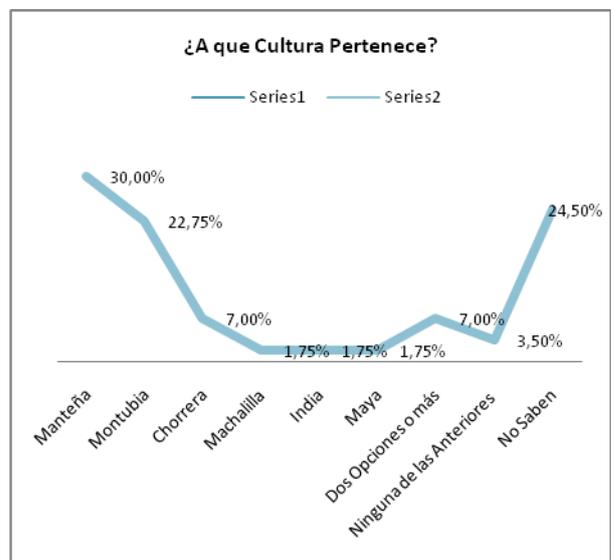
las peleas de gallo como observador, 21 personas que representan el 5,00% participan como apostador en las lidias gallísticas, 49 personas que representan el 13,00% son criadores de gallos de pelea.

Gráfico Estadístico 8.-cosas cotidianas montubias que realizan en la zona encuestada



En este componente los 400 encuestados que son el 100% dieron como resultado que 14 personas que son el 3,50% aún prevalece la costumbre de contar amorfinos, que 14 personas que son el 3,50% se pone sombrero al diario, y 365 personas que equivale al 91,25% prefieren señalar 2 o más costumbres y tradiciones que para ellos prevalece en la zona, de los más mencionados fueron el andar a caballo, el utilizar curanderas, el amorfino y leyendas; entre otras.

Gráfico Estadístico 9.- ¿A qué cultura pertenecen ustedes?



De acuerdo a la información obtenida de las 400 personas encuestadas en la zona de estudio se mencionaron que pertenecían a diferentes culturas, con los siguientes resultados: 120 personas indican pertenecer a la cultura Manteña que equivale al 30,00%; 91 personas indican pertenecer a la cultura Montubia que equivale al 22,75%; 28 personas indican pertenecer a la cultura Chorrera que equivale al 7%; 7 personas indican pertenecer a la cultura Machalilla que equivale al 1,757%; 7 personas indican pertenecer a la cultura Indígena que equivale al 1,757%; 7 personas indican pertenecer a la cultura Maya que equivale al 1,757%; 28 personas dicen pertenecer algunas culturas; 14 personas mencionan pertenecer a diferentes culturas no mencionadas anteriormente que equivale al 3,50%; y 98 personas que son el 24,50% no sabían la respuesta.

Como conclusión global de las encuestas realizadas desarrollada in situ, dirigida a los potencialmente actores de esta ruta; se ha podido obtener información y resultados fehacientes y fidedignos, que reflejan la realidad, situación y conocimiento de los temas culturales, históricos, gastronómico y principalmente del componente turístico con respecto a sus recursos virtudes y bondades de la zona, que podrá ser un elemento de gran importancia para la dinamización económica de los pobladores del lugar en forma directa e indirecta; claro está, si previamente se realiza una campaña de concientización y empoderamiento de todos los temas tratados, lo que da como resultado que nuestra hipótesis es verdadera.

Para detallar la información de las tres poblaciones de interés, se muestra lo siguiente:

Tabla1. Generalidades de Jipijapa

Cantón Jipijapa		Municipalidad de Jipijapa	
Cabecera Cantonal: Jipijapa		Nombre del Alcalde: JHONY CAÑARTE CASTILLO	
Código INEC: 1306		Dirección del Municipio: Sucre Y Montalvo (esquina)	
Fecha de Cantonización: 15 de octubre de 1820		Teléfonos: 05 2600-409 / 05 2600-438 Fax: 05 2608-218	
Fecha de Publicación: Ley s/n, 25-IV-1824		Página Web:	
Superficie: 1401.4 Km2		email:	
Población:	URBANA	RURAL	% CRECIMIENTO ANUAL
	46,241	25,719	-0.5
Fuente: INEC, AME			

Tabla2. Generalidades de La Pila

Datos Generales de La Pila

Nombre de la Región:	Provincia de Manabí
Altura del pueblo:	925
Población estimada:	16132 hbts.
Cantón	Montecristi

Tabla3. Generalidades de Montecristi

Cantón Montecristi		Municipalidad de Montecristi	
Cabecera Cantonal: Montecristi		Nombre del Alcalde: CRISTOBAL TORO DELGADO	
Código INEC: 1309		Dirección del Municipio: Sucre y Anibal San Andrés	
Fecha de Cantonización: 20 de octubre de 1822		Teléfonos: 05 2310-052 Fax: 05 2310-052	
Fecha de Publicación: Ley s/n, 25-VI-1824		Página Web: http://www.montecristi.gov.ec/	
Superficie: 733.8 Km2		email:	
Población:	URBANA	RURAL	% CRECIMIENTO ANUAL
	20,162	28,501	3.5
Fuente: INEC, AME			

5. Análisis del Entorno

Para analizar al pueblo montubio, es necesario establecer un vínculo directo y de confianza para poder entender de manera más íntima las características de esta gente que incluso la constitución de la República los reconoce legalmente. De este modo se puede citar la misma, ya que en el artículo 59 expresa: “Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley”. [1]. Es así como se puede demostrar que ellos mantienen la predisposición de conservar su etnia social lo más intacta posible. El pueblo montubio posee riquezas culturales y folclóricas que son parte de un legado histórico y ancestral, ya sea en la gastronomía, dialecto, juegos. Dentro de esto podemos mencionar algunos platos típicos como el seco de gallina criolla, el greñoso; en cuanto a los juegos o actividades de diversión o esparcimiento se puede hablar del rodeo montubio, las peleas de gallo, la declamación de amorfinos, los curanderos y su medicina natural, su música, danza, traje típico, etc. La demanda turística de los destinos reconocidos como culturales se ha ido incrementando los últimos años, por esta razón se considera que se puede contar con un potencial mercado dispuesto a conocer este destino. Cabe recalcar que lamentablemente en la

actualidad, estas poblaciones no cuentan con una infraestructura turística adecuada, pero sin embargo, las autoridades locales ya iniciaron un plan de desarrollo turístico para todas las poblaciones, y esto se debe a que el gobierno por medio del ministerio de turismo inicio el plan nacional de desarrollo turístico en nuestro país con una campaña agresiva y firme. Parte de este plan local, consiste en hacer un levantamiento real de toda la información necesaria para poder evaluar en qué condiciones se encuentra en la actualidad la provincia de Manabí en cuanto a servicios que estén ligados a la actividad turística para posteriormente fomentar y apoyar a los pobladores interesados a mejorar y fortalecer su oferta turística. Además de este inventario, se prevé realizar campañas de capacitación técnica a todas las comunidades para que de igual modo, se fortalezca su oferta.

6. Propuesta de Ruta Cultural Gastronómica Montubia

La Ruta Cultural – Gastronómica propuesta en esta tesis se define como un recorrido que inicia en la población de Jipijapa, pasando por La Pila y culminando en Montecristi, y que cuenta con componentes histórico, cultural y gastronómico de la zona. Dichos componentes son considerados piezas claves en la ruta puesto que los diferentes atractivos de la misma están ligados con la identidad étnica social Montubia de las poblaciones estudiadas.

Para hacer una descripción de esta ruta se debe considerar que primero hay que trasladarse a la provincia de Manabí, específicamente al cantón Jipijapa. Dicha ruta será de tipo vivencial y comunitaria es decir que el turista tendrá la oportunidad de experimentar, e interactuar con las comunidades montubias aprendiendo sus costumbres y tradiciones.

Para el análisis de la propuesta en estudio es necesario considerar las ventajas y desventajas que esta posee en los diferentes aspectos como lo social (participación ciudadana, empoderamiento, fortalecimiento organizacional), economía local, el ámbito laboral de la zona de estudio.

Los destinos incluidos en la ruta tienen como características positivas que mediante este recorrido se fortalece y posiciona la imagen del MONTUBIO proyectando sus valores culturales, y ancestrales; además se incentiva y contribuye en el desarrollo turístico, de forma endógena y comunitaria.

La propuesta persigue dinamizar la economía local y regional, mediante la participación activa de las comunidades montubias organizadas, puesto que es necesario integrarlas dentro del desarrollo que se le pretende dar a esta región. De esta manera se contribuirá en la disminución en los índices de migración de las localidades participantes, ya que los habitantes de esta zona tendrán acceso a fuentes de

trabajo y producción a base de la actividad turística sin perder su identidad cultural.

Una de las principales desventajas es que las organizaciones montubias no enfocan su producción económica en la actividad turística, por lo cual si las organizaciones montubias no se involucran activamente en el desarrollo de la ruta difícilmente se cumplirá con el objetivo de esta propuesta; sin embargo los municipios de Jipijapa y Montecristi están contribuyendo con la capacitación a los distintos actores de la comunidad en lo concerniente al turismo. En la actualidad, existen servicios turísticos que no están regularizadas por el ministerio de turismo y no cuentan con un nivel óptimo de calidad.

El proyecto se enmarca dentro de varios componentes como lo cultural, lo gastronómico y lo histórico. Dentro del estudio de evaluación ambiental, se realizará una lista de chequeo de los impactos negativos y positivos, así mismo se valorará una alternativa de impacto negativo con su posible medida de mitigación También se elaborará una lista de los impactos positivos con sus beneficios ambientales. En general se han identificado 8 impactos positivos y 7 negativos, dicha información sirve como uno de los criterios al momento de determinar la validez de la hipótesis de este trabajo.

La estrategia de difusión para vender un destino o un producto turístico privado, tendría consideraciones más verticales puesto que se trata de un organigrama en función a los accionistas y propietarios del mismo, pero al tratarse de una comunidad, es necesario la empezar por la capacitación de la comunidad, facilidades de financiamiento para mejorar gradualmente la infraestructura turística del sector de influencia, promocionar el destino o la ruta como un eslabón de la gran cadena y red de servicios turísticos de toda la provincia de Manabí, y no como algo aislado; mediante los canales de distribución directos e indirectos en el mercado local, nacional e internacional, evitar la aculturación de la población para evitar un descenso en la calidad del producto a largo plazo, y para finalizar, estructurar o diseñar un sistema de retroalimentación para poder mantener al destino como un elemento poco sensible ante la competencia. En cuanto a los canales de distribución de este destino, y en el caso particular de turismo comunitario, la población local debe ser considerada como un actor clave dentro del desarrollo turístico, por lo tanto es necesario involucrarla en todas las actividades. Por esta razón la promoción debe realizarse enfocando los atractivos como pieza fundamental, es así que la distribución debe de realizarse por medio de canales directos.

7. Conclusiones

Esta ruta posee componentes naturales y culturales, que pueden generar un gran crecimiento económico, laboral, cultural, y el rescate de lo tradicional y lo

gastronómico, coincidiendo con los elementos básicos para que se cumpla la hipótesis planteada en esta tesis; la cual, consistía en que a través de la Ruta Cultural gastronómica propuesta, se permitirá rescatar, fortalecer y posicionar el patrimonio histórico – cultural y gastronómico montubio.

El presente trabajo permite demostrar que la identidad cultural de un pueblo puede ser fortalecida mediante la actividad turística.

El turismo a nivel mundial está siendo impulsado con éxito mediante rutas turísticas en las que se conjugan atractivos culturales, históricos y ambientales, tal como se pretende en este proyecto.

Esta tesis demuestra que el recurso humano con el que contará la ruta, es de gran significado para aprovechar las potencialidades de sus riquezas étnicas, naturales y culturales y ser actor principal en la promoción de un destino turístico en el que se valore el patrimonio cultural de sus localidades como algo único e irrepetible, para los mercados nacionales e internacionales.

Este trabajo demuestra una vez más que la gastronomía como parte de las tradiciones de una comunidad puede ser un recurso potencialmente económico, atractivo y cultural muy importante al momento de una planificación turística responsable y con enfoque social.

El desarrollo de esta tesis, posee como meta principal fortalecer y posicionar la imagen del MONTUBIO proyectando sus valores culturales, y ancestrales; además se incentiva y contribuye en el desarrollo turístico, de forma endógena y comunitaria.

La propuesta deja palpable la intención de encontrar un mecanismo dinamizador de la economía local y regional, mediante la participación activa de las comunidades montubias organizadas, y de esta forma contribuirá en la disminución en los índices de migración de las localidades participantes, en virtud que los habitantes de esta zona tendrán acceso a fuentes de trabajo y producción a base de la actividad turística sin perder su identidad cultural.

8. Agradecimientos

Los obstáculos no son más que un condimento del triunfo. (Mark Twain)

Nunca un año se presentó con tantas pruebas y obstáculos, con seguridad puedo decir que los aprendizajes obtenidos en este proceso marcarán mi camino de hoy en adelante. Doy infinitas gracias... A Dios, por el camino recorrido.... A mis padres, por su amor y apoyo... A mi esposo, por ser mi fuerza y

templanza... A la vida.... Por lo aprendido y brindado. Al Doctor Luis Enrique Fajardo Desiderio por asesorarme a lo largo de la tesis por compartir su conocimiento conmigo e inspirar en mí, mucha admiración, y ser un esposo ejemplar. Agradezco también a mi padrino Sr. Julián Aguayo por confiar en mí y acompañarme en este camino, que hoy culmina en el presente proyecto; al Msc. Jerry Landivar por ser un excelente amigo, fiel y consejero dándome ánimo en las adversidades durante los años de estudio en la Espol. Dejo este pensamiento de Rudyard Kipling, que dice: *“Si en la lid, el destino te derriba; si todo en tu camino es cuesta arriba, si tu sonrisa es ansia insatisfecha, si hay faena excesiva y vil cosecha, si a tu caudal se anteponen diques... date una tregua ¡pero no claudiques!*

Nathalie Landeta de Fajardo

Por mi fe cristiana, primero agradezco a Dios por haberme permitido superar esta etapa de mi vida así como muchas otras, siendo junto a mis padres mis guías e inspiración en cada paso que he dado. También agradezco a cada persona que de alguna manera hizo posible la realización de este trabajo

Fernando Ojeda León

9. Referencias

- 1) “Diccionario Porrúa de la Lengua Española” (2001). México: Porrúa, p. 777.
- 2) Gómez Cerda, José (2003). Turismo comercial. Sitio Web de la Asociación Civil “Acción del Movimiento de Trabajadores en Internet” (ACMOTI).
<http://www.acmoti.org/>
- 3) Nava, David (8 de diciembre de 2003). Precisiones conceptuales acerca del ecoturismo y su campo de acción. Sitio Web de la comunidad académica
<http://www.monografias.com>
- 4) Iriarte Céspedes, Fernando (22 de julio de 2004). Cultura y turismo cultural. Sitio Web de la comunidad académica Monografias.Com ““El centro de recursos educativos más amplio de la red””.
<http://www.monografias.com>
- 5) Gurria Di Bella, Manuel. (1991): Introducción al Turismo. Ed. Trillas. México).
- 6) www.jipijapaenlinea.org