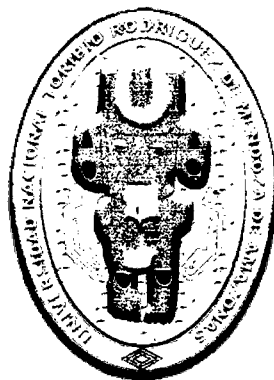


**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**



**"DISEÑO DE UNA RUTA GASTRONOMICA COMO
ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA
TURISTICA EN EL DISTRITO DE LUYA, PROVINCIA DE LUYA -
REGION AMAZONAS, 2011"**

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

AUTOR: Bach. Collins Alcibiades Reátegui Meléndez.

ASESOR: Econ. Manuel Antonio Morante Dávila.

CHACHAPOYAS - AMAZONAS - PERU

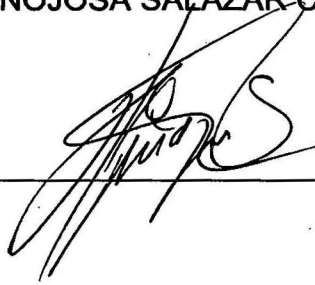


15 JUN 2012

JURADO

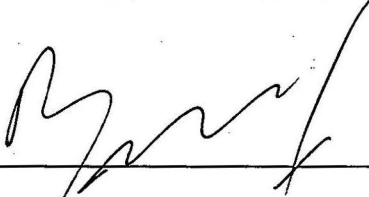
PRESIDENTE.

C.P.C. HINOJOSA SALAZAR Carlos Alberto.



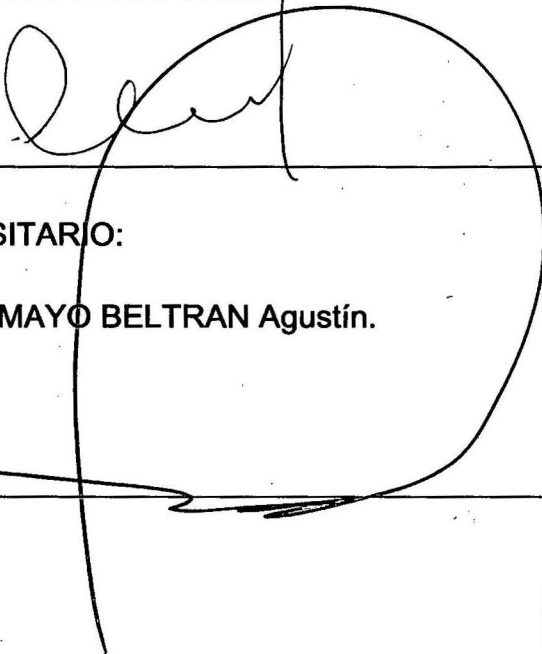
SECRETARIO:

Mg. SAJAMI LUNA Barton Gervasi.



VOCAL:

Lic. ROJAS PAICO Jessica.



ACCESITARIO:

Lic. TAMAYO BELTRAN Agustín.





19 5 JUN 2012

VISTO BUENO DEL ASESOR

Yo, Manuel Antonio Morante Dávila, identificado con DNI N° 16718481, domiciliado en pasaje Camporredondo N° 152, docente de la Facultad de Turismo y Ciencias Económicas Contables de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, **DOY VISTO BUENO**, al informe de Tesis denominado **“DISEÑO DE UNA RUTA GASTRONOMICA COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURISTICA EN EL DISTRITO DE LUYA, PROVINCIA DE LUYA, REGION AMAZONAS, 2011”**, Elaborado por el bachiller **Collins Alcibiades Reátegui Meléndez**, para obtener el título de Licenciado en turismo y Administración, en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Por lo tanto:

Firmo la presente para mayor constancia;

Chachapoyas, 02 de marzo de 2012



Manuel Antonio Morante Dávila
DNI N° 16718481

DEDICATORIA

A Dios por permitirnos Hacer realidad nuestros grandes sueños. Asimismo mis padres por su apoyo incondicional en el transcurso de mi vida, a mi familia que siempre me brindaron todo su apoyo para salir muy adelante y vencer los obstáculos que se presentaron durante la vida universitaria.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a todas las personas que desde un principio me apoyaron en la realización de este trabajo de investigación. En especial a toda la población del distrito de Luya quienes en todo instante compartieron y dedicaron su valioso tiempo y conocimiento en bien de mi persona. Asimismo agradecer de una manera en especial a todos los profesores que intervinieron con su amplio conocimiento para poder realizarme como persona y profesionalmente.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

DR. Vicente Marino Castañeda Chávez
RECTOR

rectorado@untrm.edu.pe
vcastaneda@untrm.edu.pe

Ms.C. Roberto José Nervi Chacón
VICERRECTOR ACADÉMICO (E)

viceac@untrm.edu.pe

Ms.C. Zoila Rosa Guevara Muñoz
VICERRECTORA ADMINISTRATIVA (E)

vicead@untrm.edu.pe

Mg. Barton Gervasi Sajami Luna
DECANO DE LA FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.

INDICE

	PAG.
Resumen.....	07
Abstract.....	08
I.- Introducción.....	09
II.- Marco Teórico.....	11
1.- Definiciones.....	11
1.1. Definiciones de gastronomía y términos relacionados...	11
1.2. Otras Definiciones.....	24
2.- Antecedentes.....	26
2.1. A Nivel Internacional.....	26
2.2. A Nivel Nacional.....	32
2.3. A Nivel local y/o regional.....	42
3.- Problema.....	44
3.1. Formulación del Problema.....	44
4.- Hipótesis.....	45
5.- Objetivos.....	45
5.1. Objetivo General.....	45
5.2. Objetivos Específicos.....	46
III.- Marco Metodológico.....	46
3.1.- Materiales y Métodos.....	46

1.2. Material de Estudio.....	47
3.2. Métodos, Instrumentos y Técnicas.....	47
IV.- Resultados.....	49
4.2. Diseño de una ruta turística gastronómica.....	67
V.- Discusiones.....	74
VI.- Conclusiones.....	76
VII.- Recomendaciones.....	78
VIII.- Referencias Bibliográficas.....	80
IX.- Anexos.....	81

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo principal el diseño de una ruta gastronómica como alternativa de diversificación de la oferta turística en el distrito de Luya. Asimismo promover el consumo de los potajes tradicionales, con el fin de revalorar la identidad por la gastronomía local y regional; y del mismo modo, identificar los platos emblemáticos con que cuenta el distrito de Luya, a fin de diseñar de manera óptima una ruta gastronómica en este distrito.

Para la realización de este trabajo se realizó el levantamiento de la información tanto primaria como secundaria, evaluando y conociendo cada una de las ideas y opiniones que manifestaban los propietarios de los establecimientos que brindan el servicio de alimentación, y de los visitantes que arriban a este destino.

Así mismo se ubica el Marco Metodológico, donde se va a desarrollar la investigación, el cual describe cada uno de los métodos, técnicas e instrumentos, el cual nos va a permitir llegar a los resultados.

Se va a proponer el diseño de una ruta gastronómica donde se observará el desarrollo del arte culinario y las actividades tradicionales que aún persisten a pesar de los tiempos en este distrito, el cual va a generar mayores beneficios tanto económico como social a favor de la comunidad.

ABSTRACT

This research work aims to design principal el a gastronomic route as an alternative to diversify the tourism offer in the district of Luya. Also promote the consumption of traditional dishes, in order to reassess the identity by local and regional cuisine, and likewise, identify signature dishes available to the district Luya order to optimally design a gastronomic route in this district.

To carry out this work, the removal of both primary and secondary information, evaluating and knowing each one of the ideas and opinions expressed owners of establishments that provide food service, and visitors arriving at this destination. It also houses the methodological framework, which will develop research, which describes each of the methods, techniques and tools which will allow us to reach the results.

It will propose the design of a gastronomic route where you will observe the development of culinary art and traditional activities that still persist despite the times in this district, which will generate greater economic and social benefits both for the community.

• INTRODUCCION

La gastronomía del Perú es de las más diversas del mundo, como lo demuestra el hecho que es el país con mayor número de platos típicos en el mundo, sumando éstos 491 platos típicos y según varios entendidos alcanza un nivel equivalente al de la comida francesa, china e india.

La cocina peruana resulta de la fusión inicial de la tradición culinaria del antiguo Perú con sus propias técnicas y potajes con la cocina española en su variante más fuertemente influenciada por 762 años de presencia morisca en la Península Ibérica y con importante aporte de las costumbres culinarias traídas de la costa atlántica del África subsahariana por los esclavos. Posteriormente, este mestizaje se vio influenciado por los usos y costumbres culinarios de los chefs franceses que huyeron de la revolución en su país para radicarse, en buen número, en la capital del virreinato del Perú. Igualmente trascendental fue la influencia de las inmigraciones del siglo XIX, que incluyó chinos cantoneses, japoneses e italianos, entre otros orígenes principalmente europeos.

En la actualidad existen varias rutas gastronómicas en el mundo dedicadas a diversos tipos de comida o insumos, por ejemplo: Ruta del jamón Ibérico en España, ruta de los quesos de cabra, ruta de la tenca, ruta de las frutas y los licores, ruta de los vinos, la ruta de los nuggets, etc. En los que se eligen temas culinarios que remarcan la identidad de la ruta, se promueve la venta de un producto alimenticio (marketing), se desarrolla una economía local, se promueve la cultura e identidad de una región. El turismo gastronómico está

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

Por otro lado hoy en día, la comida Peruana ha tomado un papel protagónico en nuestro entorno, La fusión de nuestra comida nos ha llevado por nuevos caminos, caminos inexplorados, brechas que están por abrirse paso en el Perú y en el mundo.

El turismo gastronómico es sin lugar a dudas un recurso nacional que está en crecimiento, desarrollo y expansión.

La cocina gourmet, fusión peruana, criolla, novandina, frutos de mar y tierra en lo que a cocina es lo que está causando sensación hoy en día.

Nuestra comida ha tomado un importante papel protagónico. Por su variedad y exquisitez tradicional. La comida gastronómica se basa en la cocina selvática, costeña y la regional.

Por ello mediante el presente trabajo de investigación que tiene como objetivo identificar las actividades gastronómicas que se desarrollan en el distrito de Luya, provincia de Luya; de tal manera así presentar una propuesta de ruta turística gastronómica.

II. MARCO TEORICO:

1.- DEFINICIONES.-

1.2. DEFINICIONES DE GASTRONOMIA Y TERMINOS RELACIONADOS.

GASTRONOMÍA: Es el estudio de la relación entre cultura y alimento. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos en torno a una mesa. Sin embargo ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo.

La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida. De esta forma se vinculan Bellas Artes, ciencias sociales, ciencias naturales e incluso ciencias exactas alrededor del sistema alimenticio del ser humano.

Desde el punto de vista etimológico la palabra "gastronomía" no tiene un significado del todo válido pues deriva del griego "gaster" o "gastros" que quiere decir estómago y "gnomos", conocimiento o ley.

Son propias de un gastrónomo actividades tales como degustar, transformar, historiar, narrar, descubrir, vincular, entender, conocer, contextualizar, experimentar e investigar los alimentos. Así pues, la gastronomía se debe entender como una actividad interdisciplinaria. Si bien se observa se descubrirá que alrededor del alimento existe danza, teatro, pintura, escultura, literatura, arquitectura, música, en

resumen Bellas Artes. Pero también hay física, matemáticas, química, biología, geología, agronomía, es decir, ciencias exactas y naturales. Y además hay antropología, historia, letras, filosofía, psicología, sociología, por parte de las ciencias sociales.(www.universidadperu.com/gastronomia-peru.)

TURISMO GASTRONOMICO: El turismo gastronómico es un medio para recuperar la alimentación tradicional de cada zona, durante la última mitad del siglo XX se ha producido un cambio estructural en el modo de apreciar la comida por parte de los turistas. El turismo gastronómico es instrumento que ayudara al posicionamiento de los alimentos regionales. En los últimos años, está adquiriendo cada vez mayor importancia en el mundo, pues se ha convertido en una pieza clave para el posicionamiento de los alimentos regionales. Esta modalidad de turismo despertó con fuerza la atención de estudiosos de diferentes partes del mundo después de la realización del Congreso Mundial de Turismo Gastronómico realizado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), se puede definir como la visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización del viaje. (Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 2010.)

RUTA TURISTICA: La Ruta turística es una propuesta estandarizada de lugares y actividades a realizar en una zona bajo régimen, tiempos y duración de visitas flexibles. Son una

modalidad de los productos turísticos que basado en un itinerario previo facilita la orientación del pasajero en el destino. Alojamiento, Gastronomía, Transporte Otros. Asimismo una ruta turística viene a ser un camino a diversos fines, el cual tiene un objetivo y nos permite admirar paisajes, recordar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado. Conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo y deseosos de admirarse con la geografía natural y/o humanizada del sitio. En este último caso, se habla de rutas culturales.

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

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

RUTA GASTRONOMICA: Una Ruta Gastronómica es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la

degustación de la cocina regional, a su vez las Rutas Gastronómicas se organizan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta y le otorga su nombre. La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma: comida, producción agroindustrial, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional.

METODOLOGÍA DE DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA: El diseño de la ruta, dependerá en parte del inventario de recursos naturales y culturales existentes en la zona, además del tema o producto que se integrará en la ruta. Debe basarse además en el tipo de público al cual se desea llegar, ya que esta acercará a los visitantes a un entorno rural donde serán partícipes de situaciones curiosas y eventos espectaculares ajenos a su cotidianidad, protegiendo lugares donde el tránsito de los visitantes podría causar erosión o dañar especies protegidas en peligro de extinción.

ETAPAS.

Las siguientes etapas se refieren a la forma como todos los elementos que integran la Ruta son reunidos u ordenados bajo una serie de condiciones y variables previas.

Los Objetivos se determinan en función a:

ETAPA 1

“Determinación de objetivos”

- **Determinación temática:** Puede ser general o específica. Entregar orientaciones para delimitar el área geográfica, los centros de base y atractivos del recorrido de la ruta.
- **Definición de estructura:** Se debe indicar la duración estimada, la zona a recorrer, actividades a desarrollar, tipo y nivel de servicios de alojamiento, alimentación y transporte requerido, servicios complementarios, excursiones y tiempo disponible y grupos de pasajero.

ETAPA 2

“Diagramación”

- **Relevamiento de área:** Enuncia miento del circuito, conocimiento histórico, cultural y geográfico del área de estudio. Determinación de atractivos a incluir de acuerdo a la distancia desde el centro base más cercano y atractivos previamente seleccionados considerando la accesibilidad.

ETAPA 3

“Diseño de la Ruta”

- **Estructuración del itinerario:** Bosquejo de la Ruta; define tiempos en Ruta, tiempos de visita, tiempo libre, paradas. Atractivos propios de la Ruta.
- **Redacción del itinerario:** traspaso a papel de los antecedentes recopilados previamente.

Instalación de la ruta:

- Elegir un lugar adecuado para emplazar la ruta.
 - Realizar un inventario de los recursos del lugar.
 - Definir el largo del recorrido y selección de rasgos interpretativos:
- Trabajar con los posibles tópicos y temas de la ruta.
 - Verificar los puntos de interés con relación a un tema general.
 - Considerar el tiempo que disponen los visitantes para decidir el largo del recorrido.
 - Elegir los rasgos interpretativos que cubran suficientemente el tema.

Diseño de la ruta:

- Llevar a mapas el recurso interpretativo.
- Dimensiones de la ruta.
- Trazado del recorrido.
- Diseño de atractivos (puentes rústicos, pasarelas, áreas de descanso).
- Plan del itinerario.

Construcción del itinerario:

- Marcar el recorrido en el terreno.
- Preparación del firme de la ruta.

Modalidad de utilización:

- Guiado (preparación de los guías, organización del trabajo, horarios publicidad).

Auto guiado (elección y diseño de los folletos, carteles, sistemas de audio, recomendaciones a los usuarios).

- Utilización mixta (con personal y auto guiado).

Mantenimiento:

- Vigilar el mantenimiento para la seguridad del visitante.
- Controlar impactos en el recurso y desgaste de infraestructura.
- Prever el vandalismo e impactos intencionados.
- Mantener los medios interpretativos en buen estado (carteles visibles, folletos disponibles, etc.).

Evaluación de la ruta:

- La congruencia y grado de captación del mensaje.
- La efectividad de los medios.
- La efectividad del personal.
- El impacto del entorno.

LA OPERACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA: La operación es el proceso por el cual se hace posible la puesta en marcha del servicio de acuerdo con las condiciones de funcionamiento. Su función es doble: primeramente preocuparse de las tareas a realizar internamente en la empresa y por otro lado es la fase auditora de todas las prestaciones ejecutadas por terceros (ajenos a la empresa).

La operación es la organización, coordinación y administración de la prestación de los servicios que componen el producto, sean de régimen interno o externo.

ETAPAS DE LA FUNCIÓN OPERATIVA.

Programación interna (en la empresa):

Donde se definen los proveedores, se asegura la disponibilidad de plazas y se confecciona el cronograma de salidas.

Hacia el cliente:

Se procede a efectuar las reservas de plazas en los paquetes, recopilación de la documentación del pasajero y la prestación efectiva del servicio

Selección de Proveedores

La mínima información con la que se deberá contar para escoger un proveedor

- Cantidad y tipo de plazas factibles de ser utilizadas
- Tarifas
- Condiciones de reserva y pago
- Reembolsos y comisiones

Reserva de plazas

Mediante un documento que establezca:

- Denominación del establecimiento y responsable del mismo
- Fecha y duración de la prestación
- Características del servicio a prestar
- Tarifa por unidad de servicio y total

Confección cronograma de salidas

El cronograma de salida, debe considerar:

- Día y hora de cada prestación
- Responsable de su ejecución
- Fechas de pago pactadas y monto

Recopilación de documentación

En esta instancia se procede a:

- Reunir todos aquellos antecedentes personales del pasajero
- Verificar el pago del servicio, mediante la solicitud del comprobante de pago

Recomendaciones para una Ruta.

- Arreglar caminos.
- Instalar señalización corporativa en todos los predios.
- Ordenamiento predial general.
- Preparar programa escrito del circuito.
- Preparar guía del circuito
- Colocar señalización de ingreso a los predios.
- Protecciones para condiciones climáticas adversas: capas de agua, etc.
- Limpieza de interiores y exteriores. Eliminación de utensilios, materiales, equipos extraños al mundo rural.

- Reparación de equipamiento e instalaciones desde una perspectiva de utilización y presentación turística.
- Coordinación de todos los miembros de la red, ratificación de conceptos mediante y propósitos de cada circuito.

ETAPA DE EVALUACIÓN Y CONTROL: El control es un proceso constante que debe efectuarse durante todo el proceso de producción y venta de productos y servicios. Sin embargo, este control debe adecuarse a los requerimientos de cada una de las etapas. Así, durante la elaboración de un producto o planificación de un servicio este consistirá principalmente en:

- Resguardo de la coherencia entre los objetivos del proyecto y las actividades programadas por parte de sus ejecutores.
- Cumplimiento de normas mínimas (estipuladas por ley): En su ejecución, sin embargo, primará la elaboración y explicación de procesos tendientes a optimizar recursos en pro de lograr una realización exitosa del servicio o mejor resultado de venta de un producto, mediante:
- La aplicación de un instructivo o manual de operaciones para cada tipo de producto o servicio, en el que se definen las características de su ejecución.
- El uso de un “checklist”, instrumento utilizado para registrar y revisar el cumplimiento de tareas pendientes. Como instancia posterior al consumo utilización, detectar a través de instrumentos de evaluación al cliente, su grado de satisfacción

y por ende de impacto positivo o negativo para las proyecciones de la empresa.

COMERCIALIZACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA: La comercialización de una Ruta turística no sólo incluye lo relacionado con la comunicación (que se debe reconocer que es básica para hacer tangible algo que, como los servicios turísticos, son abstractos e intangibles), sino que previo a ello se tienen que tomar decisiones en cuanto al producto y a las estrategias de precios y distribución.

A su vez el marketing mix o mix comercial es el conjunto de herramientas utilizadas por la empresa o destino para alcanzar los objetivos establecidos para cada mercado y que viene dado por los factores principales:

Producto, Precio, Distribución y Comunicación.

PRODUCTO.

Al hablar de diseño de productos, en este caso una ruta turística, se debe hablar de servís (proceso mediante el cual se produce un servicio), y no de producción que es un concepto asociado a las empresas industriales.

PRECIO.

El precio para productos turísticos, como es el caso de una ruta turística, se deberá fijar en función de 4 aspectos fundamentales: Los costos, la sensibilidad de la demanda, la demanda esperada y la competencia.

Costos:

Lo que se basa en observar los costos de producción y de comercialización del producto, agregándole a esto el margen de utilidad deseado para determinar posteriormente el precio de venta.

Sensibilidad de la demanda:

Para el caso de productos turísticos, la referencia más tangible para el cliente es el precio; esta variable por ende, influirá fuertemente en la decisión de compra del cliente, por lo que la estrategia de precios que se utilice requerirá un acabado análisis del comportamiento de los usuarios.

Demanda esperada:

Que estará relacionada de forma directa por la capacidad instalada o de recepción que tenga la empresa o destino, lo que influirá en relación directa con la determinación del precio final de venta.

Competencia:

La determinación del precio de nuestros competidores para productos similares o sustitutos definirá en gran medida la fijación del precio final de nuestra empresa o producto.

DISTRIBUCIÓN: Debe tenerse presente que, en un principio el grupo, generalmente no cuenta con la capacidad técnica y económica para realizar una labor directa de mayorista otour operador. En el caso de que se trate de una organización con fines comerciales, puede asumirse un rol organizador en esta materia. Dependiendo de las condiciones del grupo de empresarios, se requiere definir la forma en que se comercializará el producto, debiendo considerarse si se

realizará en forma directa o a través de un Mayorista o Tour Operador. En cualquiera de ambos casos se debe tener presente a los menos, aspectos como:

En forma directa:

- Capacidad técnica – profesional en cuanto a guías, intérpretes, etc.
- Medios físicos suficientes, como transporte para realizarlo.

Mediante Mayoristas - Tour Operadores:

- Selección de empresas
- Condiciones de trabajo: tarifas, comisiones, formas de pago, etc.

COMUNICACIÓN: Una vez que el producto ya se encuentra definido y estructurado, se requiere ver la forma en que se asumirá su información y promoción.

En esta etapa los aspectos técnicos de una buena gráfica juegan un rol especial, ya que un material de folletería u otro, tiene un impacto visual que es evaluado por quien lo recibe, por lo tanto deben considerarse aspectos como:

- Definición de una marca gráfica que identifique claramente el producto y que pueda ser aplicada en todo el material gráfico necesario, como: folletos, carpetas, afiches, papelería, souvenir, letreros informativos, etc.
- Material fotográfico adecuado, que muestre claramente las bondades o características del producto. Debe evitarse utilizar

fotografías antiguas, que no estén bien enfocadas o que no correspondan al producto.

- Diseño moderno de folletería que resulte atractivo y práctico para el usuario.
- Identificar claramente en el material la forma de acceso y las posibilidades de consultas y/o reservas, las que deben operar en horarios establecidos.

1.3. OTRAS DEFINICIONES.

PRODUCTO TURISTICO: Son todos aquellos elementos, productos y servicios que ofertados simultánea e integradamente (atractivos turísticos, servicios, equipamiento, accesibilidad y precios), son capaces de generar un desplazamiento con fines turísticos. También se puede entender Producto Turístico como un conjunto de elementos capaces de configurar una “experiencia de viaje” que responda a determinadas motivaciones de un grupo de consumidores.

CALIDAD: La calidad es herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para

satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando, por ejemplo, la calidad del servicio postal, del servicio dental, del producto, de vida, etc. (www.Wikipedia.org//calidad .)Definición de calidad.)

SERVICIO: Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta demarketing(www.Wikipedia.org//calidad

Que servicios se ofrecerán.

Para determinar cuáles son los que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno. Debemos tratar de compararnos con nuestros competidores más cercanos, así detectaremos verdaderas oportunidades para adelantarnos y ser los mejores.

Qué nivel de servicio se debe ofrecer.

Ya se conoce qué servicios requieren los clientes, ahora se tiene que detectar la cantidad y calidad que ellos desean, para hacerlo, se puede recurrir a varios elementos, entre ellos; compras por comparación, encuestas periódicas a consumidores, buzones de sugerencias, número 800 y sistemas de quejas y reclamos. Los dos últimos bloques son de suma utilidad, ya que maximizan la oportunidad de conocer los niveles de satisfacción y en qué se está fracasando.

Cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios.

Se debe decidir sobre el precio y el suministro del servicio. Por ejemplo, cualquier fabricante de PC's tiene tres opciones de precio para el servicio de reparación y mantenimiento de sus equipos, puede ofrecer un servicio gratuito durante un año o determinado período de tiempo, podría vender aparte del equipo como un servicio adicional el mantenimiento o podría no ofrecer ningún servicio de este tipo; respecto al suministro podría tener su propio personal técnico para mantenimiento y reparaciones y ubicarlo en cada uno de sus puntos de distribución autorizados, podría acordar con sus distribuidores para que estos prestaran el servicio o dejar que firmas externas lo suministren.

2. ANTECEDENTES.

1.1. A NIVEL INTERNACIONAL.-

RUTA GASTRONOMICA DE LOS MONTES DE TOLEDO (España).

La zona de los Montes de Toledo ha comenzado a desarrollar sus posibilidades turísticas hace muy poco tiempo, por lo que su infraestructura es todavía escasa. La Mancomunidad de Cabañeros ha creado una asociación de turismo, hostelería y restauración precisamente para fomentar y cuidar al máximo la oferta. Todavía no existen grandes restaurantes, aunque en la mayoría de los establecimientos se pueden probar los platos típicos de la comarca, como las migas, las gachas y el ajo blanco, además de los platos de caza: venado, jabalí, conejo y perdiz. Es una cocina auténtica que refleja muy de

cerca la alimentación de los pastores y cabañeros que han dado nombre a estas tierras.

RUTA GASTRONOMICA DE SAN ANTON (Madrid-España).-

En pleno centro de Madrid, en el barrio de Chueca, se encuentra el Mercado de San Antón, una visita obligada para el viajero que busque encontrar en un mismo espacio distintas propuestas, todas ellas relacionadas con el ocio y la gastronomía. Sin duda, un lugar a tener muy en cuenta en la capital.

Aunque el aspecto externo nos da una imagen de austeridad, en el interior nos encontraremos con un local muy amplio y luminoso en el que destaca una enorme vidriera. El edificio se encuentra dividido en tres plantas a cuál más interesante:

En la primera nos encontramos con un mercado a la antigua usanza que nos sorprende por la magnífica calidad de sus productos. De hecho podríamos decir que se tratan de productos gourmets. Uno de los puestos a tener en cuenta es el de Hamburguesas Muestradonde encontraremos hasta una treintena de hamburguesas de sabores diferentes creadas por el chef Juan Pozuelo. Además, un puesto de frutas cuyo tamaño impresiona; una charcutería con foies y mil y una variedades de quesos; un puestecito de croquetas hechas con ingredientes que no te puedes imaginar (me llamó la atención la de chipirones); una panadería con panecillos de todos los

tipos...y deo de mencionar para pasar a la planta de arriba dedicada a zona de restauración.

Aquí nos vamos a encontrar con un espacio de degustación donde una vino tecay diversos puestecitos nos van a ofrecer tapas y platos muy elaborados. En una barra que rodea toda la planta nos vamos a poder sentar para degustar comida japonesa ya que hay una tienda de sushi para comer allí o llevártelo a casa; comida italiana, comida griega...Me llamó mucho la atención la ostrería y un puestecito donde tienen unas tablas increíbles de distintos patés, jamón de pato y algunas delicatessen como cucuruchos rellenos de foie, entre otras cosas. En definitiva, bastantes puestecitos de comida internacional que merece la pena probar.

LA RUTA DEL VINO (España).

La Ruta del Vino Ribera del Guadiana engloba una gran extensión geográfica de gran tradición vitivinícola que comprende seis sub zonas repartidas entre la provincia de Cáceres(Montánchez y Cañamero) yBadajoz (Ribera Alta, Ribera Baja, Mata negra y Tierra de Barros).

Adentrarnos en laRuta del Vino Ribera del Guadianés realizar un viaje apasionante que nos sorprenderá por sus paisajes, patrimonio cultural, una gastronomía excepcional y, sobre todo, una excelente variedad de vinos. La capital de la Denominación,Almendralejo, es una visita obligada, pero nuestra aventura comienza en Trujillo, un pueblecito de Cáceres que nos impresionará por su riqueza monumental, artística e histórica. Imprescindible que te transportarán a la

época medieval. Obligado disfrutar de monumentos como el castillo, la iglesia de Santa Maríaola Plaza Mayor. Todo un espectáculo, degustes la gastronomía típica, con los platos de caza; los productos derivados del cerdo ibérico o la caldereta como auténticos protagonistas, pruebas sus vinos, sobre todo, el que se elabora en la llamada Sierra de los Lagares, próxima al pueblo de Herguijuela.

Después de finalizar nuestra visita a Trujillo continuamos nuestro viaje hacia Almendralejo, Ciudad Internacional del Vino, donde el paisaje de viñedos se combina con un rico patrimonio cultural e histórico. Restos arqueológicos atestiguan la cultura del vino en esta región desde la época romana. En esta localidad no puedes perderte, algunos de sus tesoros artísticos como son el convento de San Antonio, declarado de Interés Histórico Artístico; la iglesia de Nuestra Señora de la Purificación o la plaza de toros, única en el mundo que cuenta con una bodega debajo de su graderío, el Museo de las Ciencias del Vino, donde arte, tradición y tecnología se dan la mano. Si decides ir en el mes de febrero, podrás disfrutar de la celebración de “las candelas”, una fiesta declarada de Interés Turístico Regional, donde se queman unas figuras llamadas “Pantaruja”, que representan a los malos espíritus. Buen momento para degustar los vinos de la tierra.

RUTA DEL VINO (Chile).

Es el primer circuito turístico del vino creado en Chile en el año 1996. Desde su oficina central en la ciudad de Santa Cruz

organiza, coordina, comercializa y opera los tours a las principales viñas del valle; Así como también trabaja a través de los más importantes operadores turísticos del país. Este es un circuito que ofrece diferentes programas con degustaciones en las más importantes bodegas del valle, cuenta con salas de venta de vinos y souvenir, salas de degustación, comedores y baños, además los guiados son realizados en español, Inglés y alemán.

Mercado: Nacional y Extranjero: familias, grupos, giras de estudios, mercado especializado.

Tarifas: Las tarifas van desde los \$ 45.000 por una persona hasta los \$ 90.000 por persona para grupos.

Operador: Ruta del Vino Valles de Colchagua.

Circuitos: Programas Full day tour y Express Tour.

RUTA DEL QUESO(Chile).

La ruta del queso localizada en la provincia de Melisilla, permite a los visitantes conocer desde la crianza del ganado bovino hasta la fabricación del queso y otros productos lácteos. Incluye distintos circuitos agro turísticos por las comunas de Mallarauco, Codigua y Puangué que permiten conocer las queserías, granjas educativas, chicherías, paradores, restaurantes, viveros y antiguas construcciones que forman parte de la antigua arquitectura colonial de la zona.

Mercado: Nacional: Familiar, Grupos, Giras de estudios.

Tarifas: Las tarifas van desde los \$5.900 para grupos de 30 turistas hasta \$8.000 por persona para grupos más pequeños.

Operador: Rutadel Queso.

Circuitos: Programa Mallarauco, Codigua y Puangue.

RUTA DE LA CECINA (Chile).

Esta ruta tiene por objetivo principal entregar otra mirada de la zona sur de nuestro país por medio de productos tradicionales. Los anfitriones son “Cecinas Llanquihue” de hermanos Modinger, la mayor empresa de este rubro en esta región.

Toda la organización de los tours está radicada en esta compañía la cual incluso está encargada del traslado aéreo hasta Puerto Montt vía Sky. La ruta se divide en tres tramos los cuales pueden tomarse en su conjunto en forma separada. Dichos tours tienen como punto de partida las oficinas centrales de la empresa, en el que el guía explicara apoyado de una galería fotográfica la historia de la empresa. Al finalizar el recorrido se ofrece al visitante un almuerzo que incluye productos como lomo Kassler, arrollado de lomo y cerveza artesanal. La comida se complementa con excursiones por el fundo de la empresa, recorrido en bote por el río Maullin y recorrido al poblado de Nueva Braunau donde se encuentra el museo “Antonio Follmer”.

Mercado: Nacional y Extranjero: Familiar, Giras de estudios, Jóvenes.

Tarifas: Las tarifas van desde los US\$20 hasta los US\$30.

Operador: Cecinas Llanquihue (Euroandino, ChileanTravel, Cocha, FirstPremium, ADS Mundo y Turavión).

Circuitos: Tour Agroturismo, Tour Tecnológico y Full day.

RUTA DEL SALMÓN (Chile).

La ruta del salmón ofrece un viaje por la industria salmonera Chilena en la Región de Los Lagos, dicha ruta cuenta con 4 tipos de tours que en conjunto y en diversos sectores, incluyen visitas a las balsa jaulas, observación mediante cámaras submarinas, del proceso de alimentación de los peces, observación de una lobería, plantas de proceso y cosecha de los peces y construcción de bodegas flotantes. Todo esto entremezclado con recorridos por la zona costera en donde es posible visitar lugares pintorescos donde se puede observar las tradicionales embarcaciones de madera de gran belleza natural.

1.2. A NIVEL NACIONAL.-

La cocina autóctona de Perú es muy famosa a nivel mundial y está considerada como una de las más variadas del mundo. Los visitantes que han recorrido algunas de las ciudades más importantes quedaron encantados con la gran diversidad de platos típicos, los cuales fueron inspirados a partir de profundas influencias culturales de origen español, amazónico, japonés, africano, francés, sino-cantonés y posteriormente criollo.

RUTA GASTRONOMICA DE AREQUIPA.

La Ciudad Blanca de Arequipa además de ser reconocida por su arquitectura colonial, paisajes hermosos e imponentes volcanes es también cuna de una de las cocinas más variadas y sabrosas del Perú. Arequipa aporta a la ya reconocida cocina peruana esas recetas ancestrales y sazón insuperables que son el deleite de miles de viajeros que han sido bendecidos con su sabor.

Un lugar que no puedes dejar de visitar son las ya famosas picanterías que mantienen su esencia como es su cocina a la leña y sus generosas porciones. En estos lugares encontraras diversidad de platos como:

Rocoto relleno: Conocido y reconocido en el Perú y fuera de él. Este delicioso plato está relleno de carne picada con queso, leche, y se le acompaña con pastel de papas.

Soltero: El soltero es una excelente ensalada que acompaña a la buena comida. Se Prepara con queso fresco, rocoto, cebolla, aceitunas, habas y tomate.

Adobo arequipeño: Típico plato arequipeño. Este plato cocido a la olla está elaborado con carne de cerdo adobada con especias y concho de chicha.

Ocopa: Este es uno de platos más característicos de la cocina arequipeña. Se prepara con papas cocidas, bañadas con salsa de queso fresco, rocoto, aceitunas y huevo sancochado.

Pebre: Es una riquísima sopa que está hecha con carne de res, chalona, cordero, o cecina de carnero.

RUTA GASTRONOMICA DE LORETO.

Esta Ruta Gastronómica marca el recorrido que el viajero elige con el propósito principal de degustar la comidas, en este caso de nuestra región. Pero también se considera un itinerario que permita conocer y disfrutar de forma organizada el proceso de generación y degustación de la cocina regional, como parte de un sistema de afirmación de la identidad amazónica, a partir de la elaboración de destinos vinculados con productos el camu-camu o pan de árbol, así como platos como las ruta del aradú o el tacacho) o condiciones étnico-gastronómicas, la alimentación a base de peces en una determinada etnia o comunidad rural).

Estos recorridos tienen como elemento principal a la comida, pero vinculan también otras alternativas que dan peso y valor turístico o cultural al desplazamiento. Además, no sólo se promocionan platos regionales, sino también se dinamiza la economía zonal, pues se integra los productores, los establecimientos y los proveedores.

En ese sentido, la Ruta Gastronómica de Loreto, te ofrece una oferta variada e innovadora de productos a partir de los insumos nativos, con gran variedad de platos típicos de la

selva donde el viajero puede degustar de estos platillos exquisitos. Entre los que se destacan:

Ensalada de chonta o palmito: Tallo de la palmera también denominada pona.

Cebiche de dorado:A base del pescado.

Inchicapi:Sopa de gallina con maní, culantro y yuca.

Timbuche: Caldo concentrado a base de pescado y culantro.

Cecina: Carne de res o cerdo seca y salada.

Patarashca:Pescado envuelto en hojas de bijao y asado al fuego.

Juanes:Masa de arroz al palillo con trozos de pollo, envuelta en hojas de bijao y cocida al vapor.

Tacacho:Preparado a base de plátano verde asado, machucado y amasado con chicharrón de chancho. Por lo general, combinado con cecina.

RUTA GASTRONOMICA DE LAMBAYEQUE.

Uno de los principales atractivos de la región Lambayeque, es sin duda su variada gastronomía, que atrae a los paladares de todo el mundo. Cuando hablamos de esta ruta turística hablamos de una gran variedad de platos típicos los cuales

son ofrecidos a nuestros visitantes, mostramos orgullosos, la variedad y originalidad de nuestros potajes, que con el tiempo se han convertido en festejo de aromas, sabores y colores; gracias a una herencia cultural forjada a través de milenios, iniciada por los marisqueros del pre cerámico, quienes con cañas y puntas de pedernal, pescaron y cazaron lo que el mar les ofrecía

Hablar de la gastronomía lambayecana es hablar de palabras mayores. Esta deliciosa comida goza de una fama bien merecida, es el resultado del mestizaje cultural entre sus antiguas culturas pre-hispánicas y el mundo occidental.

Es una gastronomía plena de sabores y a su misma vez de economías. Ahí están para confirmarlo el chinguirito preparado de pez guitarra seco y salado, la tortilla de raya, ambos platos que explotan el recurso marino de la región. Otras de sus estrellas es el Espesado Chiclayano hecho a base de frejoles verdes y carne de vacuno.

Acá les brindamos una lista de los platos más representativos de Lambayeque: el cabrito a la chiclayana, Seco de Pato, Pepián de Pavo con garbanzos, Chirimpico, Migadito, Carne Seca, Humitas, Causa a la Chiclayana, Seco de Cabrito, Cebiche Chiclayano, Conejo Asado, Arroz con Cecina, Causa de Chicharrones y todo esto debe ser acompañado con una buena Chicha de Jora y para el postre tenemos, el Dulce de Loche, el tradicional King Kong. Manías, Tortitas de Maíz.

LA RUTA DEL PISCO (DESDE LIMA HASTA TACNA)

En todas las bodegas vitivinícolas del Perú, se ha incorporado el turismo a su elaboración y es paso obligado, visitar una bodega en los tours turísticos programados, en donde además de degustar una buena copa de pisco se puede compartir conocimientos, experiencias y anécdotas con amables y simpáticos anfitriones en su propia casa. Ellos muestran al viajero sus viñedos, sus bodegas, sus alambiques y evidentemente sus piscos. Los siguientes son algunas rutas del pisco del Perú, instituida a partir del año 2004

Lima: Dado el crecimiento urbano de Lima, las bodegas tienen en pleno centro urbano sus tiendas. Éstas se ubican en los distritos de Pueblo Libre, Surco y Pachacámac. Más al sur y fuera del área metropolitana, en la provincia de Cañete, se puede encontrar buen pisco en el distrito de Santa Cruz de Flores.

Lunahuaná: En el anexo de Socsi, antes del puente sobre el río Cañete, tiene piscos que han obtenido medallas de oro en eventos nacionales. El anexo de Jita, es popular por su pisco italia; en lo alto del valle, en Catapalla, se producen una amplia variedad de macerados y buenos piscos.

Chincha: Todo el valle de Chincha, produce excelentes vinos y piscos. Un caso que merece destacarse es la de la bodega "Tabernero", cuyos tintos se exportan a Estados Unidos de América y cuyos vinos y piscos, han sido galardonados con medallas de oro y plata en los festivales de vinos de París, Francia.

Ica: Pocos kilómetros antes de la ciudad de Ica se encuentra el distrito de Guadalupe, con excelentes piscos y vinos. El Centro de Innovación Tecnológica Vitivinícola (CITE-VID), es la encargada en el departamento de Ica de aportar nuevas tecnologías, tanto en la conducción de viñedos, como en la elaboración de piscos y vinos. Ica es el valle productor más importante y son cientos las bodegas que se pueden visitar. Todas producen piscos muy buenos. En el distrito de Subtanjalla, se puede degustar un buen pisco puro y otro aromatizado con limón. Las más importantes bodegas queñas son " Tacama", " Vista Alegre " y " Bodega y viñedos La Caravedo " -esta última es uno de los más antiguos productores de pisco y una de las más antiguas viñas de Sudamérica, con 323 años de existencia-, entre otras. A pocos kilómetros de Ica, cruzando el arenal, se ubica la bodega " Ocucaje".

Arequipa, Moquegua y Tacna: Los productores de esta zona, gracias a las condiciones climáticas tan especiales, producen excelentes piscos italia y mosto verde. Una de las bodegas más afamadas del Perú, es la moderna bodega "Omo" que produce el afamado pisco " Biondi"; en Moquegua, se encuentra una de las bodegas que ya son reliquias del pasado llegadas al siglo XXI. En Ilo, también se produce excelente pisco. En el valle de Vitor, también hay excelentes piscos como en el valle del Majes en donde también se ha instalado un Centro de Investigación Vitivinícola, que viene produciendo muy buenos piscos. Finalmente en Tacna, en Magollo y otros sitios del departamento, se producen piscos de calidad.

LA RUTA DEL CAFÉ (OXAPAMPA – VILLA RICA)

Un nuevo destino turístico a mitad de camino entre La Merced y Oxapampa. En Villa Rica sólo falta que llueva café. casi toda su economía gira en torno a este cultivo que ha merecido varios galardones internacionales. De ahí surgió la idea de estrenar un nuevo circuito turístico: “la ruta del café”.hayquienes creen que un buen café negro, aromático y caliente, sólo sirve para espantar el sueño, la apatía y el frío. Pero basta visitar Cuba o Colombia para comprobar que una hirviente y pequeña tasa equivalente a un doble expreso es el mejor remedio para espantar el calor cuando el termómetro marca más de 40 grados centígrados.

Y esto se puede comprobar en Villa Rica, en la provincia de Oxapampa, donde sólo falta que llueva café para comprobar que su mundo gira en torno al cultivo del estimulante y reconfortante café.

Sin embargo, son pocos los peruanos que saben de la fama internacional que goza el café de Villa Rica. Su producción ha merecido medallas de oro y otros galardones en los más exigentes certámenes cafetaleros realizados en Europa.

Pero sus autoridades están empeñadas en hacer de Villa Rica todo un destino turístico, aprovechando sus ventajas comparativas: el mestizaje de sus pobladores, su cultura de colonos, sus etnias nativas, sus cultivos y el hermoso entorno paisajístico de sus valles. Para variar, la denominaron “La ruta del café”.

Entre sus atractivos sobresalen sus propios pobladores. En la pequeña y acogedora urbe se siente la influencia de los colonos austro-alemanes, quienes encabezados por el pionero Leopoldo Krause dejaron su marca en la arquitectura local.

A ello se suma el aporte de la cultura Yanasha y de los colonos peruanos procedentes de Junín, Pasco y otros lugares de la sierra central.

Lo primero que llama la atención es la capilla de Nuestra Señora del Rosario, ubicada en la Plaza Mayor, construida con madera siguiendo el estilo arquitectónico tirolés.

En los alrededores de Villa Rica existen circuitos para visitar sus fincas cafetaleras, como las de los Schuler y el rancho Bernaola. Pero la visita obligada es a la laguna El Oconal, ubicada en las orillas de una hermosa laguna propia de los humedales de los bosques nubosos tropicales, poblada de garzas, pollas de agua, martines pescadores y patos silvestres. Para conocer la flora local nada mejor que visitar el Jardín Botánico Los Ositos, con sus numerosas especies de orquídeas y plantas ornamentales selváticas.

Pero si la idea es aportar su cuota de aventura, nada mejor que una caminata en medio de la selva hasta la cascada del León, con sus dos saltos y sus piscinas naturales. O, mejor aún, visitar los circuitos de turismo vivencial y comunitario que se están implementando en las vecinas comunidades yaneshas, ubicadas en los valles Ñagazú, CaczúBocaz, Palcazú, Chontabamba y Huancabamba.

RUTA GASTRONOMICA DEL VALLE DEL MANTARO (JUNIN)

La ruta gastronómica del Valle del Mantaro encierra tres locaciones: Huancayo, Concepción y Jauja. El producto bandera en esta ruta es la papa nativa. La zona alberga cerca de 250 tipos de papa, que se encuentran por ejemplo en el mercado Malteria, en Huancayo. Este local llama la atención por su orden y limpieza, y destacan también sus comodísimos precios. Pero la papa no es lo único que se puede encontrar en la ruta. Además de conocer distintas comunidades campesinas y de gozar con un clima fresco durante el día, se puede disfrutar de la trucha, un pescado de río que cuenta con un criadero gigante en la localidad de Ingenio, en Huancayo. Y también de la ruta del pan de anís, en Concepción.

Concepción es conocida como la “capital del pan”, y queda a tan solo 30 minutos de Huancayo. Cuenta con zonas más rurales que las de la capital del departamento y conserva su esencia serrana. La ruta del pan de anís permite apreciar la región en la que se produce la elaboración quizás más emblemática del pan en nuestro país. Se puede degustar mucha variedad de panes, y distintos productos hechos en base de este bondadoso producto. Además de reconocer las distintas festividades, costumbres y ritos que giran en torno de la preparación del pan. Como parte de la ruta del pan es posible visitar ferias que veneran el producto y en las que destacan las productoras de pan vestidas con atuendos típicos como la Concepcionina o la Montacanastas. Son

imprescindibles también las visitas a las panaderías artesanales y al pueblo de Ocopa.

1.3. A NIVEL LOCAL Y/O REGIONAL.

GASTRONOMIA DE CHACHAPOYAS.

Debido que se trata de una ciudad a la cual constantemente llegan visitantes, la gastronomía de Chachapoyas adapta su cocina tradicional a los pedidos y exigencias tanto de público nacional como internacional presentada tanto en los hoteles como en los restaurantes y cafés de la ciudad. El plato típico de la ciudad se denomina Puturmute, y es una mezcla de frijoles, cecina, culantro con mote.

Otros platos destacados de la región son las humitas de choclo, el plátano relleno de picadillo de carne de res y maní, la cazuela, los tamalitos y los duraznos e higos en miel son algunas de las delicias que pueden degustarse dentro de la gastronomía regional. Dentro de estos platos típicos de Chachapoyas tenemos:

Tamalitos: Su apariencia es similar a los de la costa, pero son más secos y pequeños, apenas alcanza 7 cm. consiste en masa de maíz rellena con carne, envuelta en hojas de achira y cocida al vapor.

Cazuela: Sepone a hervir un trozo de gallina, un buen pedazo de pulpa de carne de res y otro de carnero. Se le añade el col, arroz, choclo desgranado, zahoria y una copa de vino blanco.

Unos minutos antes de sacar la olla del fuego, se agrega leche y fideos cabello de ángel. Hay que procurar que la cazuela tenga suficiente caldo o jugo, para poder servir como una sopa.

Carne Arrolada: Un delgado filete de lomo de res, limpio de grasa, se extiende en una tabla de cocina y se rellena con carne molida frita, huevos duros, aceitunas de botija y cebolla. Se amarra bien con una pita formando un rollo.

Purtumute: Este es un plato muy popular, sobre todo ante la gente de trabajo.

Se prepara a base de frijoles de varios tipos y mote. Todo se cocina junto, con un aderezo a base de culantro. Es un plato muy sabroso, multicolor, alimenticio y barato en las regiones que se producen menestras.

Humitas: Se muele el choclo y se mezcla con manteca, en forma similar a los tamales. Luego se toman pequeñas cantidades y se pone en el centro carne de gallina, queso y aceituna.

En lugar de pollo se puede usar sardinas. Se cubre con otra porción de masa, se amarra con hojas de choclo y se pone a hervir las humitas hasta que estén cocidas.

Chipasmute: Es muy parecido al purtumute. Prácticamente tiene una variante por que en lugar de prepararlo con mote se utiliza choclo, para muchos es mucho más sabroso que el purtumute.

El chipasmute mezcla choclo con frijoles verdes. Se adereza con culantro y puede echársele maní, el plato puede acompañarse con un ají molido mezclado con queso.

Plátanos Rellenos: Para confeccionar este plato se usan de preferencia los plátanos “palillos”, que se parten a lo largo, por el centro. Se les echa un relleno de picadillo de carne de res y maní.

Cuy con papas: Cuy cocido, aderezado y frito, acompañado con guiso de papas y maní tostado. Se sirve con cebolla picada y ají.

Juanes de yuca: yuca hervida rallada, mezclada con arroz y gallina o cecina de res, todo envuelto en hoja de achira y cocido al vapor.

Cecina: Carne de res o cerdo seca y salada.

3.-PROBLEMA.

FORMULACION DEL PROBLEMA:

¿De qué manera el diseño de una ruta gastronómica, permite la diversificación de la oferta turística en el distrito de Luya, provincia de Luya, departamento de Amazonas?.

4.-HIPOTESIS.

4.1. Hipótesis General:

- El diseño de una ruta gastronómica, permitirá diversificar la oferta turística en el distrito de Luya, provincia de Luya, departamento de Amazonas.

4.2. Hipótesis Específica:

- El potencial gastronómico del Distrito de Luya, permite diseñar una ruta gastronómica innovadora y de calidad, como alternativa de desarrollo turístico para el Distrito de Luya y el Departamento de Amazonas.
- El diseño de una ruta gastronómica, permitirá valorar y crear conciencia en la población, de la importancia de mantener vigente la culinaria tradicional local.

VARIABLES.

- **Variable Independiente:**
Ruta Gastronómica.
- **Variable Dependiente:**
Diversificación de la oferta turística.

5.- OBJETIVOS.

5.1. Objetivo General:

- Diseñar una ruta gastronómica como alternativa de diversificación de la oferta turística en el distrito de Luya, provincia de Luya, departamento de Amazonas.

5.2. Objetivos Específicos:

- Promover el consumo de los potajes tradicionales, con el fin de revalorar la identidad por la gastronomía local y regional.
- Identificar los platos emblemáticos con que cuenta el distrito de Luya, a fin de diseñar de manera óptima una ruta gastronómica en este distrito.

III. MARCO METODOLOGICO.

1.4. MATERIALES Y MÉTODOS.

Durante la presente investigación, se identificó que en la ciudad de ciudad existen diversos establecimientos que brindan servicio de alimentación. Para el presente informe, se tuvo en cuenta los siguientes:

- ❖ El Batán.
- ❖ Restaurant Karina.
- ❖ Restaurant HuayllaBelen.
- ❖ Restaurant Rulo.
- ❖ Restaurant Yuri.

Para el desarrollo de la presente investigación, se ha tenido en cuenta los restaurantes que expenden alimentos en condiciones regulares de calidad, teniendo como población a un número de 05 establecimientos.

Del mismo modo, teniendo en cuenta que a la fecha de la investigación, el departamento de Amazonas se encuentra

en su temporada baja, se ha visto por conveniente tomar como muestra al azar, 50 visitantes.

1.4.1. MATERIAL DE ESTUDIO.

Para el presente trabajo de investigación, se consideró como principal material de estudio, una encuesta; la cual fue estructurada de dos tipos: Una dirigida a los propietarios de los establecimientos que brindan el servicio de alimentación; y la otra dirigida a los visitantes que arriban al distrito de Luya, con fines de visita turística.

Las encuestas se realizaron de forma personal y anónima, a cada propietario y/o visitante.

Del mismo modo, se tomó como material de consulta, artículos y estudios relacionados al tema, cuyos detalles se citan en las referencias bibliográficas.

1.5. METODOS, INSTRUMENTOS Y TECNICAS:

FASE 1: Recopilación de Información: Ésta fue la primera etapa que se tomó en cuenta para la elaboración del presente trabajo de investigación; la cual consistió en la consulta de: trabajos, artículos de investigación, libros, revistas y sitios web relacionados con el tema; a fin de establecer los antecedentes del caso, y cuál fue la implicancia en el proceso del diseño de una ruta turística gastronómica, tanto a nivel internacional, como a nivel nacional y local.

FASE 2: Visita In situ y aplicación de encuesta: Ésta etapa consistió en la aplicación física del material de estudio (encuesta); a los propietarios de los establecimientos que brindan el servicio de alimentación en el distrito de Luya; así como a los visitantes que arriban al citado distrito.

FASE 3: Análisis de Información y redacción del informe: Etapa que se ve reflejada en el análisis de los resultados obtenidos; y en la posterior redacción del presente informe.

Ésta etapa, se realizó mediante la tabulación de la información en cuadros y gráficos estadísticos; en base a los cuales, se realizó las discusiones correspondientes y las sugerencias y recomendaciones para el diseño e implementación de una ruta gastronómica en el distrito de Luya.

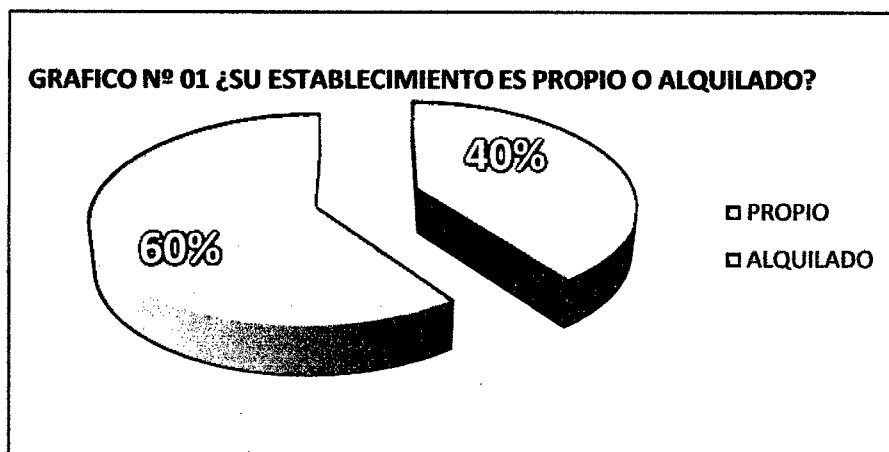
IV. RESULTADOS.

El presente trabajo de Investigación, tal y como se indicó inicialmente en el Plan de Investigación, tiene como objetivo: conocer y evaluar el grado de aceptación que tienen los pobladores, con la propuesta de instalación de una ruta turística gastronómica en el distrito de Luya.

Como se indico; se elaboró dos tipos de encuestas, a continuación se muestran los resultados obtenidos de su aplicación a los propietarios de los establecimientos que brindan el servicio de alimentación en la ciudad de Luya.

Ante la pregunta; ¿El establecimiento donde brinda el servicio de alimentación es propio o alquilado, se obtuvo como resultado que: 03 de los locales encuestados son alquilados, mientras que 02 de ello, es propio; tal y como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 01 ¿ESTABLECIMIENTO PROPIO O ALQUILADO?		
CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
PROPIO	2	40%
ALQUILADO	3	60%
TOTAL	5	100%

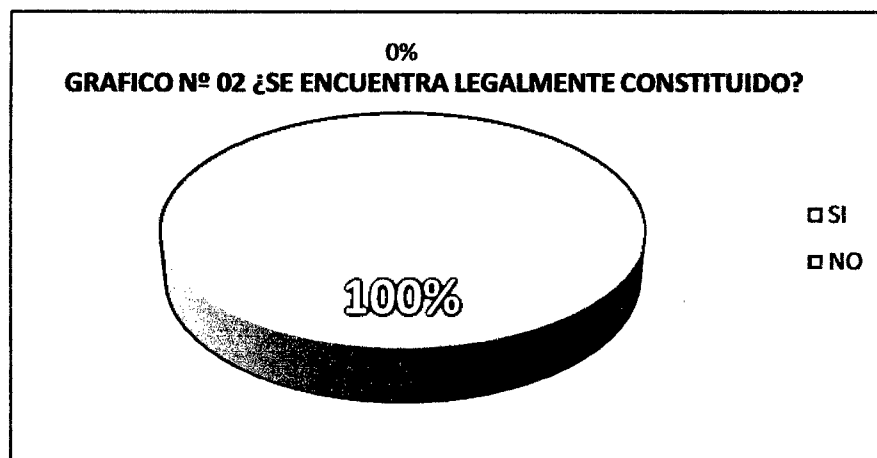


Elaboración Propia

De igual modo, al hacer la interrogante ¿Su Establecimiento se encuentra legalmente constituida?, se obtuvo que el 100% de los encuestados se encuentran legalmente constituido como persona natural con negocio, emitiendo los comprobantes de venta correspondientes.

CUADRO Nº 02 ¿SE ENCUENTRA LEGALMENTE CONSTITUIDO?

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

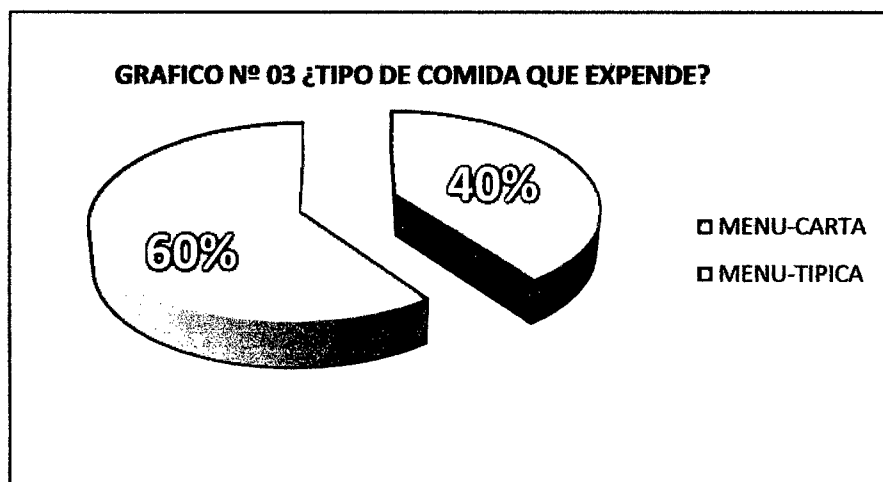


Elaboración Propia

Asimismo, ante la pregunta: Que tipo de comida expende en su establecimiento?, se obtuvo que, un 60% de los encuestados expende alimentos del tipo Menú y comida típica; mientras que el 40% expende del tipo menú y platos a la carta.

CUADRO Nº 03 ¿TIPO DE COMIDA QUE EXPENDE?

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MENU-CARTA	2	40%
MENU-TIPICA	3	60%
TOTAL	5	100%

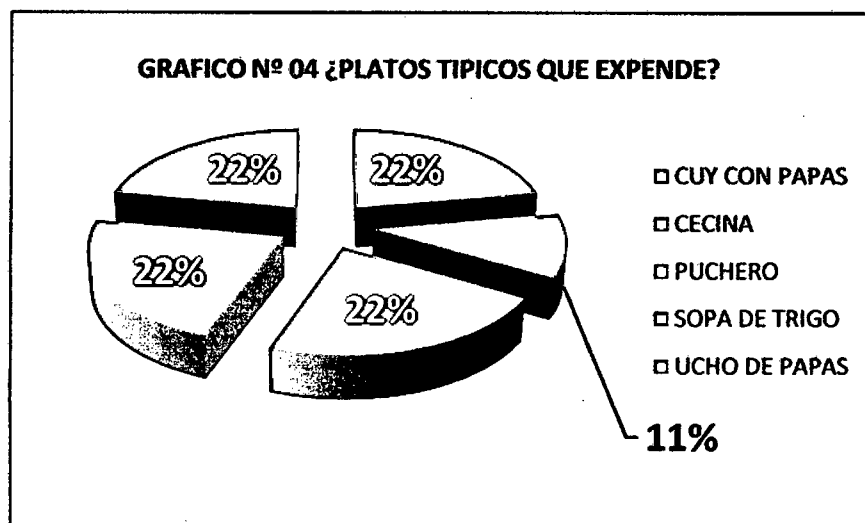


Elaboración Propia

Ante la pregunta: ¿Qué platos típicos expenden en su establecimiento?, se obtuvo que los platos típicos: cuy con papas, puchero, sopa de trigo y ucho de papas, son los más vendidos con un 22%, mientras que el plato denominado cecina, obtuvo un 11%.

CUADRO Nº 04 ¿PLATOS TIPICOS QUE EXPENDE?

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CUY CON PAPAS	2	22%
CECINA	1	11%
PUCHERO	2	22%
SOPA DE TRIGO	2	22%
UCHO DE PAPAS	2	22%
TOTAL	9	100%

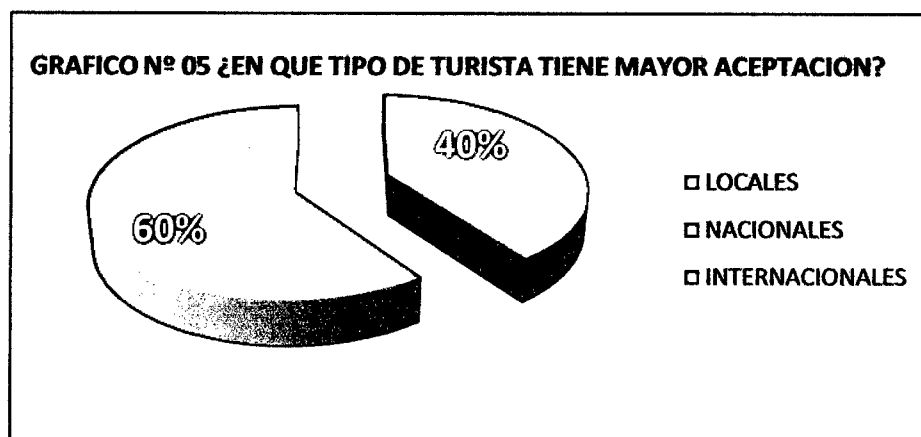


Elaboración Propia

Ante la interrogante: de los platos típicos que Ud. Expende; ¿En qué tipo de turistas tiene mayor aceptación?; se obtuvo que la mayor aceptación es entre los turistas locales y nacionales, con 40% y 60% respectivamente; mientras que en el visitante extranjero, no tiene acogida alguna por el momento.

CUADRO Nº 05 ¿EN QUE TIPO DE TURISTA TIENE MAYOR ACEPTACION?

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
LOCALES	2	40%
NACIONALES	3	60%
INTERNACIONALES	0	0%
TOTAL	5	100%

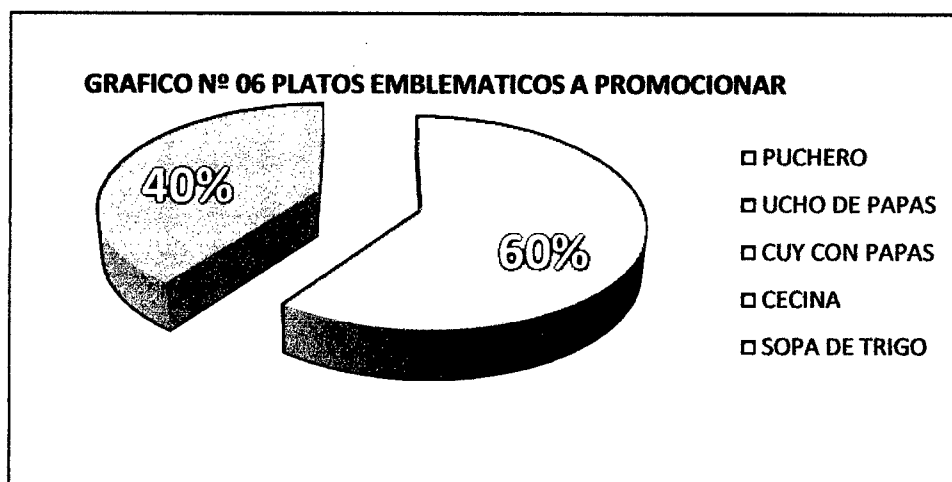


Elaboración Propia

Del mismo modo ante la interrogante: A su criterio ¿Cuáles con los platos típicos emblemáticos que se deberían promocionar entre los visitantes?; se obtuvo que los platos típicos emblemáticos a promocionar serian el puchero y el Ucho de papas; con un 60y 40% respectivamente.

CUADRO Nº 06 PLATOS EMBLEMATICOS A PROMOCIONAR

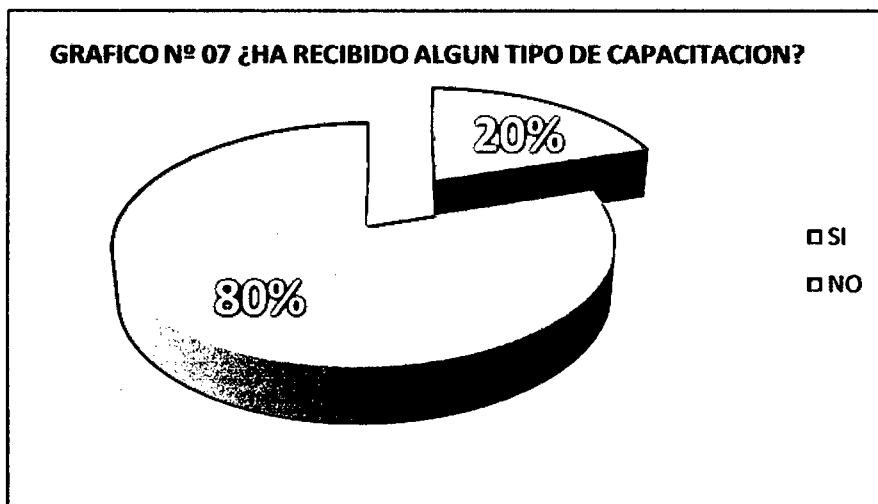
CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
PUCHERO	3	60%
UCHO DE PAPAS	2	40%
CUY CON PAPAS	0	0%
CECINA	0	0%
SOPA DE TRIGO	0	0%
TOTAL	5	100%



Elaboración Propia

Al preguntar: ¿en los últimos años, Usted ha recibido algún tipo de capacitación en temas relacionados con expendio de alimentos?; de la cual se obtuvo los siguientes resultados; que el 80% de estos establecimientos, no ha recibido ningún tipo de capacitación en temas relacionados con el rubro; mientras que solo el 20%, es decir un establecimiento, lo ha recibido.

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	1	20%
NO	4	80%
TOTAL	5	100%



Elaboración Propia

Finalmente, frente a la interrogante: ¿De existir un programa que impulse una ruta gastronómica en el distrito de Luya, estaría usted de acuerdo en implementarlo en su establecimiento?; de la cual el 100% de los encuestados, manifestó su interés de implementarlo en su establecimiento, como alternativa de desarrollo turístico empresarial.

CUADRO N° 08 DE IMPULSARSE UNA RUTA GASTRONOMICA, ¿LO IMPLEMENTARIA EN SU NEGOCIO?

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

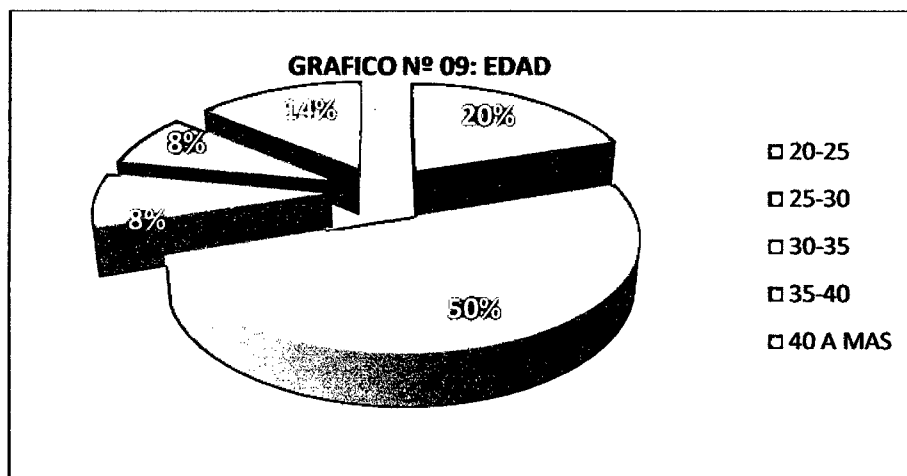


Elaboración Propia

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de la segunda encuesta, la cual fue tomada a 50 turistas, entre nacionales y extranjeros; de quienes se presenta las siguientes características:

El 50% de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 25 a 30 años; un 20% entre 20 y 25; mientras que un 14% de 40 años a más.

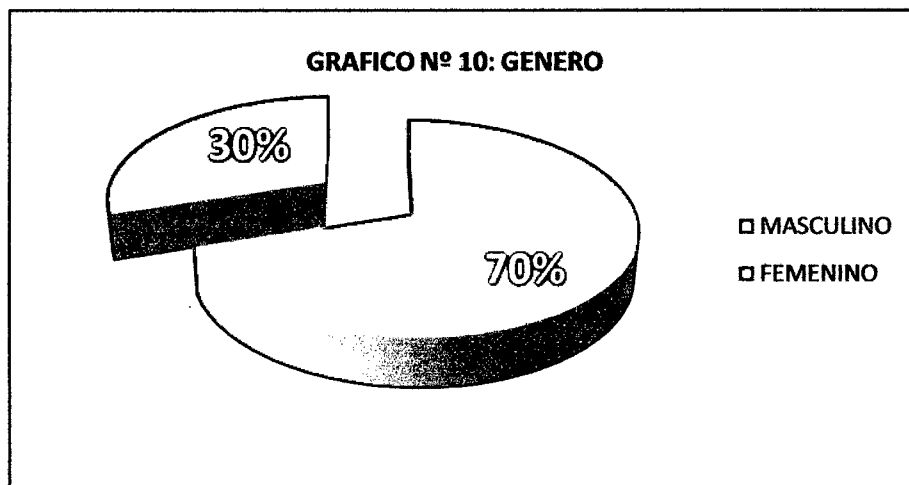
CUADRO Nº 09 EDAD		
CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
20-25	10	20%
25-30	25	50%
30-35	4	8%
35-40	4	8%
40 A MAS	7	14%
TOTAL	50	100%



Elaboración Propia

De los encuestados, el 70% es de género masculino, mientras que el 30% es de sexo femenino.

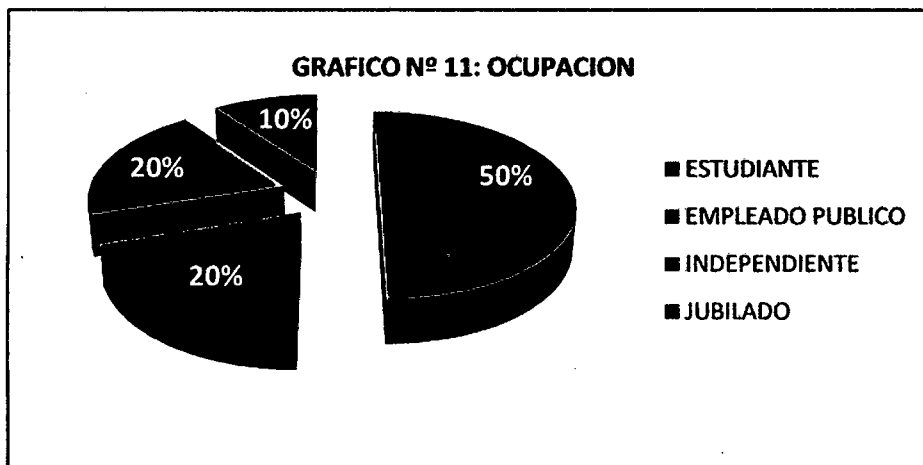
CUADRO Nº 10: GENERO		
CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MASCULINO	35	70%
FEMENINO	15	30%
TOTAL	50	100%



Elaboración Propia

Del mismo modo, un 50% de los encuestados menciono como ocupación el de estudiante; un 20% manifestó tener como ocupación el de empleado público y trabajador independiente; mientras que el 10% está en condición de jubilado.

CUADRO N° 11 OCUPACION		
CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
ESTUDIANTE	25	50%
EMPLEADO PUBLICO	10	20%
INDEPENDIENTE	10	20%
JUBILADO	5	10%
TOTAL	50	100%

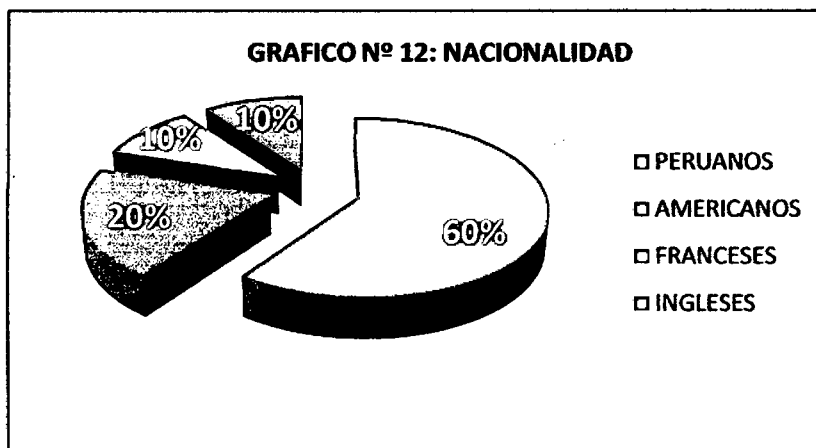


Elaboración Propia

Asimismo; el 60% de los encuestados manifestó ser de nacionalidad peruana, el 20% Norteamericanos; y el 10% franceses e ingleses respectivamente.

CUADRO N° 12: NACIONALIDAD

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
PERUANOS	30	60%
AMERICANOS	10	20%
FRANCESES	5	10%
INGLESES	5	10%
TOTAL	50	100%



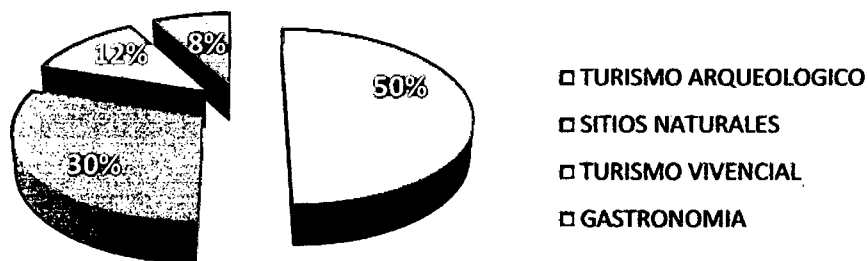
Elaboración Propia

Ante la primera interrogante: Diga Usted ¿Qué le motivó a visitar en distrito de Luya?; se obtuvo que un 50% lo hizo por realizar turismo arqueológico; un 30% por visitar sitios naturales; el 12% para realizar turismo vivencial, mientras que sólo el 8%, lo hizo por la riqueza gastronómica del lugar.

CUADRO N° 13: ¿QUE LE MOTIVO VISITAR EL DISTRITO DE LUYA?

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
TURISMO ARQUEOLOGICO	25	50%
SITIOS NATURALES	15	30%
TURISMO VIVENCIAL	6	12%
GASTRONOMIA	4	8%
TOTAL	50	100%

GRAFICO Nº 13: QUE LE MOTIVO VISITAR EL DISTRITO DE LUYA?

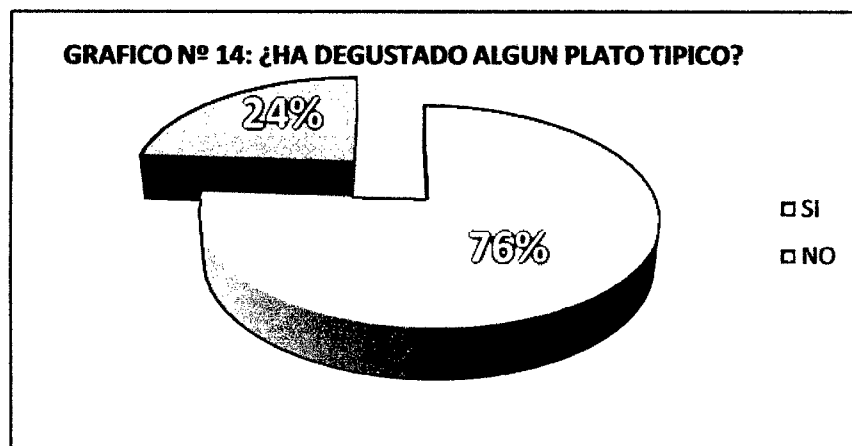


Elaboración Propia

Frente a la segunda interrogante: Durante su estadía ¿Ha degustado de algún plato típico de la zona?; se obtuvo que el 76% ha probado algún plato típico, mientras que la diferencia no ha probado ninguno.

CUADRO Nº 14: ¿HA DEGUSTADO ALGUN PLATO TIPICO?

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	38	76%
NO	12	24%
TOTAL	50	100%

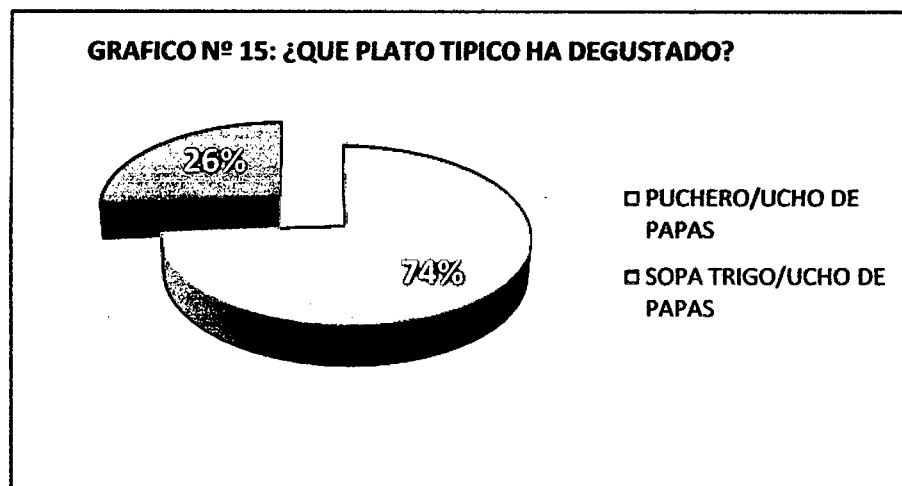


Elaboración Propia

Ante la tercera interrogante: ¿Qué platos típicos locales ha degustado?, se obtuvo como resultado que; el 74% ha degustado de los potajes denominados Puchero y/o Ucho de Papas; mientras que el 26% ha degustado de Sopa de trigo y/o Ucho de papas, teniendo a este ultimo como el plato típico local de mayor consumo.

CUADRO N° 15: ¿QUE PLATO TIPICO HA DEGUSTADO?

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
PUCHERO/UCHO DE PAPAS	28	74%
SOPA TRIGO/UCHO DE PAPAS	10	26%
TOTAL	38	100%

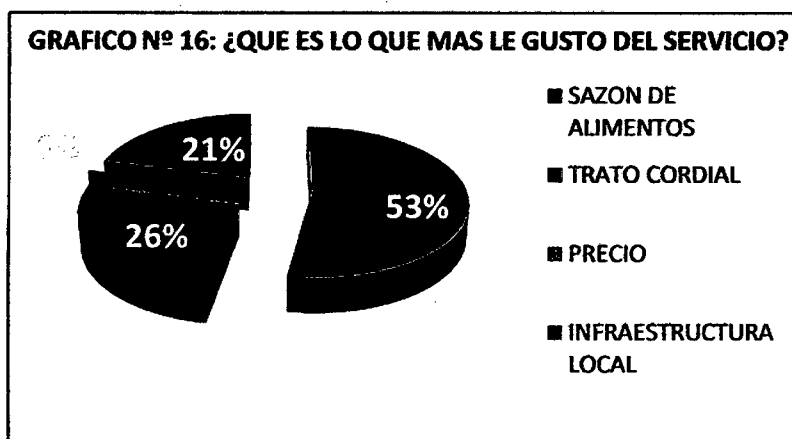


Elaboración Propia

Frente a la cuarta pregunta: ¿Qué es lo que más le gustó del servicio recibido?, se tiene que, al 53% le gusto la sazón de los alimentos; al 26% de los encuestados el trato cordial; mientras que al 21% la infraestructura del local.

CUADRO N° 16: ¿QUE ES LO QUE MAS LE GUSTO DEL SERVICIO?

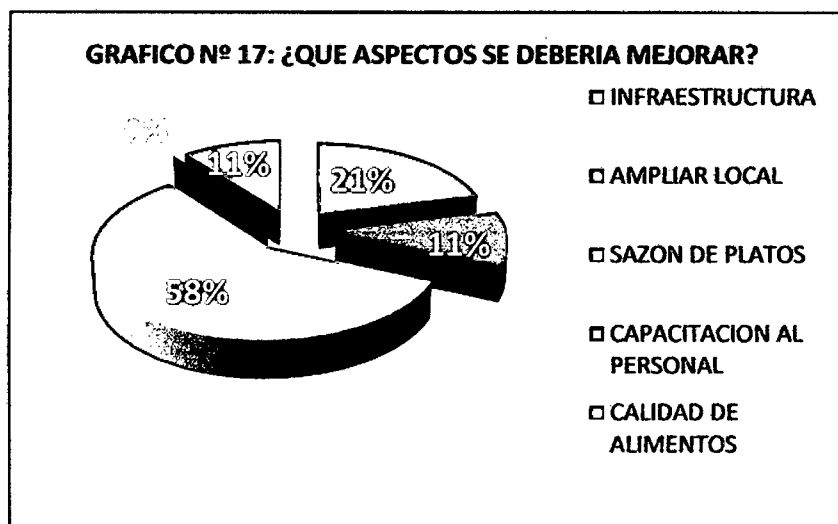
CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SAZON DE ALIMENTOS	20	53%
TRATO CORDIAL	10	26%
PRECIO	0	0%
INFRAESTRUCTURA LOCAL	8	21%
TOTAL	38	100%



Elaboración Propia

Ante la quinta interrogante: ¿Cuál de los siguientes aspectos deberá mejorar para satisfacer sus expectativas?, se obtuvo que, el 58% de los encuestados, sugirió mejorar la sazón y la preparación de los potajes; un 21% mejorar la infraestructura, mientras que el 11% ampliar el local.

CUADRO Nº 17: ¿Qué ASPECTOS SE DEBERIA MEJORAR?		
CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
INFRAESTRUCTURA	8	21%
AMPLIAR LOCAL	4	11%
SAZON DE PLATOS	22	58%
CAPACITACION AL PERSONAL	0	0%
CALIDAD DE ALIMENTOS	4	11%
TOTAL	38	100%



Elaboración Propia

Finalmente ante la ultima interrogante: ¿Cree Usted que el distrito de Luya tiene el potencial suficiente para impulsar una ruta gastronómica como alternativa de desarrollo turístico?; se obtuvo que el 100% de los encuestados cree que si existe el potencia para impulsar una propuesta de este tipo.

CUADRO Nº 18: ¿CREE QUE EL DISTRITO DE LUYA TIENE POTENCIAL PARA IMPULSAR UNA RUTA GASTRONOMICA?

CARACTERISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	38	100%
NO	0	0%
TOTAL	38	100%



DISEÑO DE RUTA GASTRONOMICA EN EL DISTRITO DE LUYA.

1. TEMA:

“RUTA GASTRONOMICA EN EL DISTRITO DE LUYA”

2. AREA A ABARCAR:

DATOS GENERALES DEL AREA A ABARCAR:

a.- Ubicación:

- **Política**

- Localidad : Luya
- Distrito : Luya
- Provincia : Luya
- Departamento : Amazonas

- **Geográfica**

El distrito de Luya se encuentra situado a 6° 22' 00" de latitud sur y a 78° 15' 15" de longitud este con referencia al meridiano de Greenwich, a 2 000 m.s.n.m., presenta un clima frío con presencia de un periodo de lluvias prolongadas durante el año.

b.- Limites:

- **Norte** : Con el distrito de Lamud.
- **Sur** : Con los distritos de Conila y Lonya Chico.
- **Este** : Con el río Utcubamba.
- **Oeste** : Con el distrito de Trita.

3. DURACION:

La duración de esta ruta turística gastronómica, será de dos días en los cuales se realizara diferentes actividades, donde se podrá apreciar la preparación de los platos típicos, así mismo también degustar de dichos platos.

Mediante esta ruta se busca que estas actividades tradicionales y cotidianas se sigan prevaleciendo y no se pierda el arte culinario heredado de los antiguos pobladores de este distrito.

4. ACTIVIDADES A REALIZAR:

4.1.GATRONOMIA LUYANA.

En el distrito de Luya Cuando ofrecen su gastronomía a los visitantes, muestran orgullosos, la variedad y originalidad de sus potajes, que con el tiempo se han convertido en festejo de aromas, sabores y colores; gracias a una herencia cultural forjada a través de milenios antepasados. Esta ruta gastronómica turística servirá para ofrecer a los turistas que llegan hasta a este distrito.

En los dos dias de recorrido por el distrito de luya, donde se va a observar la preparacion y desde luego degustar de los platos tipicos pertenecientes a este distrito.Con esta iniciativa se pretende elaborar un proyecto que involucre a las comunidades rurales anexas a este distrito de Luya, que tienen diferentes formas de preparación de exquisitos potajes.

Entre estos platos típicos tenemos:

SOPA DE TRIGO CON PAPAS Y GALLINA CRIOLLA:

Ingrediente: trigo papas, carne de gallina criolla, ajos, aceite, sal, perejil y misto.

Preparación: se adereza con aceite, ajos y guiso, luego se le echa agua. Inmediatamente se agrega a la olla los trozos de la carne de gallina criolla, la papa amarilla, el trigo cocinado y sal al gusto. Antes de bajar la olla se agrega perejil picado.

Valor Nutritivo: calorías, proteínas, grasas, carbohidratos, minerales, vitaminas.

CALDO DE CHIPCHIMURO CON HUEVOS:

Ingrediente: pepa de Chiclayo, huevos, maíz, cebolla, orégano, manteca de chancho, sal y ajos.

Preparación: Se adereza con manteca de chancho, ajos y cebolla. Luego se agrega agua, sal al gusto. Después se disuelve la harina de chipche muro (pepa de Chiclayo con maíz amarillo, tostado y molido) en un poco de agua y se echa a la olla. Hay que remover constantemente hasta que hierva por 15 minutos, luego se agrega huevos. Antes de bajar la olla se le agrega orégano.

Valor Valorativo: contiene minerales, vitaminas (A,D,K), hidratos de carbono, proteínas.

SOPA DE TRIGO CON PAPAS Y CUERO DE CHANCHO:

Ingredientes: trigo, papas, cuero de chancho, aceite, ajos, sal, cebolla y guiso.

Preparación: Se adereza con cebolla, ajos y guiso, luego se le echa la sal y el cuero de chanco reventado (frito y cocinado previamente), también se agrega papa amarilla y trigo cocido.

Valor Nutritivo: Calorías, proteínas, grasa, carbohidratos, minerales, vitaminas.

UCHO DE CHOCHO CON PAPAS:

Ingredientes: papas, chocho, cebolla china, ajos, comino, culantro, sal, aceite.

Preparación: Primero se remoja el chocho por tres o más días en agua corriente y luego se le cocina; después se le muele, surtiéndolo con el culantro. Se fríe los condimentos y se echa el chocho molido. Por separado se cocina la papa y, una vez que está cocinada, se le pica en cuadraditos para luego surtirlo con el chocho molido. Finalmente se agrega sal.

Valor Nutritivo: Calorías, proteínas, grasa, carbohidratos, minerales, vitaminas.

CUY CON PAPAS:

Ingredientes: cuyes, papas, maní, condimentos (aceite, comino, ajos, pimienta, sal).

Preparación: Primero se sancocha ligeramente los cuyes. Luego se fríe los condimentos en abundante aceite y se pone a freír en ese aceite los cuyes ya sancochados. Aparte se cocina las papas con toda su cáscara, luego se las pela; una vez ya hecho esto, se fríe la papa en el aceite del cuy, se sirve y se agrega el maní espolvoreándolo.

Valor Nutritivo: Calorías, proteínas, grasa, carbohidratos, minerales, vitaminas.

PUCHERO:

Ingredientes: yuca, papas, arroz, caransho, zanahoria, sal, comino, ajos, aceite.

Preparación: primeramente se adereza la olla y se pone a cocinar en abundante agua el caransho y/o el chuchcaran. Cuando ya ha dado un hervor se echa la yuca, las papas, zanahoria, arroz y cebolla. Tiene que hervir bastante hasta que llegue a su punto.

Valor Nutritivo: Calorías, proteínas, grasa, carbohidratos, minerales, vitaminas.

UCHO DE PAPAS CON COSTILLA DE CHANCHO:

Ingredientes: papas, carne de chanco, cebolla china, ajos, una cucharada de misto, una cucharada de comino, aceite (una taza), sal al gusto.

Preparación: Se cocina las papas, luego se pela y se pica en pedazos. La carne de chanco se corta en presas y luego se la fríe con un poquito de aceite. Una vez que este frita la carne, se agrega los condimentos, la cebolla china y la papa picada; luego se mueve bien para que se mezcle bien y se sirve.

Valor Nutritivo: Calorías, proteínas, grasa, carbohidratos, minerales, vitaminas.

POSTRES:

- Conserva de Chiclayo.
- Chipche: tiene como ingrediente principal al Chiclayo.
- Dulce de higos.
- Upe o panatela: hecho a base de cocopa (harina de plátano).
- Todos estos postres eran endulzados con chancaca.

BEBIDAS: (alcohólicas y aromáticas)

- Chicha de Jora.
- Mistela (chicha fuerte con aguardiente).
- Guarapo
- Café

5. COMERCIALIZACIÓN DE ESTA RUTA GASTRONOMICA EN EL DISTRITO DE LUYA.

EVENTOS GASTRONOMICOS:

Ferias Gastronómicas.

Se va a organizar varias ferias gastronómicas donde se va expedir estos platos típicos, donde los visitantes vas poder degustar del delicioso arte culinario, asimismo observar la forma de preparación y secretos culinarios de cada uno de estos platos típicos. De igual manera se organizara conjuntamente con la población, concursos gastronómicos, donde se podrá elegir los platos más representativos de nuestro arte culinario, donde estará conformado por un succulento programa de ponencias, concursos, muestras y exposiciones.

Estos eventos promocionales permitirán el crecimiento y afluencia de visitantes que desean deleitarse de la mejor cocina tradicional de la Región Amazonas.

V.- DISCUSIONES.

Tal y como se mostró en los cuadros y gráficos anteriores; se pudo determinar que la principal motivación por la que los turistas visitan el distrito de Luya, es por sus recursos arqueológicos, paisajísticos, naturales y vivenciales, por el contrario existe un desconocimiento del legado culinario propio de este distrito.

Del mismo modo, se precisó que los establecimientos que expenden alimentos en el distrito de Luya, si bien es cierto presentan dentro de su carta platos de la zona, no lo hacen de manera óptima y con estándares mínimos de calidad, por lo que no tiene la aceptación deseada en los comensales. Sin embargo, las personas que tuvieron la oportunidad de probar de estos potajes, manifestaron y dieron fe del potencial que tiene la gastronomía local, y el impulso de ésta mediante el diseño de una ruta gastronómica, como una alternativa de desarrollo turístico del distrito, de tal manera que permita diversificar la oferta turística, y hacerla más variada.

Asimismo, de los resultados se percibe, que la mayoría de los comensales sugiere como aspecto a mejorar la sazón y elaboración de los alimentos; esto específicamente dirigido a estandarizar los insumos y procedimientos de manipulación de alimentos, con el objetivo de mejorar la calidad y aceptación de los mismos.

También se advirtió que para los propietarios de los establecimientos que expenden alimentos en el distrito de Luya, los platos típicos y emblemático a promocionar son los denominados “Puchero” y “Ucho de Papas”, coincidiendo totalmente con los potajes degustado por los visitantes encuestados.

Teniendo en cuenta las características socio demográficas de los visitantes que arriban al distrito de Luya y a la región Amazonas en general, ratifico mi posición de viabilidad de la creación y diseño de una ruta gastronómica como alternativa de la oferta turística en el distrito de Luya, dadas las características e indicios de aceptabilidad dentro de los comensales.

Se pudo corroborar también, la predisposición de los propietarios en implementar la iniciativa en sus negocios, y con ello impulsar la revalorización e identidad cultural por el arte culinario tradicional propio de la zona.

De otro lado según los resultados obtenidos podemos observar que los pobladores del Distrito de Luya, son conocedores de los platos típicos existentes aun en este distrito, por lo que están de acuerdo, en que estos platos típicos sean promocionados a nivel internacional, y encontrar así un mercado competitivo, donde se pueda ofrecer nuestros productos, de igual manera contribuir con el desarrollo económico, social y cultural de nuestro Distrito de Luya.

Este diseño de ruta gastronómica, de ser impulsada como tal por algún programa o proyecto de desarrollo turístico integral, debería de incluir planes integrales de capacitación en temas relacionados con manipulación de alimentos, arte culinario tradicional, calidad de servicios, y estrategias de venta y promoción; de esta manera se lograra la sostenibilidad de la iniciativa a largo plazo, y con ello el desarrollo socio económico de la población local.

VI.- CONCLUSIONES.

1. El Distrito de Luya posee gran variedad de platos típicos, los cuales no son comercializados. Los propietarios de los establecimientos de expendio de alimentos son consientes de los beneficios que le trae la actividad turística, pero también son consientes que se debe trabajar más en la revalorización del arte culinario tradicional; y con ello la identidad cultural.
2. Existe un potencial importante en variedad de platos, esto corroborado por los visitantes encuestados, quienes manifiestan interés en promover y promocionar el diseño de una ruta gastronómica en este distrito.
3. El diseño de la ruta gastronómica, va a permitir fortalecer la actividad turística local, así como diversificar de manera intensiva la oferta turística tradicional.
4. La mayoría de los locales donde funcionan estos establecimientos de expendio de alimentos en el distrito de Luya son alquilados, lo que limita en parte la adecuación de los mismos.
5. En la actualidad, no existen proyectos o programas que impulsen el desarrollo de capacidades en calidad de servicios de restauración, revalorización del arte culinario local, ni comercialización adecuada de éstos.
6. Los platos típicos emblemáticos del distrito de Luya, que servirán de ejes estratégicos para el diseño de una ruta gastronómica son: “el Puchero”, y “el Ucho de Papas” fundamentalmente.

7. Los potajes típicos del distrito de Luya, tienen mayor aceptación en el segmento de turistas, locales y nacionales, en su mayoría.
8. Existe la predisposición por parte del empresariado local, de implementar mejor sus establecimientos, con el objetivo de mejorar y estandarizar sus servicios, dentro de la eventual ruta gastronómica planteada.
9. Las principales motivaciones de viaje, de los turistas que arriban al distrito de Luya, son el turismo arqueológico, sitios naturales y el turismo vivencial.
10. La totalidad de los turistas que han degustado de los potajes típicos del distrito de Luya, han coincidido en opinar que el citado distrito cuenta con el potencial suficiente para impulsar e implementar una ruta gastronómica como alternativa a la oferta turística tradicional de Luya, y con ello contribuir con el desarrollo socio económico local.

VII.- RECOMENDACIONES.

Para el diseño de una ruta gastronómica en el distrito de Luya; es necesario que se tome en cuenta algunas recomendaciones, que son muy importantes y desde luego permitirán el buen desempeño de los diferentes actores involucrados en el desarrollo de esta ruta gastronómica. Entre estas tenemos:

1. Crear e incentivar la identidad cultural local, mediante la revalorización del arte culinario local; con el objetivo de identificar, y recuperar potajes típicos locales, que sirva de materia prima en el diseño de una ruta gastronómica en el distrito de Luya.
2. Planificar estrategias de promoción turística, para el desarrollo de esta ruta gastronómica, donde se busque el posicionamiento de estos platos típicos tradicionales.
3. Realizar constantes talleres turísticos, enfocados a la gastronomía del distrito de Luya, así como constantes capacitaciones a los pobladores involucrados en la comercialización de estos platos típicos.
4. Realizar convenios, y alianzas estrategias, con instituciones públicas y privadas involucradas en el desarrollo turístico (Agencias de Viajes, Dircetur, Promperu, Universidades y Proyector Turísticos), con el objetivo de promover y desarrollar capacidades en el empresariado y en la población local.
5. Realizar actividades promocionales trimestrales o semestrales, donde se revalore al arte culinario ancestral que presenta el

distrito de Luya; ello mediante la participación activa en ferias y eventos gastronómicos a nivel regional y nacional.

6. Incluir la presente ruta gastronómica, en los circuitos y paquetes turísticos ofertados por los diversos agentes y promotores de turismo, tanto locales como nacionales.

VIII.- REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- **Distrito de Luya .Biblioteca I.E. "RAMON CASTILLA-LUYA"**
- www.comunidadandina.org/turismo/peru/enlaces.htm.
- www.mincetur.gob.pe/turismo/otros/inventario%20turistico/pais.asp.
- www.turismodecordoba.org.
- www.turismochile.cl.
- www.infodestino.com/index.php/destinos.
- Libro: Camino del Cid - Wikipedia, la enciclopedia libre.
- www.quedelibros.com/Sociales/2/Turismo/1.html.
- www.fperu.com/es/turismo/gastronomico/default.aspx
- Turismo gastronómico

www.gastronomiaycia.com/category/turismo-gastronomico.

- **Turismo gastronómico de Lambayeque.**
www.lambayeque.net/gastronomia
- **Turismo Arequipeño.**
www.todoarequipa.com/home.

IX.- ANEXOS.

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

FACULTAD DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

CURSO DE TITULACIÓN

ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

Ésta encuesta se realiza para obtener datos verídicos para desarrollar el trabajo de investigación en los restaurantes que expenden comidas en el distrito de Luya.

La encuesta es personal y anónima.

Marca con una "X" tu respuesta, evita borrones y responde con toda la seriedad del caso.

GENERALES:

EDAD: Años

SEXO: F M

OCUPACIÓN

NACIONALIDAD

1. ¿Diga Ud. que le motivo a visitar el distrito de Luya?

- a) Turismo Arqueológico.
- b) Sitios Naturales
- c) Turismo Vivencial
- d) Gastronomía

2. ¿Durante su estadía, ha degustado de algún plato típico de la zona?

SI NO

Si su respuesta fue SI responda

¿CUALES?.....

3. ¿Qué platos típicos locales ha degustado?

.....

4. ¿Qué es lo que más le gusto del servicio recibido?

- a) Sazón de Alimentos.

- b) Trato Cordial.
- c) EL precio.
- d) Infraestructura del local.

5. **¿Cuál de los siguientes aspectos deberá mejorar para satisfacer sus expectativas?**

- a) Mejorar la infraestructura.
- b) Ampliar su local.
- c) Sazón de sus platos.
- d) Capacitar a su personal.
- e) Calidad de Alimentos.

6. **¿Cree Ud. qué el distrito de Luya, tiene el potencial suficiente para impulsar una ruta gastronómica, como alternativa de desarrollo turístico?**

SI

NO

¿Por qué?.....

Gracias por su atención...

ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE ESTABLECIMIENTOS QUE BRINDAN SERVICIO DE ALIMENTACIÓN EN EL DISTRITO DE LUYA.

Responda usted, de acuerdo a las características de su negocio y en honor a la verdad.

1. ¿El Establecimiento donde brinda el servicio de alimentación es propio o alquilado?

.....
.....

2. Su establecimiento se encuentra legalmente constituido?

SI NO

¿Por

qué?.....

3. ¿Qué tipo de comida expende en su establecimiento?

- a) Típicas.
- b) A la carta.
- c) Menú

4. ¿Qué platos típicos expenden en su establecimiento?

.....
.....

5. ¿De los platos típicos que Ud, expende, en qué tipo de turistas tiene mayor aceptación?

LOCALES NACIONALES INTERNACIONALES

6. ¿A su criterio, cuales son los platos típicos emblemáticos que se deberán promocionar entre los Visitantes?

.....

7. ¿En los últimos años Ud, ha recibido algún tipo de capacitación en temas relacionados con expendio de alimentos?

SI NO

¿Porqué?.....

8. ¿De existir un programa que impulse una ruta gastronómica en el distrito de Luya, estaría Ud, de acuerdo en implementar su establecimiento?

SI NO

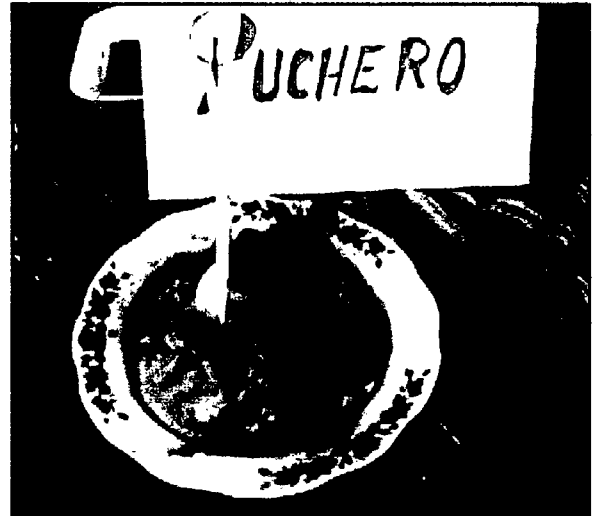
.....

Gracias por su atención...

FOTOS.

PLATOS TIPICOS DEL DISTRITO DE LUYA.

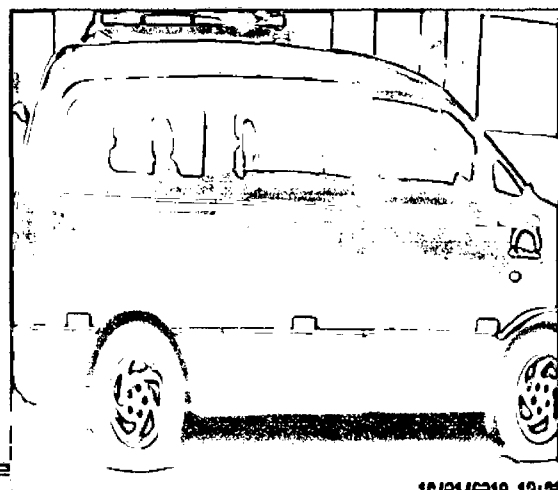
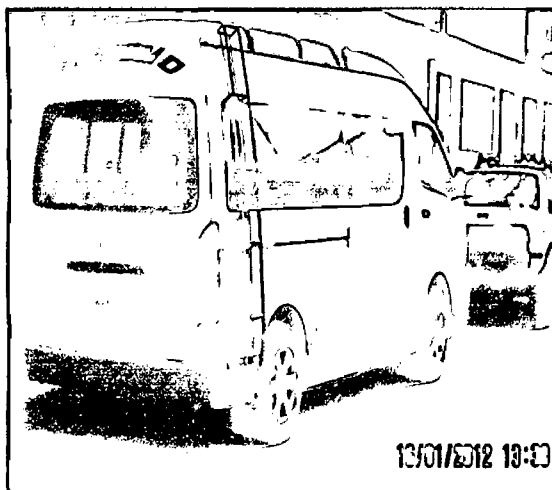
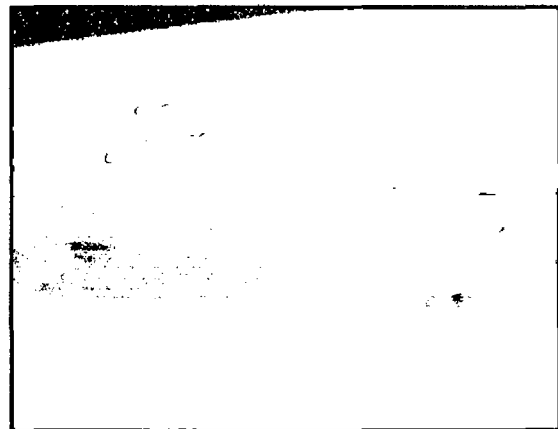
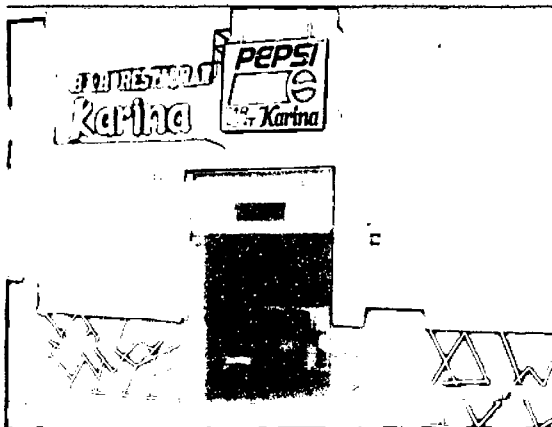
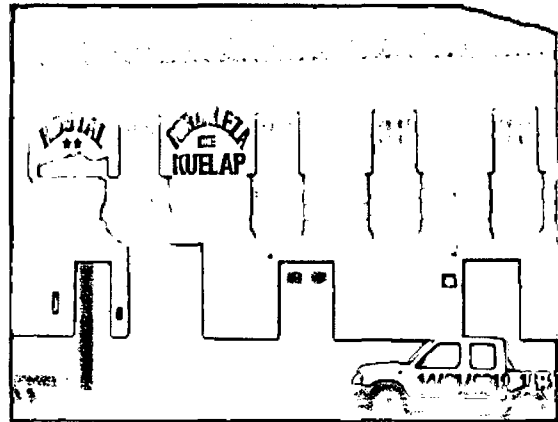
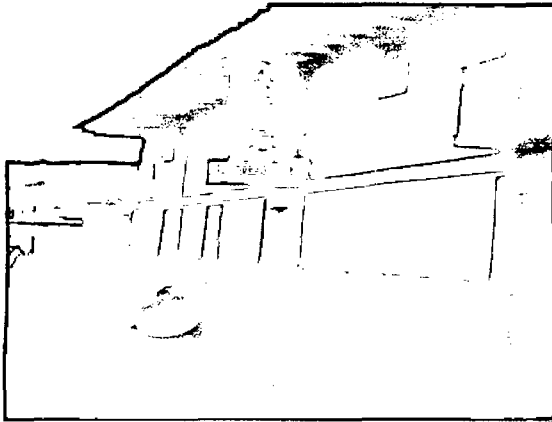




ENCUESTA A POBLADORES DEL DISTRITO DE LUYA.



PLANTA TURISTICA ACTUAL DEL DISTRITO DE LUYA.



PLANTA TURISTICA

TABLA 01: CAPACIDAD INSTALADA DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO EN EL DISTRITO DE LUYA-2011.

Nombre	Capacidad	Servicios Básicos	Equipamiento
MERALI	<ul style="list-style-type: none">• 12 habitaciones amobladas, 18 camas.	Alojamiento, Agua Potable y Teléfono fijo.	Televisión con cable, agua caliente.
SHUBITE	<ul style="list-style-type: none">• 14 habitaciones amobladas, 16 camas.	Alojamiento, Snack, Agua Potable.	Televisor con cable, agua caliente.
HUAYLLA BELEN	<ul style="list-style-type: none">• 10 habitaciones amobladas, 15 camas.	Alojamiento, Agua Potable y Bar.	Televisor con cable y agua caliente.
KUELAP	<ul style="list-style-type: none">• 18 habitaciones amobladas, 22 camas.	Alojamiento, Agua Potable y Teléfono Fijo.	Televisor con cable y agua caliente.

Elaboración Propia.

TABLA 02: CAPACIDAD INSTALADA DE SERVICIO DE RESTAURANTE EN EL DISTRITO DE LUYA-2011.

Nombre	Capacidad	Servicios Básicos	Especialidad
EL BATAN	<ul style="list-style-type: none">• 30 Personas	Platos típicos, menú económico, platos a la carta.	Comida criolla, carnes y pescados.
RULO	<ul style="list-style-type: none">• 28 Personas	Platos típicos, menú económico, platos a la carta, bebidas calientes.	Comida casera peruana.
KARINA	<ul style="list-style-type: none">• 36 Personas	Platos típicos, menú económico, platos a la carta, bebidas calientes, pollo a la brasa.	Comida criolla, repostería.
YURI	<ul style="list-style-type: none">• 40 Personas	Platos típicos, menú económico, platos a la carta, pollo a la brasa.	Pollos, carnes y pescados, comida criolla.

Elaboración Propia.

TABLA 03: CAPACIDAD INSTALADA DE SERVICIO DE TRANSPORTE EN EL DISTRITO DE LUYA-2011.

Nombre	Salidas	Destino	Costo
LUYA EXPRESS S.A	<ul style="list-style-type: none">• LUYA-LAMUD	<ul style="list-style-type: none">• CHACHAPOYAS Y VICEVERSA	S/. 7.00
AMOR CELENDINO S.A	<ul style="list-style-type: none">• LUYA-LAMUD	<ul style="list-style-type: none">• CHACHAPOYAS Y VICEVERSA	S/. 5.00
HUAYLLA BELEN S.R.L.	<ul style="list-style-type: none">• LUYA-LAMUD	<ul style="list-style-type: none">• CHACHAPOYAS Y VICEVERSA	S/.5.00
EL WAYRA LUYANO S.A.	<ul style="list-style-type: none">• LUYA-LAMUD	<ul style="list-style-type: none">• CHACHAPOYAS Y VICEVERSA	S/. 7.00

Elaboración Propia.

TABLA 04: RECURSOS TURISTICOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN EL DISTRITO DE LUYA-2011.

Nombre	Descripción	Grado de explotación	Actividades Turísticas	Estado del acceso
KARAJIA	<ul style="list-style-type: none"> Encontramos sarcófagos los cuales están formados en fila en la gruta de un abismo, se tiene una vista impresionante 	ESCASA	<ul style="list-style-type: none"> Observaciones de flora y fauna, caminatas y toma de fotografías. 	BUENO
WANGLIC	<ul style="list-style-type: none"> Se encuentran tinajones de piedra y de barro, de hasta 6.5 mts, asimismo encontramos 2 bellísimas cataratas. 	ESCASA	<ul style="list-style-type: none"> Observaciones de flora y fauna, baño en las cataratas, caminata y toma de fotografías. 	BUENO
CHUPURIC	<ul style="list-style-type: none"> Encontramos paredes y muros de casas circulares de la época incaica, adornados en zigzag así como restos de purumachos. 	INCIPIENTE	<ul style="list-style-type: none"> Caminatas y toma de fotografías. 	BUENO
KIOCTA	<ul style="list-style-type: none"> Encontramos una maravillosa caverna, formada de estalactitas y estalagmitas, salones de adoración y rituales, así como restos fósiles. 	ESCASA	<ul style="list-style-type: none"> Observación de flora y fauna, caminata y toma de fotografías. 	BUENO