



**Impulso del turismo gastronómico a través del estudio de la cocina tradicional en plazas  
y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí**

Armas Chile, Yarelis Mishell y Rivera Herrera, Jeniffer Raquel

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera

Trabajo de Titulación, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración Turística y  
Hotelera

Lic. Guanoluisa Chuqui, Joffre Ismael

22 de agosto de 2021

Latacunga



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, **“Impulso del turismo gastronómico a través del estudio de la cocina tradicional en plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí”** realizado por las señoritas Armas Chile, Yarelis Mishell y Rivera Herrera, Jeniffer Raquel el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

**Latacunga, 22 de agosto de 2021**

JOFFRE ISMAEL 2021.08.26  
GUANOLUISA CHUQUI 21:42:02 -05'00'

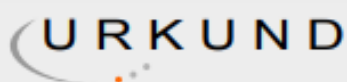
---

Lic. Guanoluisa Chuqui, Joffre Ismael

**C.C.: 0502970254**

**DIRECTOR DEL PROYECTO**

## Reporte de Verificación



### Urkund Analysis Result

<b>Analysed Document:</b>	Tesis Armas Yarelis_Herrera Raquel.docx (D111712944)	
<b>Submitted:</b>	8/26/2021 4:40:00 PM	
<b>Submitted By:</b>	loretaibarra@yahoo.es	JOFFRE ISMAEL
<b>Significance:</b>	3 %	GUANOLUISA 2021.08.26 CHUQUI 10:15:10 -05'00'

#### Sources included in the report:

[Tesis.Segarra.docx \(D56222849\)](#)  
[CORRECCIÓN Dennis Leon.docx \(D110625986\)](#)  
[Proyecto Final de los Finales.docx \(D47625564\)](#)  
[Tesis Kelly Cuellar.docx \(D102725846\)](#)  
[https://saquisili.gob.ec/wp-content/uploads/2019/03/Pan-Territorial-GADMI-CANTON-SAQUISILI\\_FINAL\\_19-04-2015\\_23-44-58.pdf](https://saquisili.gob.ec/wp-content/uploads/2019/03/Pan-Territorial-GADMI-CANTON-SAQUISILI_FINAL_19-04-2015_23-44-58.pdf)  
<https://www.municipiopujili.gob.ec/pujili/situacion-geografica/>  
[http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/10554/T-ESPEL-ITH-0029.pdf?sequence=1&isAllowed=yRicaurte,](http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/10554/T-ESPEL-ITH-0029.pdf?sequence=1&isAllowed=yRicaurte)  
<https://conceptodefinicion.de/gastronomia/>  
<http://www.asociaciones.org/formacion/item/168-que-es-actividad-economica>  
<https://doku.pub/documents/atlas-del-patrimonio-alimentario-de-pichincha-8lyz84jj94qd>  
<https://docplayer.es/amp/58385473-Universidad-tecnologica-equinoccial-facultad-de-turismo-gastronomia-y-hoteleria-carrera-de-gastronomia.html>  
<http://docplayer.es/203498731-Escuela-superior-politecnica-de-chimborazo-facultad-de-salud-publica-escuela-de-gastronomia.html>  
[http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16045/1/60570\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16045/1/60570_1.pdf)  
<https://docplayer.es/amp/23203558-Uniandes-universidad-regional-autonoma-de-los-andes-carrera-de-chefs-facultad-de-direccion-de-emprendimientos.html>  
<https://docplayer.es/29726547-Universidad-regional-autonoma-de-los-andes-unandes-facultad-de-direccion-de-emprendimientos-carrera-superior-de-chefs.html>  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5655/1/SALAZAR%20XIMENA.pdf>  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30212/1/Jaime%20Ramiro%20Supe%20Llanganate.pdf>



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA**

Nosotras, **Armas Chile, Yarelis Mishell**, con cédula de ciudadanía **N° 0503591414** y **Rivera Herrera, Jeniffer Raquel**, con cédula de ciudadanía **N° 0504138389**, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Impulso del turismo gastronómico a través del estudio de la cocina tradicional en plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí”** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

**Latacunga, 23 de agosto de 2021**

Armas Chile, Yarelis Mishell

C.C.: 0503591414

Rivera Herrera, Jeniffer Raquel

C.C.: 0504138389



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN**

Nosotras, **Armas Chile, Yarelis Mishell**, con cédula de ciudadanía N° **0503591414** y **Rivera Herrera, Jeniffer Raquel**, con cédula de ciudadanía N° **0504138389**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: Título: **“Impulso del turismo gastronómico a través del estudio de la cocina tradicional en plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

**Latacunga, 23 de agosto de 2021**

---

Armas Chile, Yarelis Mishell

C.C.: 0503591414

---

Rivera Herrera, Jeniffer Raquel

C.C.: 0504138389

### **Dedicatoria**

A mi madre pues sin ella no lo habría logrado, sus esfuerzos son impresionantes y su amor para mí es invaluable, me ha educado y proporcionado todo lo que he necesitado. Por eso le dedico mi trabajo en ofrenda por su paciencia y amor madre mía.

A mi hermana y abuelitos que con sus palabras de aliento me impulsaron a seguir adelante con la culminación de este trabajo, a cumplir con mis ideales y ser siempre perseverante.

**Armas Chile, Yarelis Mishell**

### **Dedicatoria**

Llena de regocijo, de amor y esperanza, dedico esta tesis, a cada uno de mis seres queridos, quienes han sido mis pilares fundamentales para seguir en adelante.

A mis padres por estar ahí cuando más los necesite; en especial a mi madre Mariana por su amor, comprensión, apoyo y ayuda en los momentos más difíciles y a mi hermana Escarleth por cada una de sus palabras de aliento.

**Rivera Herrera, Jeniffer Raquel**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por bendecirme la vida, por guiarme y ser mi fortaleza en aquellos momentos de dificultad.

A mi madre por su gran amor, por el apoyo incondicional en todas y cada una de mis decisiones, por inculcarme los valores que le dan sentido a la vida, por enseñarme a luchar con tenacidad para alcanzar mis metas, por brindarme la oportunidad de tener una formación íntegra y por confiar en mí hasta el final.

A mi hermana, abuelitos, tías, tíos y primos por llenarme de alegría día tras día, por todos los consejos brindados, porque con su amor y respaldo me ayudaron a cumplir mis objetivos.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga por permitirme concluir con una etapa de mi vida, a los docentes de la carrera de Hotelería y Turismo por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, al Lic. Ismael Guanoluisa tutor de nuestro proyecto, quien ha guiado con su paciencia y rectitud como docente.

**Armas Chile, Yarelis Mishell**



## **Agradecimiento**

En primer lugar, agradezco a Dios por bendecirme con la vida, por guiarme a lo largo de mi camino.

Gracias de corazón, a nuestro tutor de tesis Lic. Ismael Guanoluisa por su paciencia, dedicación, motivación, criterio y aliento. Ha hecho fácil lo difícil

Gracias a mi madre y hermana que siempre estuvieron ahí para ver lograr mi sueño, por confiar y creer en mí gracias a ustedes que con una palabra de aliento en esos momentos más difíciles han logrado que cumpla una meta en mi vida.

**Rivera Herrera, Jeniffer Raquel**

**Tabla de contenido**

<b>Carátula .....</b>	<b>1</b>
<b>Certificación.....</b>	<b>2</b>
<b>Reporte de verificación.....</b>	<b>3</b>
<b>Responsabilidad de autoría.....</b>	<b>4</b>
<b>Autorización de publicación.....</b>	<b>5</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>6</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>7</b>
<b>Agradecimiento.....</b>	<b>8</b>
<b>Agradecimiento.....</b>	<b>9</b>
<b>Índice de tablas .....</b>	<b>14</b>
<b>Índice de figuras .....</b>	<b>17</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>19</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>20</b>
<b>Generalidades.....</b>	<b>21</b>
<b>Planteamiento del problema .....</b>	<b>21</b>
<i>Formulación del problema .....</i>	<i>22</i>
<b>Antecedentes.....</b>	<b>23</b>
<b>Justificación e Importancia.....</b>	<b>26</b>
<b>Objetivos.....</b>	<b>27</b>
<i>Objetivo General.....</i>	<i>27</i>
<i>Objetivos Específicos .....</i>	<i>28</i>
<b>Marco teórico.....</b>	<b>29</b>
<b>Fundamentación teórica .....</b>	<b>29</b>
<i>Turismo.....</i>	<i>29</i>
<i>Turismo alternativo .....</i>	<i>30</i>

<b><i>Turismo gastronómico</i></b> .....	<b>31</b>
<b>Gastronomía en turismo</b> .....	<b>31</b>
<b>Modalidades del turismo gastronómico</b> .....	<b>32</b>
<b>Clasificación del turismo gastronómico</b> .....	<b>33</b>
<b>Rutas gastronómicas</b> .....	<b>34</b>
<b>Destinos gastronómicos</b> .....	<b>35</b>
<b>Planificación gastronómica</b> .....	<b>35</b>
<b>Sistema gastronómico sostenible</b> .....	<b>37</b>
<b>Componentes del sistema gastronómico sostenible</b> .....	<b>38</b>
<b><i>Patrimonio cultural</i></b> .....	<b>41</b>
<b><i>Gastronomía ecuatoriana</i></b> .....	<b>42</b>
<b><i>Cocina tradicional</i></b> .....	<b>42</b>
<b>Diferencia cocina tradicional y cocina típica</b> .....	<b>43</b>
<b>Antecedentes de la cocina tradicional ecuatoriana</b> .....	<b>44</b>
<b>Clasificación de la cocina tradicional ecuatoriana</b> .....	<b>46</b>
<b>Preparación de alimentos tradicionales</b> .....	<b>50</b>
<b>Artefactos y técnicas culinarias tradicionales</b> .....	<b>51</b>
<b>Diagnóstico situacional</b> .....	<b>53</b>
<b>Delimitación geográfica de los cantones Pujilí y Saquisilí</b> .....	<b>53</b>
<b>División política territorial de los cantones Pujilí y Saquisilí</b> .....	<b>55</b>
<b>Características geográficas de los cantones Pujilí y Saquisilí</b> .....	<b>56</b>
<b><i>Flora de los cantones Pujilí y Saquisilí</i></b> .....	<b>57</b>
<b><i>Fauna de los cantones Pujilí y Saquisilí</i></b> .....	<b>58</b>
<b>Demografía de los cantones Pujilí y Saquisilí</b> .....	<b>59</b>
<b>Principales actividades económicas de los cantones Pujilí y Saquisilí</b> .....	<b>59</b>
<b><i>Sectores de producción</i></b> .....	<b>60</b>

<i>Infraestructura de apoyo a la producción</i> .....	64
Atractivos naturales y culturales de los cantones Pujilí y Saquisilí .....	67
Catastro de atractivos de los cantones Pujilí y Saquisilí.....	73
Metodología .....	79
Enfoque de la Investigación .....	79
<i>Enfoque Cualitativo</i> .....	79
<i>Enfoque Cuantitativo</i> .....	79
Modalidad de la Investigación .....	80
<i>Documental o Bibliográfica</i> .....	80
<i>De Campo</i> .....	80
Tipo de investigación .....	81
<i>Descriptiva</i> .....	81
Población y muestra.....	81
Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos.....	82
<i>Fuentes de información</i> .....	82
<i>Técnicas de recopilación de información</i> .....	83
<i>Instrumento</i> .....	83
<i>Análisis e interpretación de resultados</i> .....	84
<i>Tabulación y análisis de datos de la encuesta</i> .....	84
<i>Tabulación y análisis de datos de la entrevista</i> .....	142
<i>Fichas de observación</i> .....	148
Modelo de ficha del Atlas de Productos Elaborados .....	149
Proceso de llenado de la Ficha del Atlas de Productos Elaborados .....	149
Matriz de la cocina tradicional de los cantones Pujilí y Saquisilí .....	152
Idea a defender .....	169

Propuesta: Plan estratégico para el fortalecimiento del turismo del turismo

<b>gastronómico en el cantón Pujilí y Saquisilí .....</b>	<b>170</b>
<b>Antecedentes.....</b>	<b>170</b>
<b>Justificación e importancia.....</b>	<b>170</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>171</b>
<i>Objetivo general .....</i>	<i>171</i>
<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>172</i>
<b>Desarrollo de la propuesta.....</b>	<b>172</b>
<i>Análisis FODA.....</i>	<i>172</i>
<i>Planificación de proyectos .....</i>	<i>191</i>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>200</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>201</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>202</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>208</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Clasificación del turismo gastronómico</i> .....	33
<b>Tabla 2</b> <i>Diferencia entre cocina tradicional y cocina típica</i> .....	44
<b>Tabla 3</b> <i>Artefactos y técnicas culinarias</i> .....	51
<b>Tabla 4</b> <i>Parroquias del cantón Pujilí y Saquisilí</i> .....	55
<b>Tabla 5</b> <i>Distribución de plazas y mercados</i> .....	56
<b>Tabla 6</b> <i>Flora</i> .....	57
<b>Tabla 7</b> <i>Fauna</i> .....	58
<b>Tabla 8</b> <i>Sectores de producción de los cantones Pujilí y Saquisilí</i> .....	61
<b>Tabla 9</b> <i>Plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí</i> .....	64
<b>Tabla 10</b> <i>Atracciones del cantón Pujilí y Saquisilí</i> .....	67
<b>Tabla 11</b> <i>Clasificación de sitios naturales y manifestaciones culturales</i> .....	74
<b>Tabla 12</b> <i>Categoría, tipo y subtipo</i> .....	75
<b>Tabla 13</b> <i>Jerarquía para sitios naturales y manifestaciones culturales</i> .....	75
<b>Tabla 14</b> <i>Inventario de atractivos del cantón Pujilí</i> .....	77
<b>Tabla 15</b> <i>Inventario de atractivos del cantón Saquisilí</i> .....	78
<b>Tabla 16</b> <i>Edad</i> .....	85
<b>Tabla 17</b> <i>Lugar de procedencia</i> .....	86
<b>Tabla 18</b> <i>Género</i> .....	88
<b>Tabla 19</b> <i>Frecuencia de visita</i> .....	89
<b>Tabla 20</b> <i>Motivación</i> .....	90
<b>Tabla 21</b> <i>Degustación</i> .....	92
<b>Tabla 22</b> <i>Tipo de cocina tradicional</i> .....	93
<b>Tabla 23</b> <i>Lugar de consumo</i> .....	95

<b>Tabla 24</b> <i>Tipo de restaurante</i> .....	96
<b>Tabla 25</b> <i>Plazas y mercados</i> .....	98
<b>Tabla 26</b> <i>Platos de la cocina tradicional</i> .....	99
<b>Tabla 27</b> <i>Platos que degusta de la cocina tradicional de Pujilí</i> .....	100
<b>Tabla 28</b> <i>Memoria colectiva, peligros de extinción u olvidados</i> .....	105
<b>Tabla 29</b> <i>Forma de conocer</i> .....	109
<b>Tabla 30</b> <i>Plan de Turismo Gastronómico</i> .....	110
<b>Tabla 31</b> <i>Criterios del Plan de Turismo Gastronómico</i> .....	111
<b>Tabla 32</b> <i>Edad</i> .....	113
<b>Tabla 33</b> <i>Lugar de procedencia</i> .....	115
<b>Tabla 34</b> <i>Género</i> .....	117
<b>Tabla 35</b> <i>Frecuencia de visita</i> .....	118
<b>Tabla 36</b> <i>Motivación</i> .....	119
<b>Tabla 37</b> <i>Degustación</i> .....	121
<b>Tabla 38</b> <i>Tipo de cocina tradicional</i> .....	122
<b>Tabla 39</b> <i>Lugar de consumo</i> .....	124
<b>Tabla 40</b> <i>Tipo de restaurante</i> .....	125
<b>Tabla 41</b> <i>Plazas y mercados</i> .....	127
<b>Tabla 42</b> <i>Platos de la cocina tradicional</i> .....	128
<b>Tabla 43</b> <i>Platos que degusta de la cocina tradicional de Saquisilí</i> .....	130
<b>Tabla 44</b> <i>Memoria colectiva, peligros de extinción u olvidados</i> .....	134
<b>Tabla 45</b> <i>Formas de conocer</i> .....	138
<b>Tabla 46</b> <i>Plan de Turismo Gastronómico</i> .....	139
<b>Tabla 47</b> <i>Criterios del Plan de Turismo Gastronómico</i> .....	140
<b>Tabla 48</b> <i>Análisis de la entrevista</i> .....	143
<b>Tabla 49</b> <i>Matriz de la cocina tradicional de los cantones Pujilí y Saquisilí</i> .....	153

<b>Tabla 50</b> <i>Matriz de síntesis FODA</i> .....	172
<b>Tabla 51</b> <i>Matriz de impacto</i> .....	175
<b>Tabla 52</b> <i>Matriz de evaluación interna</i> .....	177
<b>Tabla 53</b> <i>Matriz de evaluación externa</i> .....	179
<b>Tabla 54</b> <i>Matriz de acción FO</i> .....	181
<b>Tabla 55</b> <i>Matriz de acción DA</i> .....	182
<b>Tabla 56</b> <i>Matriz de acción FA</i> .....	182
<b>Tabla 57</b> <i>Matriz de acción DO</i> .....	183
<b>Tabla 58</b> <i>Ratio de balance de fuerza</i> .....	184
<b>Tabla 59</b> <i>Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes</i> .....	184
<b>Tabla 60</b> <i>Matriz de síntesis estratégica</i> .....	186
<b>Tabla 61</b> <i>Tablero de comando</i> .....	189
<b>Tabla 62</b> <i>Planificación de proyectos</i> .....	192
<b>Tabla 63</b> <i>Matriz de priorización de proyectos</i> .....	193
<b>Tabla 64</b> <i>Proyectos priorizados</i> .....	196
<b>Tabla 65</b> <i>Proyecto 1</i> .....	1976
<b>Tabla 66</b> <i>Proyecto 2</i> .....	1987
<b>Tabla 67</b> <i>Proyecto 3</i> .....	199
<b>Tabla 68</b> <i>Proyecto 4</i> .....	199



## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> <i>Componentes del sistema gastronómico sostenible</i> .....	39
<b>Figura 2</b> <i>Clasificación de la Cocina Tradicional en el Ecuador</i> .....	46
<b>Figura 3</b> <i>Mapa geográfico del cantón Pujilí</i> .....	54
<b>Figura 4</b> <i>Mapa estratégico del cantón Saquisilí</i> .....	55
<b>Figura 5</b> <i>Edad</i> .....	85
<b>Figura 6</b> <i>Lugar de procedencia</i> .....	87
<b>Figura 7</b> <i>Género</i> .....	88
<b>Figura 8</b> <i>Frecuencia de visita</i> .....	89
<b>Figura 9</b> <i>Motivación</i> .....	91
<b>Figura 10</b> <i>Degustación</i> .....	92
<b>Figura 11</b> <i>Tipo de cocina tradicional</i> .....	94
<b>Figura 12</b> <i>Lugar de consumo</i> .....	95
<b>Figura 13</b> <i>Tipo de restaurante</i> .....	97
<b>Figura 14</b> <i>Plazas y mercados</i> .....	98
<b>Figura 15</b> <i>Platos de la cocina tradicional</i> .....	100
<b>Figura 16</b> <i>Platos que degusta de la cocina tradicional de Pujilí</i> .....	103
<b>Figura 17</b> <i>Memoria colectiva, peligros de extinción u olvidados</i> .....	107
<b>Figura 18</b> <i>Forma de conocer</i> .....	109
<b>Figura 19</b> <i>Plan de Turismo Gastronómico</i> .....	110
<b>Figura 20</b> <i>Criterios del Plan de Turismo Gastronómico</i> .....	112
<b>Figura 21</b> <i>Edad</i> .....	114
<b>Figura 22</b> <i>Lugar de procedencia</i> .....	116
<b>Figura 23</b> <i>Género</i> .....	117
<b>Figura 24</b> <i>Frecuencia de visita</i> .....	118

<b>Figura 25</b> <i>Motivación</i> .....	120
<b>Figura 26</b> <i>Degustación</i> .....	121
<b>Figura 27</b> <i>Tipo de cocina tradicional</i> .....	123
<b>Figura 28</b> <i>Lugar de consumo</i> .....	124
<b>Figura 29</b> <i>Tipo de restaurante</i> .....	126
<b>Figura 30</b> <i>Plazas y mercados</i> .....	127
<b>Figura 31</b> <i>Platos de la cocina tradicional</i> .....	129
<b>Figura 32</b> <i>Platos que degusta de la cocina tradicional de Saquisilí</i> .....	132
<b>Figura 33</b> <i>Memoria colectiva, peligros de extinción u olvidades</i> .....	136
<b>Figura 34</b> <i>Formas de conocer</i> .....	138
<b>Figura 35</b> <i>Plan de Turismo Gastronómico</i> .....	139
<b>Figura 36</b> <i>Criterios del Plan de Turismo Gastronómico</i> .....	141
<b>Figura 37</b> <i>Ficha del Atlas de Productos Elaborados</i> .....	149
<b>Figura 38</b> <i>Ficha de la chicha de jora</i> .....	150
<b>Figura 39</b> <i>Mapa estratégico</i> .....	150

## Resumen

El presente trabajo de titulación corresponde al impulso del turismo gastronómico a través del estudio de la cocina tradicional en plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí, este turismo gastronómico incide directamente en la degustación de platos de la cocina tradicional. La problemática del estudio se centra en el desconocimiento del turismo gastronómico por la desvalorización de la cocina tradicional en plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí. Por tal motivo, el principal objetivo es estudiar la cocina tradicional en plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí para impulsar el turismo gastronómico, de manera que, la metodología empleada en este estudio ocupa un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), bibliográfica, experimental, tipo exploratorio y descriptivo; desde ese enfoque, los resultados permitieron identificar que los turistas cuando realizan sus viajes a entornos rurales, optan por una alimentación en plazas y mercados locales compuesta de entrada, sopa, plato fuerte, bebida y postres, en este sentido, se determinó que el perfil de turista gastronómico del cantón Pujilí consume entrada de tortillas de maíz, sopa de yahuarlocro, plato fuerte de hornado, bebida de jugo frutales y postre higos con queso, mientras que el turista gastronómico del cantón Pujilí consume entrada de tortillas de maíz, sopa de yahuarlocro, plato fuerte papas con cuero y librilla, bebidas frutales y helado de paila entre otros postres.

Palabras clave:

- **TURISMO GASTRONÓMICO**
- **COCINA TRADICIONAL**
- **CANTÓN PUJILÍ**
- **CANTÓN SAQUISILÍ**

### **Abstract**

This degree work corresponds to the promotion of gastronomic tourism through the study of traditional cuisine in squares and markets of the Pujilí and Saquisilí cantons, a type of tourism where its motivation is the tasting of traditional cuisine dishes. The problem of the study focuses on the ignorance of gastronomic trism due to the devaluation of traditional cuisine in squares and markets of the Pujilí and Saquisilí cantons. For this reason, the main objective is to study traditional cuisine in squares and markets of the Pujilí and Saquisilí cantons to promote gastronomic tourism. Once the objective was established, the methodology was used: qualitative, quantitative, bibliographic, experimental, exploratory, descriptive approach. Where it was identified that tourists when they make their trips to rural environments choose a diet in local squares and markets consisting of starter, soup, main course, drink and desserts, in this sense it was determined that the gastronomic tourist profile of the Pujilí canton consumes starter of corn tortillas, yahuarlocro soup, main dish of hornado, fruit juice drink and dessert higos con queso, while the gastronomic tourist of the Pujilí canton consumes tortillas de maíz, yahuarlocro soup, main dish papas con cuero y librillo, fruit juice drink and paila ice cream dessert.

Key words:

- **GASTRONOMIC TOURISM**
- **TRADITIONAL CUISINE**
- **CANTON PUJILI**
- **CANTON SAQUISILÍ**

## Capítulo I

### 1. Generalidades

#### 1.1. Planteamiento del problema

La gastronomía ecuatoriana, debido a su inmenso valor histórico y amplia riqueza culinaria, representa un legado cultural que se ha venido construyendo a través del compartir de sabores y saberes, de forma que, estas disposiciones gastronómicas han permitido la adaptación a una gran biodiversidad natural asociada al placer de comer y beber bien. La cultura alimentaria es la suma de las prácticas y conocimientos en la producción de alimentos, preparación de recetas propias de los territorios y consumo de estas, que se ven vulnerables frente a la adquisición de productos procesados, que en término americano se denomina fast food.

Las regiones del país cuentan con productos agrícolas como base de la cocina tradicional, que son de gran importancia simbólica, cultural e identitaria para la ciudad o comunidad, lamentablemente se considera de poco valor, debido a que se ha ignorado las historias que encierran aquellos platos, por otro lado, existen ingredientes, recetas y formas de preparar que han sido reemplazadas por la llamada era de la innovación, convirtiendo lo tradicional en gourmet.

Por otro lado, las manifestaciones gastronómicas de la provincia de Cotopaxi son amplias y reconocidas a nivel nacional: las apetecidas chugchucaras, hallullas, queso de hoja, helados de Salcedo por sus vistosos colores y sabores, evidencian la riqueza culinaria, sin embargo, existe un desinterés de las autoridades especialistas en turismo para desarrollar iniciativas, a fin de aprovechar los recursos gastronómicos que a largo plazo se convertirán en productos turísticos.

Además, debido a la marcada presencia de población campesina en la

provincia de Cotopaxi, se encuentran varios mercados y ferias rurales, entre los referentes se menciona al cantón Saquisilí, Salcedo, Zumbahua y Latacunga, plazas donde se comercializan animales, alimentos y artesanías, siendo espacios que vinculan al comercio y generan la economía local, dando como resultado un amplio repertorio de tradiciones culturales y vivenciales que son desconocidos.

De igual manera, en cada uno de los cantones que integra la provincia de Cotopaxi posee una variedad de platos típicos, las cuales se pueden encontrar en las ferias, plazas y mercados, pero en la actualidad a causa de la emergencia sanitaria se ha evidenciado una disminución del flujo de turistas. Por tal razón, en los cantones de Pujilí y Saquisilí existe un desconocimiento del turismo gastronómico, debido al incremento de restaurantes de comida rápida que da origen a la desvalorización de la cocina tradicional.

Al mismo tiempo, la pérdida de la cocina tradicional ha sido provocada por la falta de iniciativa de las autoridades, al no fomentar nuevas alternativas de dinamización turística enfocadas a la gastronomía, obstaculiza el desarrollo local, llegando a un total desinterés de las generaciones futuras de consumir platos de este tipo de arte culinario, lamentablemente al no contar con la suficiente información de los diferentes platos ofertados, provoca la ausencia y abandono de la identidad gastronómica, inclinándolos a degustar platillos sin autenticidad cultural, por lo tanto, la inexistencia de un plan de salvaguardia del Turismo Gastronómico en los dos cantones, ha generado el olvido de la gastronomía propia del cantón.

### **1.1.1.                    *Formulación del problema***

¿Cómo incide el estudio de la cocina tradicional de las plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí en el impulso del turismo gastronómico?

## 1.2. Antecedentes

En La presente investigación se desarrolló en base al análisis de diferentes artículos y proyectos relacionadas al turismo gastronómico y cocina tradicional, los mismos que contribuyen con información adecuada para la ejecución del trabajo, a continuación, se detallan los siguientes:

“Turismo Gastronómico: Sabor y Tradición” Artículo Académico de la Revista de Investigación en Turismo y Patrimonio de México, elaborada por Navarrete & García (2018), las cuales sostienen que la comida local da a conocer las actividades culturales de la zona, la cocina, la forma en que se produce y aquel consumo proporciona una idea acertada del quehacer de una población determinada; del mismo modo plantean como objetivo analizar aspectos enfocados al turismo, en especial las rutas gastronómicas, obteniendo información sobre los platillos típicos que se preparan y mediante aquella indagación proponer estrategias para lograr una mayor difusión de la gastronomía.

Para este artículo se ha utilizado la investigación documental, definida como una estrategia sistemática y empírica, donde se dio a conocer la oferta turística gastronómica del territorio, al igual que las regiones que incluyen platillos y forman parte de la cocina y son consideradas Patrimonio de la Humanidad, las cuales han sido documentados mediante su importancia, forjando así una alternativa para generar mayores ingresos a través del empleo que será en beneficio de la economía nacional, de igual manera, se ha implementado una estrategia de marketing en base a las experiencias que se enfocan en el cliente.

Por otro lado, en la revista Estudios y Perspectivas del Turismo de Argentina se halló el artículo de Hernández (2018) titulado “Turismo Gastronómico”. La

Gastronomía Tradicional de Córdoba” la cual hace mención que al tema de estudio lo componen las recetas culinarias transmitidas de generación en generación, siendo una de las principales motivaciones del turista la degustación de los platos tradicionales del lugar, dado que estos reflejan la cultura de los habitantes. El objetivo de este trabajo es contribuir al conocimiento de los diferentes platillos, desde el punto de vista turístico, a través de la oferta realizada por establecimientos de la ciudad y la forma en que se relacionan estos con las peticiones por parte de los turistas en los restaurantes.

La metodología empleada para el desarrollo del artículo se basa en la ejecución de encuestas a los responsables, gerentes o propietarios de los establecimientos de restauración que oferten algún plato enfocado a la cocina tradicional, teniendo como resultados que aquellos platos se configuran singulares y de atracción para el turismo gastronómico, lo cual ayudan a potencializar el conocimiento de los mismos, por otro lado, los resultados obtenidos son aplicables al empresario y a los diferentes administradores públicos, porque son políticas concretas enfocadas a la gastronomía que asisten al incremento de la oferta de la cocina tradicional.

De igual modo, se ha considerado al artículo titulado “La Cocina Tradicional Regional como un Elemento de Identidad y Desarrollo Local: el caso de San Pedro, México” publicado en la revista SciELO por Melendez & Cañez (2009) donde afirman que las cocinas tradicionales permiten conocer las características de la vida social, económica y productiva de las localidades en las cuales se desarrolla, al igual que aquellos cambios que ocurren en el estilo de vida, como la alimentación, dispersión o adaptación de saberes y prácticas culinarias. De forma similar, se analiza que tanto han influido para que se produzca la transformación alimentaria mediante la



globalización y las condiciones del mercado; el artículo plantea que las cocinas tradicionales son un elemento de identidad y sobre todo una pieza fundamental para las economías regionales y locales.

Es por tal razón que Melendez y Cañez a partir de Domínguez **(2006)** afirman que la cocina es uno de los elementos culturales que da identidad a una comunidad, pueblo o sociedad, involucrando un conjunto de conocimientos donde los sabores culinarios prevalecen en ellos más que la misma lengua.

La investigación se desarrolló en base a una metodología cualitativa mediante el método etnográfico realizado dentro del campo de la antropología alimentaria, de esta forma arroja resultados donde indican que la cocina tradicional constituye un patrimonio social que se ha ido enriqueciendo y modificando, acercándose así a la cultura y al modelo alimentario de la población de origen rural, constituyéndose como una fuente de ingresos para muchas familias.

Por otra parte, la investigación realizada por Bravo **(2020)** publicada en la revista Vinculando, con el tema “Las Nuevas Tendencias en la Cocina Tradicional”, muestra un análisis sobre las exigencias de los estilos culinarios y el gran trabajo por el rescate y conservación de la cocina tradicional como patrimonio inmaterial de la cultura cubana. Se expone de igual manera la importancia del conocimiento de los apasionados de arte culinario, ante las recientes técnicas de cocinar mediante la introducción de nuevos ingredientes.

El objetivo principal del presente artículo es salvar y conservar la cocina tradicional a través de la historia, debido a que, día a día se va renovando y mediante esto se motiva a la investigación y al descubrimiento de platillos nunca antes

preparados. De igual modo, el autor considera que es importante hablar sobre las tendencias culinarias de hoy en día, debido a que contribuyen en gran medida a la información y experimentación de crear recetas en base a productos ancestrales resguardando la historia culinaria.

Al mismo tiempo el artículo enfatiza que las tendencias son ideas aplicadas a la vida cotidiana y tienen un punto de caída o fecha de caducidad, por lo tanto, ya no se piensa en crear platos que gusten a largo plazo, más bien los cocineros crean y se limitan a buscar en ellos el impacto para atraer a sus clientes. Es así como, el análisis concluye en mantener la mente abierta y comprender los continuos cambios que se dan en la gastronomía.

### **1.3. Justificación e Importancia**

La gastronomía ecuatoriana posee un factor diferenciador, debido a que la cocina tradicional encierra principales platos, bebidas y postres representativos de cada provincia, los cuales encierran una gran riqueza cultural, que con el pasar del tiempo se ha visto vulnerable frente a los nuevos mercados gastronómicos. La gastronomía vinculada a la actividad turística forma parte de un sistema, dado que los pueblos y comunidades ecuatorianas cuentan con una diversidad de platos típicos basados en alimentos nutricionales.

s así como la provincia de Cotopaxi cuenta con siete cantones que son: Latacunga, Pujilí, Salcedo, Saquisilí, Pangua, Sigchos y La Maná, todos ellos poseen al menos un mercado que es el punto de referencia comercial donde se puede sociabilizar e intercambiar emociones en cada actividad que se realiza sea este de compra y venta o degustar de algún plato típico.

La iniciativa de la presente investigación surge por el interés de recolectar la

información necesaria, para la elaboración de un inventario de la cocina tradicional de plazas y mercados del cantón Saquisilí y Pujilí, con el fin de enseñar y transmitir a las futuras generaciones los platos típicos que encierran este tipo de cocina.

Por otro lado, el estudio ayudará a identificar cuáles son los factores que inciden en el desarrollo del turismo gastronómico, logrando crear estrategias que estén orientadas a mejorar el servicio de la cocina tradicional, incrementando los niveles de participación en las ventas.

Además, contribuirá a determinar líneas estratégicas que permita revitalizar e impulsar el turismo gastronómico en los cantones Pujilí y Saquisilí, a través de la cocina tradicional, lo que ayudará a generar un plan para promover la imagen turística de los mismos; por consiguiente, la economía local mejorará y el ingreso económico apoyará a obtener una mejor calidad de vida.

Es así como los beneficiarios directos de la presente investigación son los propietarios de los diferentes puestos de comida tradicional, al igual que los clientes a quienes se les brindará un servicio de calidad, finalmente, será de gran impacto ya que estará enfocado al beneficio del desarrollo turístico de los dos cantones y de la provincia.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. *Objetivo General***

Estudiar la cocina tradicional en plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí para impulsar el turismo gastronómico.

#### **1.4.2.                    Objetivos Específicos**

- Establecer el fundamento teórico que sustente la investigación del turismo gastronómico y cocina tradicional.
- Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio para generar una línea base, mediante las fuentes de investigación primaria y secundaria.
- Desarrollar el marco metodológico de la investigación para el análisis e interpretación de resultados
- Determinar líneas estratégicas que permita revitalizar e impulsar el turismo gastronómico en los cantones Pujilí y Saquisilí a través de la cocina tradicional.

## Capítulo II

### 2. Marco teórico

#### 2.1. Fundamentación teórica

El presente capítulo denominado marco teórico tiene como objetivo elaborar el fundamento teórico, que permita el análisis integral de las variables cocina tradicional y turismo gastronómico con su respectiva interrelación, cuyos elementos permite comprender el estudio que se aborda.

##### 2.1.1. *Turismo*

Entendiéndose como Turismo, según la Organización Mundial de Turismo OMT (2021) “Es un fenómeno social, cultural y económico conexas con la tendencia a viajar de los individuos a lugares que se localizan fuera de su lugar de domicilio habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

Según la Secretaría de Turismo de México SECTUR (2015), menciona que “el turismo incluye las actividades que cumplen las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un ciclo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no afines con el ejercicio de una actividad asalariada en el lugar visitado”.

Mientras que Sancho (2012) considera que “el turismo es una fuente de oportunidades para crear negocios y empleos, potenciando el crecimiento y desarrollo de un área determinada, buscando la protección del ambiente, las culturas autóctonas y el entendimiento de los pueblos”.

Los autores mencionados anteriormente determinan que el turismo es un conjunto de relaciones y fenómenos que se produce por medio del desplazamiento de personas fuera de su lugar de origen con una estancia temporal y sin fines de

lucro, por consiguiente, hace que el turismo sea diversificado, siendo la actividad humana con finalidad de motivación de viajes con enfoques sociales, culturales y económicos generando negocios y empleos potencializando un área determinada.

### **2.1.2. Turismo alternativo**

El turismo alternativo es una modalidad que plantea una interrelación entre la naturaleza conservando los recursos naturales y sociales, por ende:

Se define como aquellos “viajes que tienen como resultante construir actividades lúdicas en coyuntura directa con la naturaleza y las expresiones culturales que la abarca con una postura y responsabilidad de comprender, respetar, gozar y compartir en la preservación de los insumos naturales y culturales (**SECTUR, 2017**).

De acuerdo con Semarnat (**2008**) sostiene que turismo alternativo “es una tipología de turismo que tiene como fin la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan”.

Por otra parte, el autor del libro Elementos de Turismo, Teoría, Clasificación y Actividad, Quesada (**2006**) menciona que el turismo alternativo “Se haya constituido por una gama muy variada y alternativa de viajes, el mismo que incluye el turismo rural, turismo de aventura y ecoturismo” (p. 114).

Revisando las teorías de los autores mencionados se puede aludir a que el turismo alternativo es una actividad inmersa dentro del área natural, por ende, se toma como línea base la definición de la (**SECTUR, 2017**) que indica la participación y el disfrute de las actividades cotidianas de las personas en ámbitos rurales, teniendo contacto directo con la naturaleza. Dentro de esta modalidad de

turismo debe considerarse el turismo gastronómico siendo una actividad referencial debido a la variedad de preparaciones culinarias que impulsa la generación de una corriente turística.

### **2.1.3. Turismo gastronómico**

#### **2.1.3.1. Gastronomía en turismo**

Dentro del contexto turístico se considera a la gastronomía como:

La gastronomía es un término cuyo origen etimológico procede del idioma griego, individualmente de los léxicos nomos y gastros, que al ser convertido al español representan ley y estómago proporcionalmente. Asumiendo que se puede decir que se trata del estudio de la correspondencia que se da entre un individuo, el medio y la comida (**Sánchez, 2021**).

Según Montecinos (**2010**) la gastronomía ha sido considerada en el turismo como un contiguo de equipamiento y servicios adicionales del viaje, aplicados de manera esporádica sin relevancia conceptual, epistemológica, académica, sostenible y con minúsculos resultados por la ausencia de un patrón de planificación, como opción fundamental ante la espontaneidad en el potenciamiento del turismo gastronómico regional.

Revisados los párrafos anteriores, se concuerda que la gastronomía tiene relación con las ciencias naturales y sociales que se torna alrededor del ser humano y como referencia para realizar el proyecto investigativo se toma lo aludido por Montecinos (**2010**) donde estudia varios componentes culturales tomando como eje fundamental la comida, conocimiento y razonado el arte de producir, crear, y salvaguardar las actividades, consumo y uso sostenible de todo lo que respecta al sistema alimentario.

### 2.1.3.2. Modalidades del turismo gastronómico

Personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades turísticas fuera de su entorno habitual por un periodo de tiempo, cuya motivación es la gastronomía local. La oferta de la gastronomía como un componente cultural involucra valores clásicos que se asocian a las nuevas tendencias en el turismo como: respeto a la cultura y a la tradición, autenticidad, experiencia, sostenibilidad, además representando una oportunidad para dinamizar y diversificar el turismo, debido a que impulsa el desarrollo económico local, rescatando el patrimonio inmaterial de un país (*Montecinos, 2010*).

El turismo gastronómico, es la riqueza, la diversidad de sus lugares y el desarrollo de su economía que hacen de una nación sea atractiva para la inversión en turismo vacacional, de negocios y acontecimientos, obteniendo así transformarse en un sector de beneficios y de desarrollo consecutivo, comprendiendo la cultura como un factor distintivo entre los productos turísticos, otorgándole una particularidad única (*Díaz & Pabón, 2015*).

Siguiendo a López y Margarida (*2011*) se puede señalar que la mayor importancia de la gastronomía sugiere, y promueve, la idea de que el conocimiento de la gastronomía puede ser, y a menudo lo es, la principal atracción para visitar una determinada región y no necesariamente una segunda (o complementaria) motivación del viaje.

La gastronomía es necesaria para un producto turístico, debido a que el visitante siempre deberá consumir algún tipo de alimento en el lugar al que se desplazó, creando así un consumo, probando y experimentando parte de la cultura de un lugar. El turismo gastronómico es cuando una persona viaja a un lugar diferente al de su residencia, para compartir actividades fundamentadas en la



gastronomía, siendo la principal acción consumir y disfrutar productos, servicios y sobre todo experiencias gastronómicas.

Y de todos los actores se considera que Montecinos (2010) es quien aporta de mejor manera en el desarrollo del marco teórico porque sostiene que la gastronomía sin duda es uno de los iconos que más ha generado impacto turístico, dentro de ciertos lugares, debido a que con sus platos típicos y tradicionales que puede generar una historia, tradición o leyenda, dado que cada uno de ellos son parte de la identidad cultural.

### **2.1.3.3. Clasificación del turismo gastronómico**

Según Cegaho (2018) se comprende por visitante en materia de gastronomía aquel turista que consume productos y servicios gastronómicos de manera prioritaria y complementaria, de forma que dentro del turismo gastronómico según Quijano (2015) a partir de Montecinos (2010) se establece la siguiente clasificación:

**Tabla 1**

*Clasificación del turismo gastronómico*

<b>TIPO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
RECEPTOR	Son los no residentes que viajan dentro de un país, con el fin de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas de manera prioritaria y complementaria.
EMISOR	Son los residentes de un país que viajan a otro con el principal objetivo de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas.

TIPO	DESCRIPCIÓN
INTERNACIONAL	Se compone del turismo receptor y turismo emisor con el fin de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas de manera prioritaria y complementaria.

*Nota.* Tomado de Montecinos (2010).

De forma similar los autores determinan que dentro del turismo gastronómico también se obtiene segmentos de turista receptor, emisor e internacional, cada uno con la motivación de explorar entornos que oferten productos y servicios de este tipo. Turistas que busca adquirir experiencias gastronómicas al realiza un viaje por un periodo no superior al año con o sin pernoctación en un lugar distinto al habitual bajo lineamientos de turismo de no realizar actividades de auto remuneración. Cabe recalcar que para el proyecto de investigación se toma como referencia el trabajo expuesto por Montesinos, la cual es completa en torno al tema de turismo gastronómico.

#### **2.1.3.4. Rutas gastronómicas**

A partir de Montecinos (2010) la ruta gastronómica es el trayecto con un principio, magnitud territorial, y estructuración sistematizada determinada que vincula destinos, bienes, atracciones en la producción, innovación, conversión, consumo, utilización, gozo, disfrute de forma conveniente y viable.

De hecho, el informe del Entorno Turístico **(2020)** define a las rutas gastronómicas como rutas culinarias compuesto de corredores, tours, itinerarios, circuitos, con el propósito de:

- Combinar experiencias culinarias
- Tours visitas a mercados
- Inclusión a productores de comida
- Itinerarios, circuitos y rutas

- Experiencias creativas y actividades relacionadas con la gastronomía
- Productos regionales en el turismo gastronómico como itinerarios

Las rutas gastronómicas son elementos del sistema turístico y para del proyecto de investigación buscarán integrar a los recursos culturales dentro del proceso de planificación, para promocionar los productos que oferta la comunidad local, a través de actividades gastronómicas como visitas guiadas, tours organizados y circuitos gastronómicos conformados por diversos actores sociales.

#### **2.1.3.5. Destinos gastronómicos**

La Organización Mundial del Turismo OMT **(2017)** menciona que el destino turístico abarca al gastronómico ya que se constituye como aquel espacio físico compuesto de servicios de apoyo, atractivos y recursos turísticos que determinan su competitividad en el mercado. Para Salas **(2016)** los destinos gastronómicos en tendencia por su variedad gastronómica asociados a la cultura son: España, Japón, Bilbao, Perú, Hawai, Singapur.

Los destinos gastronómicos se encuentran en los diferentes puntos locales de una nación formado por recursos de apoyo, y se han posicionado debido al reconocimiento de la imagen gastronómica a nivel mundial, por ellos el autor menciona que los países por su gastronomía han llegado a ser tendencias y motivos de viajes por sus rutas basadas en la oferta de experiencias culinarias.

#### **2.1.3.6. Planificación gastronómica**

Modelo de planificación gastronómica y turística

La planificación del turismo se realiza en diversos niveles, sea este macro o general hasta el nivel local o más detallado y cada nivel exige sus consideraciones específicas.

Montesino (2010) menciona que el principal objetivo del modelo es desarrollar un sistema de planificación como alternativa necesaria ante la improvisación en el desarrollo del turismo gastronómico, que pueda apoyar al desarrollo social regional sostenible (pg. 173).

El desarrollo de un sistema de planificación está basado en el reforzamiento al progreso de la localidad, a través de los diferentes productos y servicios gastronómicos, y para este proceso de investigación se tiene como estrategias la obtención de beneficios en la esfera del impulso integral, es decir, la suma de acciones para adquirir el mejoramiento de la calidad de vida.

- **Objetivos de la planificación gastronómica**

El objetivo consiste en desarrollar el sistema planificado para evitar la improvisación, con el propósito de brindar apoyo al desarrollo local y regional que beneficie al entorno por medio de productos y servicios gastronómicos tangibles e intangible.

Según la Organización Mundial del Turismo OMT (1999) para el cumplimiento de los objetivos es necesario considerar diferentes enfoques que son:

- **Enfoque medioambiental y sostenible**

La visión en este tipo de enfoque es velar por el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, evitando la degradación de estos, la razón primordial es conservar de mejor manera el entorno.

- **Enfoque comunitario**

Es el factor de inclusión a la comunidad local, donde sea notoria la participación e integración de los beneficios que representen a la población.

- **Enfoque integrado**

En el campo turístico es un sistema que se encuentra integrado de políticas y planes locales, regionales e internacionales, es decir, un contexto general para impulsar el desarrollo local.

- Enfoque continuo flexible

Se denomina como flexible ya que el turismo debe ser adaptado a las circunstancias variables, basados en el objetivo de la planificación que requiere un turismo sostenible.

- Enfoque global

Es similar al enfoque integral, pero aquí el desarrollo turístico debe tomar prioridad en el proceso de planificación.

- Enfoque realizable

La planificación debe ser realista, donde las nuevas tendencias e innovación promuevan el desarrollo creativo del turismo.

Al hablar de planificación se amerita el entendimiento sobre proyectos, programas, planes y actividades relacionadas al área de intervención gastronómico, por ende, la presente investigación se basa en los enfoques previamente descritos para brindar apoyo al desarrollo local de forma que se obtengan beneficios para la comunidad. La programación está compuesta del enfoque basados en el objetivo con la proyección de proteger los interés socioculturales y ambientales por medio de la generación de ideas conceptualizadas en procesos sistemáticos realizables.

- **Sistema gastronómico sostenible**

Según Jeambey (2016) señala que la planificación gastronómica debe ser valorada con indicadores medioambientales, de forma que sean afines al entorno natural y cultural, la calidad del ambiente debe presenciar bajos impactos para

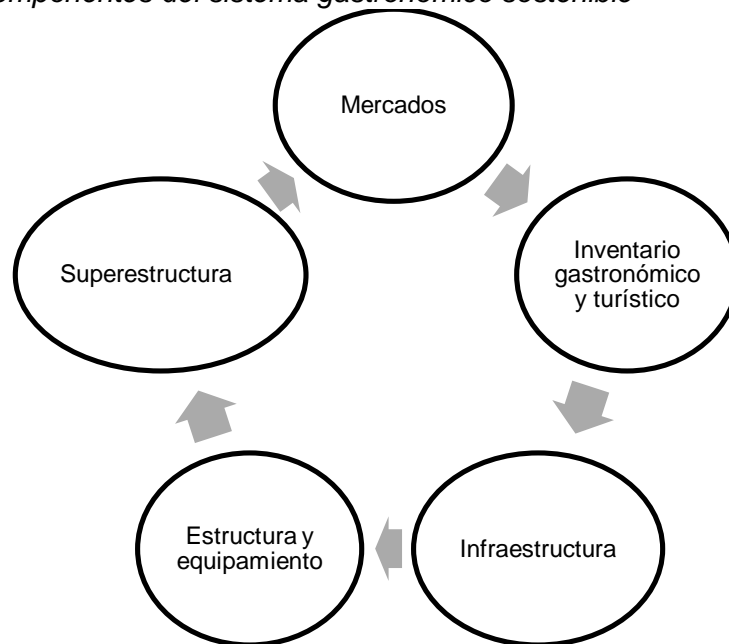
fortalecer la vulnerabilidad, por ello el autor menciona las siguientes consideraciones gastronómicas sostenibles:

- Conservación del inventario gastronómico
- Dinamización de la economía local
- Fomento de la participación social

Para el desarrollo de la investigación se toma como línea base aquellas consideraciones donde involucra a la gastronomía con la promoción del sector, formando parte del factor sostenible que está enfocado en la conservación de la esencia gastronómica representada en el inventario gastronómico, al igual que la dinamización económica y el fomento de la inclusión social, siendo estos elementos que garantiza el equilibrio y mejoramiento continuo del sistema de gestión ambiental dentro de los dos cantones como es Pujilí y Saquisilí.

- **Componentes del sistema gastronómico sostenible**

Los componentes del sistema gastronómico sostenible basado en el sistema descriptivo de planificación gastronómica y turística, según Montecinos (2010) son:

**Figura 1***Componentes del sistema gastronómico sostenible*

*Nota.* Información tomada de Montecinos (2010).

Se denomina como flexible debido a que el turismo debe ser adaptado a las circunstancias variables, basados en el objetivo de la planificación que requiere un turismo sostenible.

- **Mercados**

Menciona la demanda del sistema turístico, es decir a las personas que realizan sus viajes motivados en efectuar actividades gastronómicas, específicamente el consumo y degustación de productos y servicios gastronómicos.

- **Inventario gastronómico y turístico**

El sistema gastronómico sostenible debe contar con un inventario donde se encuentre registrado los recursos gastronómicos y turísticos con los que dispone la comunidad local, por medio de esta herramienta se logrará a futuro identificar el segmento de mercado y hallar nuevos recursos potenciales. La categorización del inventario está en función a grupos:

Grupo 1: Alimentos y bebidas y utensilios tradicionales

Grupo 2: Atracciones y actividades gastronómicas

Grupo 3: Productos gastronómicos y turísticos

Grupo 4: Destinos gastronómicos y turísticos

- Infraestructura

Categoría que abarca las inversiones de activos de carácter público y privado, directo e indirecto, que van con la actividad turística comúnmente reconocidos y con insumos de soporte. La infraestructura interna está compuesta de bienes y servicios públicos, tales como agua, telefonía, internet, entre otros, mientras que la infraestructura externa son los aeropuertos, carreteras, hospedaje, rutas de acceso, entre otros.

- Estructura y equipamiento

Formadas por empresas ligadas a la producción gastronómica, a continuación, se destacan:

- Mercados
- Restauración
- Museos gastronómicos
- Hoteles gastronómicos o temáticos

- Superestructura

Los actores involucrados de la superestructura del sistema gastronómico sostenible son los organismos públicos y privados, tanto nacionales e internacionales, quienes son encargados de fomentar el turismo gastronómico, alimentario y turístico.

El sistema gastronómico sostenible se sintetiza en seis elementos, mercado



que es la demanda turística, el inventario conformado por cinco grupos abarcando el alimento, técnica, el producto y destino gastronómico, seguido de la infraestructura, estructura como superestructura, y son elementos utilizados dentro de la investigación, que de forma unificada gestionan, controlan y comercializan los productos gastronómicos de los mercados de Pujilí y Saquisilí.

A continuación, se detallarán términos relacionados con la segunda variable de investigación, que es la Cocina Tradicional, la cual forma parte del término Patrimonio Cultural, debido a los elementos simbólicos que se relaciona con aquellas tradiciones arcaicas; por tal razón se inicia con:

### **2.1.3. Patrimonio cultural**

Siendo una edificación social del siglo XX, uno de los factores claves es la Guerra de Independencia porque influenció en las clases pudientes y cultas el empoderamiento de propiedad y de orgullo coexistieron desde ahí los bienes culturales **(Querol, 2010, p.20)**.

Según la Universidad Interamericana para el Desarrollo UNID **(2005)**, el Patrimonio Cultural de un pueblo es el contiguo de esencialidades materiales y simbólicos que una sociedad las determina como propias, que la establecen y le otorgan una distinción y representa el recuerdo grupal de los habitantes.

Por otro lado, para García **(2012)** menciona que el término patrimonio cultural es: trabajos artísticos, arquitectos, músicos, ilustrados, cuyo arte es anónimo, generada del alma común, de igual manera es el grupo de valores que dan sentido propiedad como obras palpables y no palpables que manifiestan inventiva de un lugar” **(pág. 13)**.

Por consiguiente el Patrimonio Cultural expresa la solidaridad que une a quienes comparten un conjunto de bienes y prácticas que los identifica, amparadas por el prestigio histórico y simbólico de los bienes patrimoniales, y

en base a los autores citados se puede definir como todas aquellas tradiciones o expresiones vivas que han sido heredadas de los antepasados y han sido transmitidas de generación en generación, mencionando así que el patrimonio representa la memoria colectiva de una población.

### **2.1.5. Gastronomía ecuatoriana**

Según el Dr. Núñez (2021), director de la Sección de Historia y Geografía de la Casa de la Cultura Ecuatoriana; Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica, auténtica y mestiza, que es cocida en cazuelas de barro y otros utensilios, con tradiciones de siglos en las que se han preparado sustancias, condimentos y experiencias.

Además, lo caracteriza como el país de cazadores, recolectores y pescadores, que buscó tener productos frescos y naturales con el paso del tiempo, los pobladores ecuatorianos empezaron a explorar el mundo de la agricultura, domesticando a los animales e incluso iniciando con el intercambio de productos; entre las tres principales regiones de Ecuador Continental: Costa, Sierra y Amazonía (Jaramillo, 2012).

Con lo mencionado, la gastronomía ecuatoriana en la actualidad está poniendo mucho interés en recuperar la identidad gastronómica a través de la investigación nutricional de productos nativos, recordando que las recetas tradicionales y ancestrales cuentan una historia y muestran la cultura del país. En el proceso de recuperar identidad a través de la gastronomía, es gracias al desarrollo de recetas tanto dulces como saladas, al igual que las bebidas y postres.

### **2.1.6. Cocina tradicional**

La cocina tradicional se define como un bien cultural que va pasando de generación en generación dentro de una comunidad, es considerada como elemento valioso, por lo tanto, la tradición es algo que se hereda y forma parte de la identidad,

teniendo como característica que puede adquirir nuevas expresiones sin perder su esencia, renovándose por mantener su valor y utilidad (Araque, 2013)

Según Pazos (2010) cocina tradicional: la comida y cocina tradicional posee tres rasgos fundamentales,

- Es una comida que tiene antecedentes remotos.
- Está sujeta a una región, territorio
- Son preparaciones heredadas de generación en generación

La cocina tradicional constituye un elemento de la identidad, cohesión social y distinción cultural. De acuerdo con la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, la gastronomía tradicional infunde “un sentimiento de identidad y continuidad, reconocido por las comunidades, tipología que se lo transmiten de generación en generación y lo recrean en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia (López F. , 2016)

Dentro de la cocina tradicional encontramos diferencias muy marcadas que varían en función a la posesión adquirida. Por ende, se considera lo expuesto por Pazos (2010) donde determina que la cocina tradicional presenta particularidades, entre ellas la combinación de alimentos propios de un lugar, y a través de ellos se genera una inmensa y extensa gastronomía, adquiriendo un estilo regional lo cual será imprescindible para el desarrollo del proyecto.

#### **2.1.6.1. Diferencia cocina tradicional y cocina típica**

Según Álvarez (2002) durante el II Congreso Internacional Cultura y Desarrollo, conferencia dictada en la sesión de Patrimonio, expuso ciertas diferencias entre cocina tradicional y cocina típica, las cuales se muestran la siguiente tabla:

**Tabla 2***Diferencia entre cocina tradicional y cocina típica*

<b>Cocina tradicional</b>	<b>Cocina típica</b>
Saberes y prácticas alimentarias y culinarias	Propio de una localidad
Parte de la herencia e identidad cultural	Innovación de la cocina tradicional
Encierra costumbres y rituales	De tipo sencilla
Reconocida forma de preparación	Aprovechamiento con los productos del entorno
Transmitidas de generación en generación	Propia de ancestros

*Nota.* Tomado de Álvarez (2002).

La tipología de la cocina tradicional y típica se debe a la gran intervención de saberes y practicas culinarias, existen particularidades que la diferencian, entre la que prevalece es la cocina tradicional porque es diversa y está presente al ser una herencia, sin embargo, la cocina típica es propia de la localidad bajo puntos estratégico debido a que se su elaboración integra productos agrícolas de la zona. Estas diferencias son de gran importancia para el desarrollo del proyecto ya que existen innumerables platos que ofertan los dos cantones a estudiar.

#### **2.1.6.2. Antecedentes de la cocina tradicional ecuatoriana**

La gastronomía ecuatoriana se ha visto enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas, así como la variedad de especias y productos que existen en el país; además, la herencia tanto indígena como europea ha aumentado un sincretismo que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales (Ministerio de Turismo, 2016).

De hecho, el autor Pazos (2010) sostiene que el antecedente de la cocina tradicional ecuatoriana se debe a la presencia de los habitantes nativos y los conquistadores, categorizándola como época prehispánica y colonial.

- **Época prehispánica**

Las civilizaciones nativas fueron influenciadas por las tribus Incas al introducir productos de diferentes lugares, acompañados de artefactos para poderse alimentar y sobrevivir a los grandes viajes que realizaban recorriendo de norte a sur del continente, así pues, lograron técnicas culinarias. Actualmente los indicios gastronómicos describen sopas sencillas elaboradas con carne de oveja, acompañada de otros productos especialmente vegetales que en lenguaje contemporáneo se llama guarnición y la innovación fue creciendo, en definitiva, era por las jerarquías sociales presentes.

- **Época colonial**

La gran conquista registrada en la historia tras la presencia de los españoles, trajo consigo la denominada nueva cocina llamada española, que se divide en tres categorías:

Comida para reyes

- Morcillas blancas
- Mondongo
- Lenguas de animales
- Sesos

Comida para burgueses

- Menestras
- Cocidos

- Carne de cerdo y vaca

Comida para el pueblo

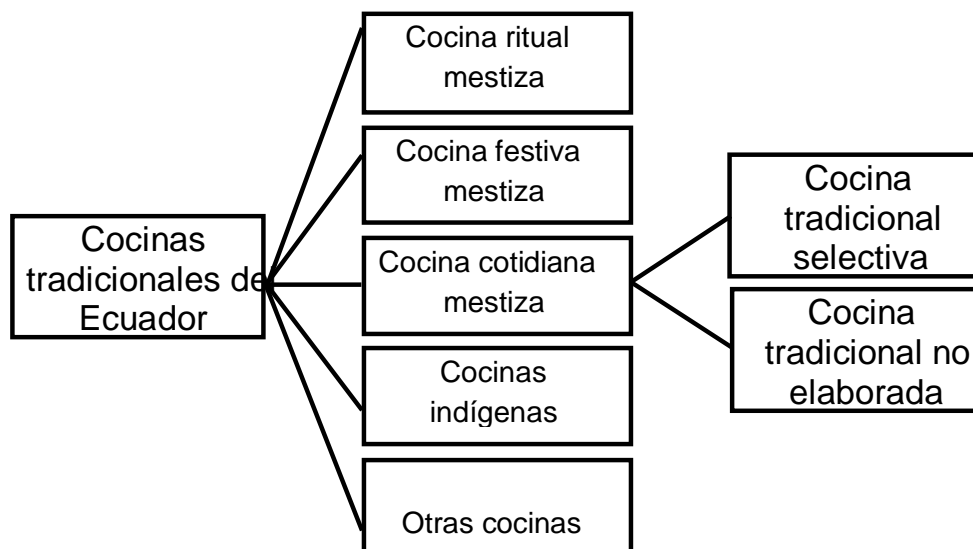
- Pan
- Fécula de harinas

Las épocas son eminentes con cada una de las transiciones e influencias, la alimentación presenta diferenciaciones en función de la jerarquía social y estructural, hoy en día según el autor se mantiene la tipología de comida para burgueses debido a que esta se distribuye en sopa, plato fuerte y postre. El gran imperio español ha tecnificado la comida local realizada por civilizaciones Incas y la fusión culinaria tiene el resultado de una cocina criolla.

### 2.1.6.3. Clasificación de la cocina tradicional *ecuatoriana*

**Figura 2**

*Clasificación de la Cocina Tradicional en el Ecuador*



*Nota.* Tomado de Pazos (2010).

Para Pazos (2010) los orígenes de la cocina tradicional del Ecuador se remontan al período ancestral, enfatizando que fue un fenómeno que surgió a lo

largo de la historia, sin embargo, en algunos ámbitos, como en la gastronomía profesional, esta tendencia se ha unificado con otras corrientes, por consiguiente, se expone la siguiente clasificación:

- **Cocina ritual mestiza**

Muchos platos barrocos pertenecen al calendario ritual o se realizan con el propósito de acompañar actividades religiosas, por lo que estos alimentos pueden ser catalogados como cocina ritual mestiza.

A continuación, se presentarán los rasgos principales de este tipo de comida:

- Está enmarcada en una fecha determinada
- Se rige por una actividad religiosa relacionada al calendario ritual católico
- Estilo barroco
- Ingredientes tanto en alimentos, como en especias
- Los sabores: sal-dulce, picante con dulce
- Decoraciones en porciones grandes
- Carga simbólica de alimento sagrado

El autor manifiesta que la cocina ritual mestiza posee rasgos de la cocina barroca, tal es el caso de la utilización de productos y especias, que son costumbres arraigadas en los platos rituales de la actualidad.

- **Cocina festiva mestiza**

Las recetas que pertenecen a la cocina festiva poseen una doble característica en cuanto a su consumo:

- En ocasiones especiales
- En fechas religiosas (Semana Santa, Cuaresma, Navidad, entre otros)

Actividades festivas:

- Carnaval
- Bautizos
- Primeras comuniones
- Matrimonios
- Eventos especiales
- Son consumidas en la cotidianidad

Este tipo de comida no entra en la categoría de alimento sagrado, ni tampoco representa objetos religiosos, como sucede en la cocina ritual cuando se habló sobre la forma de los pristiños. De igual manera, la comida festiva no se enmarca solamente en un estilo barroco; por ejemplo, la preparación de la chicha de jora o cerveza ácida del país.

- **Cocina festiva en mercados populares**

Hace alusión a las festividades gastronómicas, es decir, las fiestas organizadas por las comunidades locales, cuyo protagonismo es el arte culinario, mismo que es expresado en mercados populares, lugar lleno de sabores de gran riqueza cultural.

- **Comida cotidiana mestiza**

La comida cotidiana incluye alimentos que se consumen a diario. Sus características son las siguientes:

- Se realiza con productos que por lo general hay durante todo el año,



- No se rige por el calendario ritual cristiano
- Parte de un menú
- No entra en la categoría de los alimentos sagrados

El autor define a la cocina mestiza como una comida con marcadas características sincréticas que usa de técnicas y artefactos, principalmente entre la cocina española e indígena, integra productos como el comino, por ende, tiende a modificarse añadiendo nuevos ingredientes dentro de las recetas tradicionales. Para terminar, la comida cotidiana, se divide en dos grandes grupos:

- **Comida tradicional selectiva**

Este tipo de alimento posee recetas más complejas, pero siguen perteneciendo a la cocina cotidiana. Estos platos se preparan en casas particulares, conventos, mercados populares y restaurantes.

- Su preparación toma tiempo
- Conlleva muchos procedimientos
- Técnicas de marinado, asoleado, y de cortes

- **Comida tradicional selectiva en mercados populares**

La comida selectiva es consumida en la cotidianidad, tanto en el hogar, como en mercados populares y en restaurantes, no se encuentra relacionada con la religiosidad cristiana, no es parte de la categoría de alimento sagrado, ni asociados a objetos religiosos; esta tipología de cocina está influenciada por la cocina prehispánica, los productos alimenticios se los encuentra en todo tiempo.

- **Comida tradicional no elaborada**

La cocina tradicional no elaborada son alimentos que se componen de recetas no complejas, pero no por ello de menor calidad que las de la comida tradicional selectiva, las recetas que se realizan en menor tiempo y con pocos procedimientos.

- **Cocina indígena**

Asociados a la alimentación y práctica culinaria de los pueblos indígenas, las preparaciones lo realizan con especies nativas; el recetario encierra costumbres y tradiciones de los ancestros, así convirtiéndola en cocina típica a base de platos típicos de origen animal y vegetal.

Esta tipología de cocina encierra dos acontecimientos importantes, la presencia de nuevas culturas y nuevos productos, mismos que al fusionar con las costumbres y tradiciones autóctonas dan paso a la diversificación de cocinas, sintetizando que existen otras de índole ritual, festiva, cotidiana, selectiva y elaborada, cada uno presentada con innovaciones constantes.

#### **2.1.6.4. Preparación de alimentos tradicionales**

Para Meléndez (2004), en su artículo La Cocina Tradicional Regional como un Elemento de Identidad y Desarrollo Local, manifiesta que la asistencia alimenticia tradicional inherente de una localidad adjudica al estilo de vida que proporciona la población, donde se debe considera los factores como:

- Agricultura y ganadería
- Dieta
- Procedimiento o elaboración

En su gran mayoría las diferentes culturas elaboran su dieta a base de la

mezcla de ingredientes propios del entorno, e introducidos, llevándolos a la técnica de adobar y marinar los alimentos, seguido del uso de utensilios entre los que predomina la forma de moles con piedra.

#### 2.1.6.5. Artefactos y técnicas culinarias tradicionales

El autor Salas (2015) considera que las técnicas culinarias básicas o remotas se deben al propósito de procesar los alimentos de un estado al otro, comúnmente se lo conoce como ciclo de transformación, donde los cambios físicos con visibles.

Las culturas ancestrales han elaborado de forma empírica y por iniciativa propia las técnicas culinarias, ellos requerían cocción del alimento crudo, por ello usaron artefactos y técnicas, las cuales se muestran a continuación:

**Tabla 3**

*Artefactos y técnicas culinarias*

<b>Artefactos</b>	<b>Técnicas</b>
Piedra de moler	Emulsión (mezcla):
Cucharas de madera y metal	Amasar
Ollas y platos de barro	Majar
	Batir
	Triturar
	Marinar
	Espesa

*Nota.* Tomado de Salas (2015)

Se puede comprender de mejor manera los términos relacionados con las elaboraciones culinarias tradicionales, debido a la identificación de utensilio y técnicas que comúnmente lo usaban para satisfacer sus necesidades, de acuerdo con los instrumentos de uso cada una de las fases del proceso de preparación se

observa el avance y la calidad de producción, resultado de la aplicación de técnicas.

Para la presente investigación se tomará como referencia el trabajo realizado por Pazos (2010) donde muestra antecedentes, rasgos fundamentales y la clasificación de la cocina tradicional ecuatoriana, la cual tiene mayor similitud con la comida selectiva que se enfoca a los platos preparados en las plazas y mercados de los cantones de Pujilí y Saquisilí.

## **Capítulo III**

### **3. Diagnóstico situacional**

El presente capítulo abordará el desarrollo del diagnóstico situacional como línea base del área de intervención, para lograr el impulso del turismo gastronómico de los cantones Pujilí y Saquisilí, para ello se usa la metodología del Diagnóstico Turístico Local de Carla Ricaurte (2009) la misma que ayuda al levantamiento de información, por ende, al análisis del área de estudio. Por medio de una descripción de la delimitación geográfica, características geográficas, las principales actividades económicas de los cantones de Pujilí y Saquisilí, además de los atractivos naturales y culturales de los cantones, y catastro de estos, con el fin de contextualizar el campo de estudio.

#### **3.1. Delimitación geográfica de los cantones Pujilí y Saquisilí**

Los cantones Pujilí y Saquisilí, pertenecen a la división política administrativa de la provincia de Cotopaxi. Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural del Cantón Pujilí GAD (2021), sus límites territoriales son:

- Al norte: Saquisilí, Sigchos y Latacunga
- Al sur: Pangua, Guaranda y Ambato
- Al este: Salcedo y Latacunga
- Al oeste: Pangua y La Maná

**Figura 3***Mapa geográfico del cantón Pujilí*

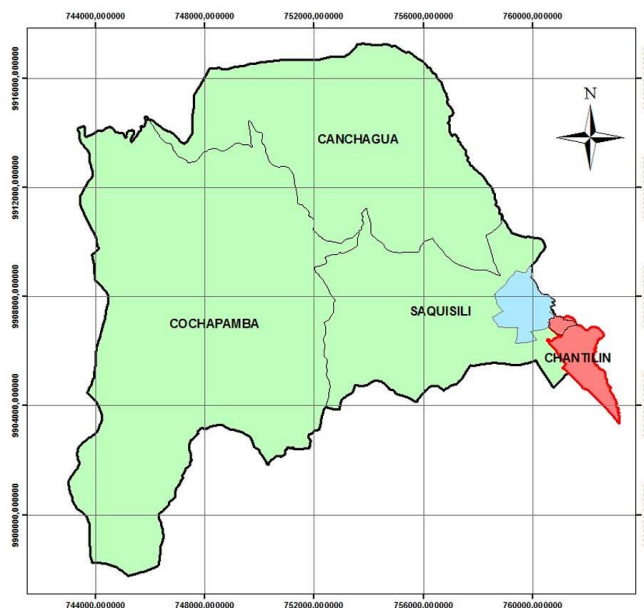
Nota. Tomado del GAD Pujilí (2021).

Por consiguiente, el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDyOT (2019) determina los límites cantonales de Saquisilí, de la siguiente forma:

- Al norte: Latacunga
- Al sur: Latacunga
- Al este: Latacunga
- Al oeste: Cantones Pujilí y Sigchos

**Figura 4**

*Mapa geográfico del cantón Saquisilí*



*Nota.* Tomado del PDyOT Saquisilí (2016).

### 3.2. División política territorial de los cantones Pujilí y Saquisilí

Los cantones Pujilí y Saquisilí políticamente se encuentran divididos en parroquias urbanas y rurales. El GAD de Pujilí (2021) señala que el cantón cuenta con siete parroquias, mientras que el PDyOT de Saquisilí (2019) afirma que el cantón está conformado por cuatro parroquias que a continuación, se enlistan:

**Tabla 4**

*Parroquias del cantón Pujilí y Saquisilí*

N°	PARROQUIAS DE PUJILÍ	N°	PARROQUIAS DE SAQUISILÍ
1	Pujilí	1	Saquisilí
2	La Victoria	2	Canchagua
3	Guangaje	3	Chantillín

N°	PARROQUIAS DE PUJILÍ	N°	PARROQUIAS DE SAQUISILÍ
4	Zumbahua	4	Cochapamba
5	Angamarca		
6	Pilaló		
7	El Tingo La Esperanza		

*Nota.* Tomado del GAD Pujilí (2021) & PDyOT Saquisilí (2016).

**Tabla 5**

*Distribución de plazas y mercados*

<b>Plazas y mercados del cantón Pujilí</b>	
Tingo	Plaza central
Pilaló	Plaza Andes de Pilaló
Zumbahua	Mercado Libre de Zumbagua
Angamarca	Plaza Danzopamba
Guangaje	Plaza Guangaje Centro (inhabilitado)
La Victoria	Plaza Sucre Plaza Luis Felipe Chávez
Pujilí	Mercado Augusto Lema Enríquez Mercado Rosalino Ruiz
<b>Plazas y mercados del cantón Saquisilí</b>	
Saquisilí	Plaza Kennedy Plaza 18 de octubre Plaza Juan Montalvo Plaza Vicente Rocafuerte Plaza Gran Colombia Plaza Textil Plaza de los animales

### **3.3. Características geográficas de los cantones Pujilí y Saquisilí**

La descripción geográfica de los cantones hace referencia a la extensión territorial expresada en hectáreas, a través de este indicador se identifica las



separaciones territoriales de una zona a otra, los cuales son extraídos del portal MapNall (2021), de forma que se exponen los siguientes datos de las áreas de intervención.

- Pujilí con 130.8 hectáreas
- Saquisilí con 20.549,28 hectáreas

### 3.3.1. Flora de los cantones Pujilí y Saquisilí

Álvarez (2002) señala que, “flora es la cantidad de espécimen o especies de plantas pertenecientes a un espacio determinado”. La cobertura vegetal de los cantones se basa en la vegetación que predomina en el entorno, sin duda se ha visto amenazado por el avance de la frontera agraria, entre los que prevalecen están:

**Tabla 6**

*Flora*

VEGETACIÓN DE PUJILÍ		VEGETACIÓN DE SAQUISILÍ	
Nombre común	Nombre científico	Nombre común	Nombre científico
Romerillo	<i>Bidens pilosa</i>	Penco	<i>Agave americana</i>
Mortiño	<i>Vaccinium meridionale</i>	Chilca	<i>Baccharis latifolia</i>
Malva	<i>Malva sylvestris</i>	Sigse	<i>Cortaderia nítida</i>
Aliso	<i>Alnus glutinosa</i>	Capulí	<i>Prunusserotina</i>
Helecho	<i>Tracheophyta</i>	Kikuyo	<i>Penisetum clandestinum</i>
Chilca	<i>Baccharis salicifolia</i>	Iguilín	<i>Monnina crassifolia</i>
Floripondio	<i>Brugmansia arbórea</i>	Eucalipto	<i>Eucalyptus globules</i>
Achupalla	<i>Puya hamata</i>	Pino	<i>Pinus radiata</i>

### 3.3.2. Fauna de los cantones Pujilí y Saquisilí

El Instituto Tecnológico de Sonora ITSON (2013), indica que fauna es el segmento o conjunto de especies animales, mismas que se dedican a poblar un espacio, y ésta es parte de la cadena trófica. La fauna es la terminología que hace relación a las especies de animales que interactúan con otros debido al espacio vegetal que comparten, por ende, se los menciona a continuación:

**Tabla 7**

*Fauna*

ESPECIES DE PUJILÍ		ESPECIES DE SAQUISILÍ	
Nombre común	Nombre científico	Nombre común	Nombre científico
<b>MAMÍFEROS</b>		<b>MAMÍFEROS</b>	
Guanta	Cuniculus paca	Raposa	Didelphis marsupialis
Zorro	Vulpes vulpes	Chucuri	Mustela frenata
Venado	Cervidae	Conejo	Oryctolagus cuniculus
Puma	Puma concolor	Zorro	Vulpes vulpes
Conejo	Oryctolagus cuniculus	Venado	Cervidae
Gato de monte	Felis silvestris		
Cachicambo	Dasypus novemcinctus		
Lobo	Canis lupus		
Raposa	Didelphis marsupialis		

AVES		AVES	
Pato	Anas platyrhynchos domesticus	Torcaza	Columba fasciata
Guarros	Caracara plancus	Mirlo	Turdus fuscater
Mirlo	Turdus fuscater	Gorrión	Passer domesticus
Gorrión	Passer domesticus	Colibrí	Trochilidae
Águila	Aquila chrysaetos		
Gavilán	Accipiter nisus		
ANFIBIOS Y REPTILES		ANFIBIOS Y REPTILES	
Sapo común	Eleutherodactylus unistrigatus	Sapo común	Eleutherodactylus unistrigatus
Serpiente	Crotalus	Lagartija	Alonis gemmosus
Lagartija	Alonis gemmosus		

#### 3.4. Demografía de los cantones Pujilí y Saquisilí

Según los datos estadísticos emitidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2010) basados en el último censo, la población del cantón Pujilí es de 69 055 habitantes. De acuerdo con los datos proyectados por el INEC para el año 2015, hay una población aproximada en el Cantón de Saquisilí de 28 839 habitantes.

A partir del número de habitantes de los dos cantones se realiza el cálculo de sumatoria demográfica obteniendo 98 894 habitantes en total. Por ende, se estima que el presente estudio tomará el número de población total expuesto para posteriores análisis.

#### 3.5. Principales actividades económicas de los cantones Pujilí y Saquisilí

### **3.5.1. Sectores de producción**

Las actividades económicas son los sectores de producción donde las zonas tradicionalmente son aprovechadas para el desarrollo del espacio por medio de la diversificación de actividades. Para Valencia (2016), es un proceso en el que se genera o distribuye un producto o un servicio. A continuación, se expone los distintos sectores de producción con su respectiva conceptualización y componentes.

#### **Sector primario**

Denominado sector extractivo, es aquel sector de producción de materia prima siendo parte de ellos los alimentos básicos, a continuación, las actividades asociadas a la economía.

- Agricultura
- Minería
- Silvicultura
- Pastoreo
- Pesca
- Explotación petrolera

#### **Sector secundario**

Este sector se dedica a la transformación de la materia prima del sector primario, es decir que sea procesados y terminados convirtiéndose en productos elaborados o terminados, por consiguiente, algunos ejemplos asociados a la manufactura.

- Industria eléctrica
- Industria automotriz
- Industria química
- Industria de energía

- Industria metalúrgica
- Industria de construcción
- Industria textil y confección
- Industria de vidrio
- Industria de bienes de consumo
- Producción y procesamiento de alimentos
- Producción artesanal

### **Sector terciario**

Oferta de bienes y servicios para los demandantes como consumidores y empresas. La venta de bienes del sector secundario cuyos componentes son tangibles y aquellos servicios de carácter intangible, el campo del servicio engloba las siguientes áreas.

- Servicio de tecnología de información
- Comercio minorista y mayorista
- Servicios turísticos
- Medios de comunicación
- Transporte
- Servicios administrativos
- Atención médica
- Servicios postales

### **Tabla 8**

*Sectores de producción de los cantones Pujilí y Saquisilí*

CANTÓN	SECTOR DE PRODUCCIÓN	CARACTERÍSTICAS
Pujilí	Primario: agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principales cultivos: cebolla blanca, alcachofas, arroz, cebada, choclo, fréjol, haba, maíz, papa, yuca, banano, cacao, caña de azúcar, naranja, plátano, yuca, naranjilla, arveja, tomate de árbol.</li> <li>- Comercialización de animales: bovino, ovino, camélidos.</li> <li>- Producción de flores</li> <li>- Pesca</li> </ul>
	Secundario: industria y manufactura	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artesanías</li> <li>- Industria</li> <li>- Construcción</li> <li>- Mecánica</li> <li>- Explotación de minas y canteras</li> </ul>
Terciario: servicios y comercios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado</li> <li>- Actividades de alojamiento y de servicio de comidas</li> <li>- Información y comunicación</li> <li>- Actividades financieras y de seguros</li> <li>- Actividades profesionales, científicas y técnicas</li> <li>- Transporte y almacenamiento</li> </ul>	

CANTÓN	SECTOR DE PRODUCCIÓN	CARACTERÍSTICAS
Saquisilí	Primario: agricultura, ganadería y silvicultura	- Principales cultivos: brócoli, zanahoria, cebada, tomate riñón, choclo, fréjol, papa, melloco, haba y lenteja. - Comercialización de animales: bovino, ovino, camélidos.
	Secundario: industria y manufactura	- Industrias manufactureras - Construcción - Comercio textil - Reparación de vehículos automotores y motocicletas
	Terciario: servicios y comercios	- Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado - Actividades de alojamiento y de servicio de comidas - Actividades financieras y de seguros - Actividades profesionales, científicas y técnicas - Transporte y almacenamiento

*Nota.* Tomado del GAD Pujilí (2021) & PDyOT Saquisilí (2016)

El sector primario, secundario y terciario son denominados sectores de producción basados en la economía compuestos por bienes y servicios, en donde la población participa dentro de estos segmentos con su mano de obra por medio de la extracción de materia prima, transformación de productos a bienes o el servicio como factores claves para el progreso.

El GAD Pujilí (2021), indica que el 55% de la producción agrícola del cantón Pujilí corresponde al sector primario basado en agricultura, entre los principales cultivos se encuentra la papa, brócoli, alcachofa, y flores que son exportadas. A su vez, el PDyOT Saquisilí (2019) menciona que la población del cantón Saquisilí se dedica a la actividad primaria basada en la agricultura, ganadería y silvicultura quienes representan el 52.08% de la Población Económicamente Activa PEA.

### **3.5.2. Infraestructura de apoyo a la producción**

La estructura productiva se refiere al apoyo que se les otorga a las personas que se dedican a los diferentes sectores productivos para lograr una expansión comercial y crear espacios organizados para la diversificación económica. Las autoridades competentes han definido que el flujo de comercialización de múltiples productos y servicios se evidencia en las plazas y mercados que poseen los cantones El cantón Pujilí cuenta con cuatro plazas y mercados respectivamente, por otra parte, el cantón Saquisilí cuenta con siete plazas y mercados, a más del camal Municipal que se lo ha considerado pertinente mencionar, se detallan de la siguiente forma:

**Tabla 9**

*Plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí*

<b>PLAZAS Y MERCADOS DE PUJILÍ</b>	
<b>Nombre</b>	<b>Descripción</b>
Plaza Sucre	Los comerciantes de la plaza acuden los días, miércoles y domingo a la feria donde se expande los productos de primera necesidad, además de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abarrotes</li> <li>• Cárnicos</li> <li>• Mariscos</li> <li>• Frutas y legumbres</li> <li>• Comida típica</li> </ul>



<b>Nombre</b>	<b>Descripción</b>
Mercado Augusto Lema Enríquez	El mercado está compuesto de grupos específicos que se dedican a la oferta y demanda de productos los días, miércoles y domingos, en particular está la comercialización de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calzado</li> <li>• Vestuario</li> </ul>
Mercado Rosalino Ruíz	Mercado abierto a la población, donde los propietarios y comerciantes ofertan: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frutas y legumbres</li> <li>• Vestuario</li> <li>• Alimentos</li> </ul>
Plaza Luis Felipe Chávez	La referencia del mercado son los ochenta participantes que la conforman, mismos que se dedican al comercio de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zapatos</li> <li>• Ropa</li> </ul>
Mercado Libre de Zumbagua	El mercado es abierto a la población, donde se expenden: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vestuario</li> <li>• Alimentos</li> <li>• Legumbres</li> <li>• Comida típica</li> </ul>

#### **PLAZAS Y MERCADOS DE SAQUISILÍ**

<b>Nombre</b>	<b>Descripción</b>
Plaza Kennedy	La población la conoce como “La plaza de los granos”, ya que expende: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de primera necesidad</li> <li>• Comida típica</li> <li>• Frutas y verduras</li> <li>• Ropa</li> <li>• Calzado</li> </ul>

<b>Nombre</b>	<b>Descripción</b>
Plaza Vicente Roca fuerte	<p>Conocida como “La plaza de las gallinas”, entre los animales que se comercializan están:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuyes</li> <li>• Conejos</li> <li>• Gallinas</li> <li>• Patos</li> <li>• Plomas</li> <li>• Macotas: perros y gatos</li> </ul>
Plaza 18 de Octubre	<p>Es “La plaza de los Artesanos” ya que se ofertan artesanías en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tejido</li> <li>• Cesterías de totora</li> <li>• Madera / barro</li> <li>• Esculturas</li> <li>• Pinturas</li> </ul>
Plaza Gran Colombia	<p>Popularmente la población lo conoce como “Plaza de papas”, las especies de papas que se comercializan son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chola</li> <li>• Chaucha</li> <li>• Leona blanca</li> <li>• Mariscos</li> <li>• Cárnicos</li> <li>• Platos típicos</li> </ul>
Plaza Juan Bautista	<p>Conocido como “La plaza de ropa”, puesto que en este lugar se ubica el Centro Comercial del cantón Saquisilí, donde se expende variedad en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa</li> <li>• Zapatos</li> <li>• Sombreros</li> <li>• Bisutería</li> <li>• Cachinera</li> </ul>

Nombre	Descripción
Plazoleta Juan Montalvo	Denominada como “Plazoleta de zapatos” ya que el producto que se oferta todo tipo de calzado, además de arreglos de prendas de vestir.
Plaza de Rastro	Plaza dedicada a la comercialización de animales domésticos de raza grande como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcino</li> <li>• Ovino</li> <li>• Bovino</li> <li>• Equinos y de carga</li> </ul>
Camal Municipal	Lugar dedicado al faenamiento de animales bajo procesos de salubridad, con el fin de obtener el cárnico de consumo que se ofertan en el mismo sitio.


*Nota.* Tomado del PDyOT Saquisilí (2019) y elaboración propia.

### 3.6. Atractivos naturales y culturales de los cantones Pujilí y Saquisilí

Los cantones cuentan con importantes atracciones turísticas de carácter natural y cultural que en los últimos años han sido aprovechados de forma que se fortalezca la actividad turística y así promover el desarrollo local, entre ellas se mencionan los más representativos:

**Tabla 10**

*Atracciones del cantón Pujilí y Saquisilí*

CANTÓN PUJILÍ		
ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Santuario del Niño de Isinche	Es una manifestación de religiosidad muy visitada, especialmente en las festividades de navidad y año nuevo, la edificación antiguamente fue un obraje de la Congregación de los Jesuitas.	

ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Iglesia Matriz de Pujilí	El templo contiene un amplio atrio con cubierta rectilínea que forma una nave longitudinal, cuyos lados se alzan dos torres que sobresalen por encima del conjunto de la iglesia.	
Palacio Municipal	Fue construido en el año 1899 e inaugurado en 1901, con tejas impermeabilizada, campanas y clásico reloj; lugar donde serializan festividades como matrimonios, bautizos, entierros y ceremonias religiosas.	
Artesanías la Victoria	La alfarería es parte de las actividades económicas del cantón Pujilí debido a que usan el barro para la variación de artesanías, moderadas con diferentes figuras.	
Corpus Cristi	Es una celebración religiosa fusionada, cuyos valores culturales, ancestrales y folclóricos la han convertido en Patrimonio Cultural Intangible de la Nación. La festividad consta de nueve días de celebración por las calles de Pujilí cada tercera semana del mes de junio. El personaje baila acompañado de niños y jóvenes de instituciones educativas.	
Pintura de Tigua	Cuadros pintados en piel de oveja, representa la temática de sueños, cosecha, festividades, historias ancestrales y las costumbres. El arte de Tigua se caracteriza por pintar en el tambor, madera tallada a mano y muchas artesanías más.	



---

Monumento del  
Danzante de  
Pujilí

El danzante es un cacique de la comarca, quienes rendían culto a los dioses en agradecimiento a la cosecha y la productividad. Personaje principal de la fiesta tradicional de Pujilí, representa la figura del cóndor de los Andes, distinguido por tener una atractiva corona con plumas y una amplia cola que llega hasta los talones del bailarín, viste un traje multicolor lleno de encajes, bordados, monedas antiguas y sobre sus hombros lleva espejos, pedrería y plumas, que simbolizan el poderío de las aves andinas. El danzante lleva en la mano derecha un alfanje o arma, elaborado en alambre, con adornos de aves; en la mano izquierda, una paloma que simboliza al Espíritu Santo y que es liberada durante el trayecto del baile, a la salida de la iglesia.



---

ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Laguna de Quilotoa	<p>La Laguna del Quilotoa es de origen volcánico, dentro de su cráter se ha formado una caldera con un diámetro de casi 9 km. Este es el producto del colapso del volcán, el flujo volcánico logró alcanzar el Océano Pacífico. En la caldera de 250 m de profundidad, los minerales le han conferido a la superficie un tono verdoso y azulado cuando recibe el impacto de la luz solar.</p> <p>Conocido como la última morada del Inca Atahualpa, por lo que esta fue la última ruta sagrada de los incas. Su nombre proviene de dos vocablos quichuas “quiru” que quiere decir diente y “toa” que significa princesa o reina. En conjunto significa "diente de princesa". Posee un ecosistema de páramo andino, por lo que la vegetación circundante está compuesta principalmente de pajonales, matorrales y árboles bajos.</p>	
Cañón de Toachi	<p>El Cañón del río Toachi se formó por la emisión de flujos piroclásticos, fragmentos líticos, arena, bombas y piedra pómez del volcán Quilotoa. Es un gran accidente geográfico a manera de una quebrada que atraviesa en parte la reserva y es visible desde un mirador natural. Es un sitio con un bello paisaje en cuyo interior profundo corre el río Toachi, principal eje hidrográfico de la Zona.</p>	






---

**CANTÓN SAQUISILÍ**


---

<b>ATRACTIVO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>IMAGEN</b>
Comparsas San Juanitos y tejedores	Comparsas representativas del cantón, caracterizados por su desfile con disfraces auténticos y elegantes, la danza se desarrolla con cintas y en el medio un cántaro de chicha acompañado de música folklórica.	
Danzantes de Saquisilí	Fiesta incaica para adorar al dios sol, se practica bailes por la siembra y la cosecha, danzan con bombo, silbido de las hojas de capulí, churos, pingullo de carrizo, hueso e instrumentos de barro.	
Fiestas de la Virgen del Quinche de Saquisilí	Celebrada entre los días del mes de enero y febrero, procesión con la virgen del Quinche acompañada de coloridas comparsas.	
Fiestas de semana Santa	Fiesta de gran reverencia por la muerte y resurrección de Jesús, para la población católica conocida como semana santa donde se elabora la conocida fanesca.	
Fiesta en honor a San Juan Bautista patrono de Saquisilí	Se celebra la fecha del 24 de junio de cada año, donde se rinde homenaje a San Juan Bautista por ser quién protege a los saquisilenses.	

---

ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Miradores naturales del Guingopana	Ubicado en la comunidad de Yanahurco en los páramos andinos, atractivo de formación natural rocosa se debe a la erosión por el viento y las fuertes lluvias.	
Laguna de Tiloncocha	Se localizada en la Parroquia Cochapamba, entre las comunidades de Llamahuasi, la temperatura es de 4°C, sus vías de acceso son de primer y tercer orden, su formación de agua es de origen natural donde se puede observar patos silvestres, gallaretas, tórtolas entre otras aves que en sus estaciones migran y descansan en la laguna.	
Cascada Candela Fazo	Ubicada geográficamente en la Comunidad de Jatun, su altura es de 3.721 msnm con una caída de 300 metros, tiene una temperatura de 7°C, el cañón de la cascada atraviesa el río Pucayacu.	
Ríos Pumacunchi y Pucayacu	La unión de estos dos ríos se da en los ecosistemas de los páramos del cantón Saquisilí, su intersección lo ha convertido en un majestuoso atractivo natural.	
Cerro ceremonial de Calquín	Pertenece a la Parroquia de Cochapamba, su altitud es de 3.911 msnm, su temperatura oscila entre 5°C y 7°C.	



ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Fuentes de agua mineral	Ubicadas en el Barrio San Francisco, en la parroquia Chantilín, las fuentes naturales denominadas como vertientes de agua mineral son aptas para el consumo humano.	
Pantanales y acequias,	Ecosistema donde se puede realizar avistamiento de flora y fauna como son las aves silvestres como patos, gaviotas y garzas.	
Áreas verdes y de recreación	Son zonas destinadas al ocio y recreación, entre ellos se encuentra el Parque Ecológico, Parque de la Concordia y Complejo Turístico Carlosama.	

### 3.7. Catastro de atractivos naturales y culturales de los cantones Pujilí y Saquisilí

Según La Secretaría Técnica de Gestión Inmobiliaria del Sector Público (2021) el catastro es el registro de los bienes muebles e inmuebles de propiedad del sector público y privado, en el caso del sector turístico se encuentran los atractivos naturales y culturales representadas en una ficha diseñada por instituciones competentes, cumpliendo con el propósito de inventariar los atractivos conforme a la descripción del mismo basado en componentes tales como ubicación geográfica, nombre del atractivo, categoría, tipo, subtipo, jerarquía, administración, latitud y longitud.

Según el Ministerio de Turismo (2017), la Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, señala que la clasificación tanto de sitios naturales y manifestaciones culturales agrupa tipos y subtipos siendo estas:

**Tabla 11**

*Clasificación de sitios naturales y manifestaciones culturales*

<b>Sitios naturales</b>	<b>Manifestaciones culturales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Montañas</li> <li>• Planicies</li> <li>• Desiertos</li> <li>• Ambientes lacustres</li> <li>• Ríos</li> <li>• Bosques</li> <li>• Aguas subterráneas</li> <li>• Fenómenos espeleológicos</li> <li>• Fenómenos geológicos</li> <li>• Costas o Litorales</li> <li>• Ambientes marinos y tierras insulares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arquitectura</li> <li>• Folklore</li> <li>• Realizaciones técnicas y científicas</li> <li>• Acontecimientos programados.</li> </ul>

*Nota.* Tomado del ministerio de turismo (2017).

Por consiguiente, se da a conocer las especificaciones referenciales de:

**Tabla 12***Categoría, tipo y subtipo*

<b>Categoría</b>	Detalla los atributos que tiene un elemento y a la vez cumple con el objetivo de motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.
<b>Tipo</b>	Elementos de características similares en una categoría
<b>Subtipo</b>	Elementos que caracterizan los tipos

*Nota.* Tomado del Ministerio de turismo (2017).

Dentro de los atractivos turísticos tras una valoración sistemática se amerita criterios para su ponderación por la que, el MINTUR (2017), determina que la valoración es de I a IV, a continuación, se detallan cada uno de ellos.

**Tabla 13***Jerarquía para sitios naturales y manifestaciones culturales*

<b>Jerarquía</b>	<b>Descripción</b>
IV	- Atractivo excepcional
	- Alta significación para el mercado turístico internacional
	- Motiva por sí solo a una importante corriente de visitantes
III	- Atractivo con rasgos excepcionales
	- Motiva por sí solo o en conjunto con otros atractivos
	- Corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros
II	- Atractivo con algún rasgo llamativo
	- Interés a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones

<b>Jerarquía</b>	<b>Descripción</b>
	- Elemento natural o cultural
Recurso	- Motivar el desplazamiento
	- No se encuentran en la dinámica turística
	- No cuenta con infraestructura de apoyo.

*Nota.* Tomado del Ministerio de turismo (2017).

A continuación, se describe la ficha de atractivos naturales y culturales correspondiente a los cantones de intervención de intervención.

Tabla 14

## Inventario de atractivos del cantón Pujilí

PROVINCIA	CANTÓN	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA	PÚBLICO	PRIVADO	LATITUD	LONGITUD
Cotopaxi	Pujilí	Artesanías la Victoria	Manifestación Cultural	Etnográfico	Pintura Artesanía	II		X		
Cotopaxi	Pujilí	Danzantes de Pujilí	Manifestación Cultural	Etnográfico	Música Y Danza	II		X	00° 57' 26" S	78° 41' 44" W
Cotopaxi	Pujilí	Laguna de Quilotoa	Sitios Naturales	lacustre	Laguna	II	X			
Cotopaxi	Pujilí	Alfarería La Victoria	Manifestación Cultural	Etnográfica	Artesanía Alfarería	II	X		00° 57' 12" S	78° 41' 40" W
Cotopaxi	Pujilí	Angamarca	Manifestación Cultural	Histórica	Zonas Históricas	II	X		01° 21' 05" S	79° 24' 10" W
Cotopaxi	Pujilí	Angamarca La Vieja	Manifestación Cultural	Histórica	Zonas Arqueológicas	II	X		01° 21' 05" S	79° 24' 10" W
Cotopaxi	Pujilí	Iglesia Matriz de Pujilí	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura Religiosa	II	X		00° 57' 26" S	78° 43' 20" W
Cotopaxi	Pujilí	Pintura y Artesanía Indígena de Tigua	Manifestación Cultural	Etnografía	Tradiciones Populares	II	X		00° 56' 54" S	78° 51' 55" W
Cotopaxi	Pujilí	Santuario del Divino niño Manuelito de Isinche	Manifestación Cultural	Etnográfica	Tradiciones Religiosas	II	X		00° 59' 00" S	78° 43' 20" W
Cotopaxi	Pujilí	Andenes del cultivo Pre – Hispánico	Manifestación Cultural	Históricas	Zona Histórica – comunidad	II	X		00° 57' 47" S	78° 52' 53" W
Cotopaxi	Pujilí	Centro Artesanal Rosal	Manifestación Cultural	Etnográfica	Artesanía Alfarería	II	X		00° 57' 26" S	78° 41' 44" W
Cotopaxi	Pujilí	Centro Integrado Cultural	Manifestación Cultural	Etnográfica	Artesanía Alfarería	II	X		00° 57' 26" S	78° 41' 44" W
Cotopaxi	Pujilí	Palacio Municipal	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectónica	II	X		00° 57' 26" S	78° 41' 44" W
Cotopaxi	Pujilí	Hostería El Capulí	Manifestación Cultural	Hostería	Servicios	II	X		00° 57' 26" S	78° 41' 44" W
Cotopaxi	Pujilí	Zumbahua: Andenes de Cultivos Prehispánicos	Manifestación Cultural	Lugares Históricos	Zonas Lugares Históricos, Conjuntos Parciales	II		X		
Cotopaxi	Pujilí	Santuario del Divino Niño de Isinche	Manifestación Cultural	Lugares Históricos	Tradición Religiosa	II		X		
Cotopaxi	Pujilí	Cañón de Zumbahua	Sitios Naturales	Fenómenos Espeleológicos	Flujos de Lava	II	X		00° 56' 39" S	78° 54' 13" W
Cotopaxi	Pujilí	Cerro de Sinchahuasín	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	X		00° 50' 23" S	78° 40' 03" W
Cotopaxi	Pujilí	Laguna de Quilotoa	Sitios Naturales	Lacustre	Laguna	II	X		00° 52' 00" S	78° 54' 57" W

*Nota.* En la tabla 13 se muestra el inventario de atractivos del cantón Pujilí. Tomado del Ministerio de turismo (2017).

**Tabla 15***Inventario de atractivos del cantón Saquisilí*

PROVINCIA	CANTÓN	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	JERARQUÍA	PUBLICO	PRIVADO	LATITUD	LONGITUD
Cotopaxi	Saquisilí	Artesanía en cestería de la comunidad Upana Sur.	Costumbres	Artesanía	Tejido en Fibras Vegetales (Totoras y carrizo)	II	X		00° 49' 50" S	78° 40' 00" W
Cotopaxi	Saquisilí	Iglesia Matriz de Saquisilí	Costumbres	Iglesia Matriz de Saquisilí	Arquitectura Religiosa	II	X		00° 49' 50" S	78° 40' 00" W
Cotopaxi	Saquisilí	Santuario del Señor del Árbol de Cuicuno	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Religiosa	II	X		00° 48' 01" S	78° 39' 59" W

*Nota.* En la tabla 14 se muestra el inventario de atractivos del cantón Saquisilí. Tomado del Ministerio de turismo (2017).

## Capítulo IV

### 4. Metodología

Para el presente capítulo se aplicó la metodología apropiada bajo los tipos de modalidades, enfoques e instrumentos acompañados de fichas de levantamiento de información, de forma que se logró un eficiente análisis e interpretación de datos y así lograr datos precisos.

#### 4.1. Enfoque de la Investigación

##### 4.1.1. *Enfoque Cualitativo*

Según López y Sandoval (2016) el enfoque cualitativo es la que produce datos descriptivos, con las propias palabras de las personas habladas o escritas y la conducta observable.

El enfoque del proyecto de investigación fue de carácter cualitativo debido a que posee un carácter social que se usó en la recolección de datos sin medición numérica para manifestar o perfeccionar preguntas de investigación durante el proceso de interpretación.

##### 4.1.2. *Enfoque Cuantitativo*

Su sobre nombre es explicativa o realista, se basa en técnicas mucho más estructuradas ya que busca la medición de las variables previamente establecidas, al estudiarlo tiene como finalidad la identificación de aspectos generales o hechos. Sus instrumentos o elementos de recolección de datos que arrojan resultado cuyas particularidades son cuantitativas y a la vez emplea el análisis estadístico como característica resaltante (Herrera, 2017).

Así como un enfoque cuantitativo ya que se obtiene resultados numéricos posteriores a la aplicación de un cuestionario semiestructurado,

arrojando resultados estadísticos al respecto de la cocina tradicional enfocada al turismo gastronómico del cantón Saquisilí.

## **4.2. Modalidad de la Investigación**

### **4.2.1. Documental o Bibliográfica**

La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos como libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códices, constituciones, entre otros (Grajales, 2001).

Debido a que los parámetros sobre la cocina tradicional y su relación al turismo gastronómico se recurrió a la revisión literaria tanto en libros, artículos, revistas y sitios web importantes para la investigación.

También se ha tomado la modalidad de campo la cual se menciona a continuación.

### **4.2.2. De Campo**

Grajales (2001) menciona que esta categorización diferencia entre el lugar donde se desenvuelve la investigación, si los escenarios son los naturales en el terreno de los hechos se denomina una investigación de campo el mismo que está inmerso las observaciones en un barrio, las encuestas a los actores claves de manera *insitu*, el registro de datos afines a las características del entorno, el propósito consiste en estar en el lugar y realizar un levantamiento de información.

El proyecto se realizó *insitu*, mediante los instrumentos de investigación como son las fichas para el levantamiento de información de cada plato tradicional relacionado a la cocina tradicional de las plazas y mercados; el mismo que permitió alcanzar nuevos conocimientos en el campo de la realidad social, como lo es en el cantón Saquisilí, puesto que después de realizar las visitas y aplicar los instrumentos de recolección de datos se pudo diagnosticar las diversas necesidades y problemas.



Ahora también cabe mencionar el tipo de investigación que se tomó para el estudio, se menciona a continuación:

### **4.3. Tipo de investigación**

#### **4.3.1. Descriptiva**

Tomando el concepto de Grajales (2001) la investigación descriptiva, trabaja sobre contextos de hecho y su característica primordial es la de presentar una exegesis correcta. Esta puede añadir los siguientes tipos de estudios: encuestas y casos exploratorios, causales, de desarrollo.

Este tipo de investigación permitió describir la realidad de situaciones, eventos y personas que intervienen en el tema a analizar. Es por ello que se recopiló información de las personas con saberes gastronómicos, población y autoridades determinando las carencias existentes en el cantón en cuanto a la cocina tradicional para buscar alternativas que ayuden al fortalecimiento del turismo gastronómico en Saquisilí.

### **4.4. Población y muestra**

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC (2010) se adjudica población al contiguo de individuos que moran en un territorio específico, siendo así el número de habitantes, total que intervienen en el espacio de estudio. Por otra parte, la muestra es aquella cantidad minoritaria extraída de la población, estadísticamente se refiere al número representativo del conjunto de personas.

Los datos tanto de población y muestra están inmersos en el proyecto, a su vez, se obtuvo información conforme al número de turistas que se registran en cada cantón mensualmente, obteniendo así que en el cantón Pujilí el número total aproximadamente fue de 2400 turistas, seguido del dato correspondiente al cantón Saquisilí que fue de aproximadamente 3000 turistas.

Por ende, se procedió al cálculo para la muestra, iniciando con la sumatoria de ambos datos de turistas, mismos que se dedicaron a realizar viajes turísticos cuyos programas incluyeron la degustación de la cocina tradicional en las diferentes plazas y mercados de los cantones, siendo el número total 5400 turistas, a quienes se les aplicó el cálculo estadístico para extraer la muestra se identificó que el número de turista a los que se aplicó el respectivo cuestionario.

N: Población = 5400

z = 1.96

s = 0.5

e = 0.05

$$n = \frac{N * z^2 * s^2}{e^2(N - 1) + z^2 * s^2}$$

$$n = \frac{5400 * 1.96^2 * 0.5^2}{0.05^2(5400 - 1) + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$n = \frac{5184}{14.46}$$

n = 359 turistas

Siendo n, la nomenclatura de la muestra de donde se obtuvo el resultante de la operación proporcional a 359 turistas, mismos que serán distribuidos equitativamente en los puntos geográficos, en efecto 180 encuestas fueron aplicadas en el cantón Pujilí y el restante con -1, 179 encuestas en el cantón Saquisilí, con la ayuda del programa SPSS ya mencionado; se ingresó los datos de las encuestas de forma ordenada y rápida para así lograr un resultado unificado sujeto a su respectivo análisis e interpretación.

#### **4.5. Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos**

##### **4.5.1. Fuentes de información**

Las fuentes primarias contienen información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual, es decir son documentos primarios: libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones

públicas, entre otros. Las fuentes secundarias contienen información organizada, elaborada, producto de análisis que refiere a documentos primarios originales: enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones (Hernández., Fernández y Baptista, 2010).

También se utilizó fuentes secundarias para obtener información sobre el tema de estudio, se ha revisado tanto tesis previas y libros publicados los cuales han hecho referencia como aporte informativo para la resolución de la problemática planteada.

#### **4.5.2. Técnicas de recopilación de información**

Por otro lado, La observación consiste en saber seleccionar aquello que requieres ser analizado, para la observación lo primero es plantear lo que interesa observar en definitiva haber seleccionado un objetivo claro de observación (Paloma, 2021). Fue necesario para el proyecto ya que la percepción ayudó a visual el entorno para definir y ordenar los datos informativos recolectados que son indispensables en la investigación, plasmadas en fichas de observación.

#### **4.5.3. Instrumento**

Para Hernández., Fernández y Baptista (2020) define a la entrevista como un intercambio de ideas u opiniones por medio de una conversación que se da entre dos o más personas, todas las personas presentes en una entrevista dialogan sobre una cuestión determinada. En otro sentido, la encuesta es una guía de preguntas dirigida a la muestra de análisis.

Por otro lado, se usó el cuestionario de encuesta que, al ser un instrumento compuesto de preguntas cerradas, sirvió para recolectar información durante el trabajo de campo.

En este sentido, el objetivo de la presente encuesta fue obtener

información de los platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí, para lograr promocionarlos a través del turismo y así fortalecer la gastronomía de las plazas y mercados; así mismo, el objetivo de entrevista fue conocer diferentes criterios acerca de la cocina tradicional y su relación con el Turismo Gastronómico, que permitió identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, con la finalidad de generar estrategias para un Plan de Turismo Gastronómico (**ver anexo 3**).

#### ***4.5.4. Análisis e interpretación de resultados***

La tabulación de los datos recolectados luego de haber aplicado los cuestionarios pertinentes, el grupo investigador utilizó el siguiente programa:

SPSS. – Sus iniciales Statistical Package for the Social Sciences SPSS la misma que facilita crear un archivo de datos en una forma estructurada y también organizar una base de datos que puede ser analizada con diversas técnicas estadísticas (Guardio, 2010).

#### ***4.5.5. Tabulación y análisis de datos de la encuesta***

A partir de la muestra correspondiente al número de turistas que se dedican a realizar viajes turísticos, cuyos programas incluyen la degustación de la cocina tradicional en las diferentes plazas y mercados de los cantones, se procede a la tabulación de resultados, que consiste en exponer aquellos datos estadísticos en función de las preguntas del cuestionario, seguido de representación gráfica y del análisis e interpretación de los datos.

## Encuesta aplicada al cantón Pujilí

### Pregunta N°1.-

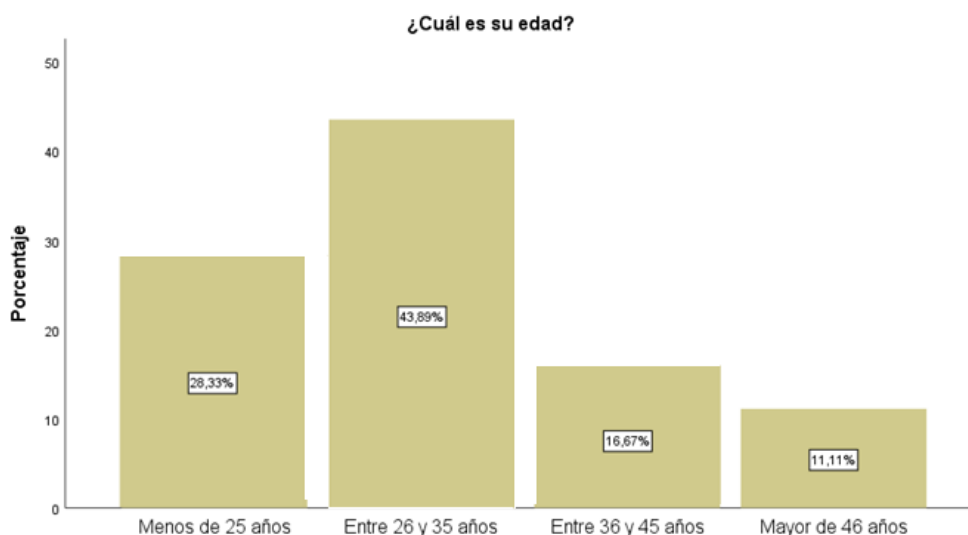
**Tabla 16**

*Edad*

¿Cuál es su edad?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 25 años	51	5,7	28,3	45,0
	Entre 26 y 35 años	79	8,8	43,9	88,9
	Entre 36 y 45 años	30	3,3	16,7	16,7
	Mayor de 46 años	20	2,2	11,1	100,0
	Total	180	20,0	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,0		
	Total	900	100,0		

**Figura 5**

*Edad*



Análisis: De las 180 encuestas realizadas a turistas en el cantón Pujilí, el 43,89% representa a la edad entre 26 y 35 años, mientras que el 28,33% corresponde a menores de 25 años, seguido del 16,67 % entre 36 y 45 años y finalmente con el 11,11% turistas mayores a 46 años.

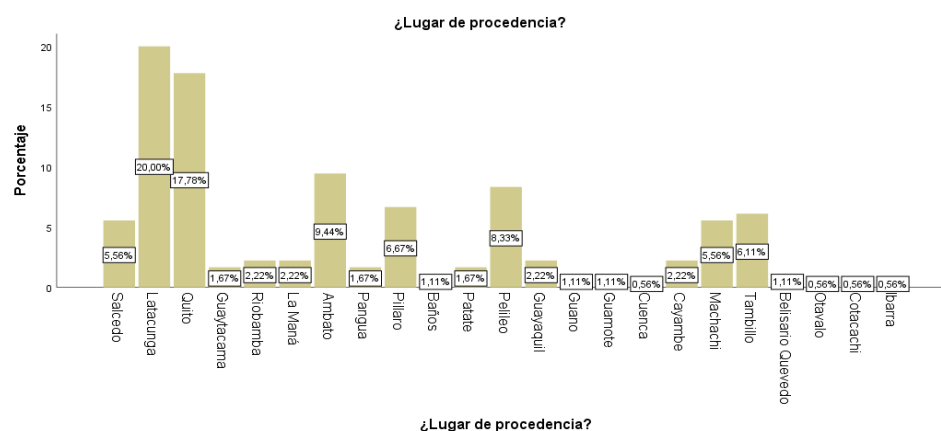
Interpretación: Respecto de las representaciones gráficas, los turistas que deciden visitar el cantón Pujilí, en su gran mayoría corresponden al segmento de jóvenes adultos quienes se encuentran entre los 26 y 35 años, dado que son quienes se consideran poseer un buen estado físico para realizar actividades turísticas en el cantón, por otra parte la situación social de la emergencia sanitaria que atraviesa el país y el resto del mundo por la presencia del coronavirus, no es las recomendado que las personas que se consideran vulnerables como los adultos mayores realicen viajes turísticos por el momento.

### Pregunta N°2.-

**Tabla 17**

*Lugar de procedencia*

¿Lugar de procedencia?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Salcedo	10	1,1	5,6	5,6
	Latacunga	36	4,0	20,0	25,6
	Quito	32	3,6	17,8	43,3
	Guaytacama	3	,3	1,7	45,0
	Riobamba	4	,4	2,2	47,2
	La Maná	4	,4	2,2	49,4
	Ambato	17	1,9	9,4	58,9
	Pangua	3	,3	1,7	60,6
	Pillaro	12	1,3	6,7	67,2
	Baños	2	,2	1,1	68,3
	Patate	3	,3	1,7	70,0
	Pelileo	15	1,7	8,3	78,3
	Guayaquil	4	,4	2,2	80,6
	Guano	2	,2	1,1	81,7
	Guamote	2	,2	1,1	82,8
	Cuenca	1	,1	,6	83,3
	Cayambe	4	,4	2,2	85,6
	Machachi	10	1,1	5,6	91,1
	Tambillo	11	1,2	6,1	97,2
	Belisario Quevedo	2	,2	1,1	98,3
Otavalo	1	,1	,6	98,9	
Cotacachi	1	,1	,6	99,4	
Ibarra	1	,1	,6	100,0	
Total	180	20,0	100,0		
Perdidos	Sistema	720	80,0		
Total		900	100,0		

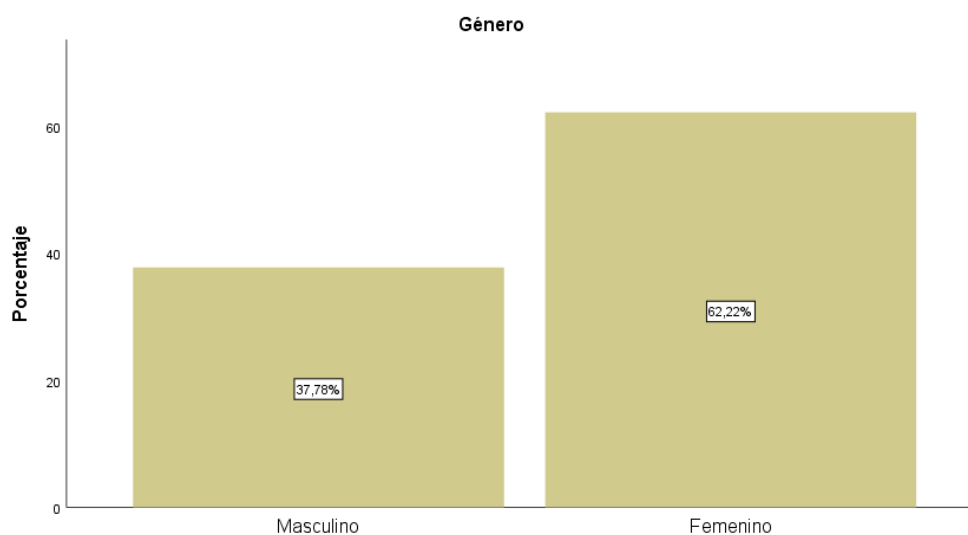
**Figura 6***Lugar de procedencia*

**Análisis:** Entre las encuestas realizadas a los turistas, se obtuvo que de los 180 encuestados el 20% provienen de la ciudad de Latacunga, seguido del 17,78% de la correspondiente a la capital que es Quito, a su vez Ambato con el 9,44%, además del 8,33% de Pelileo, también Tambillo con el 6,11%, Machachi y Salcedo similares con el 5,56%, en cambio La Maná, Riobamba, Cayambe y Guayaquil con el 2,22%, entre Guaytacama, Pangua y Patate el 1,6%, lo mismo ocurre con la ciudad de Baños, Guano, Guamote y parroquias aledañas como es Belisario Quevedo con 1,1%, notoriamente con un bajo número están los turistas de la ciudad de Otavalo, Cotacachi, Ibarra y Cuenca con el 0.56% de participación cada uno.

**Interpretación:** La encuesta arroja como resultado que el número de turistas que deciden visitar el cantón Pujilí se basan en la distancia y tiempo empleado al destino, ya que en su mayoría proceden de lugares cercanos como Latacunga, Quito y Ambato, por ende, es irregular la visita de turistas de la ciudad de Guayaquil, Cuenca e Ibarra cuyo tiempo estimado es superior a las 7 horas de viaje.

**Pregunta N°3.-****Tabla 18***Género*

Género		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	68	7,6	37,8	37,8
	Femenino	112	12,4	62,2	100,0
	Total	180	20,0	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,0		
Total		900	100,0		

**Figura 7***Género*

Análisis: El número total de encuestados representan a 180 turistas, por tal razón los datos representativos determinan que el 62,22% pertenecen a turistas femeninos, a más del 37,78% de turistas masculinos, finalmente, con un número nulo de participación correspondientes a otros géneros con el 0%.

Interpretación: La encuesta refleja que el turista de género femenino de diferentes edades es aquel que regularmente visita el cantón Pujilí, son múltiples las razones y motivaciones que han llevado a este segmento a explorar la tierra del danzante.



## Pregunta N°4.-

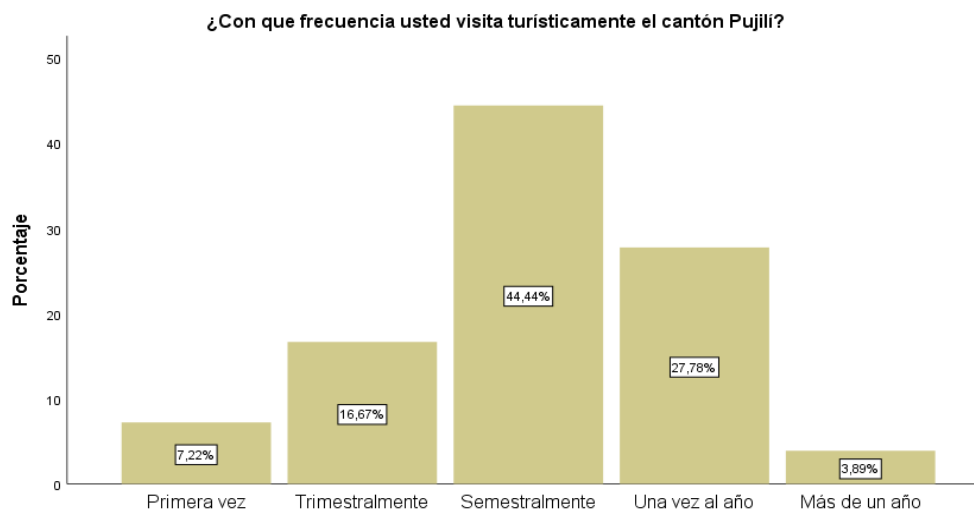
### Tabla 19

*Frecuencia de visita*

¿Con que frecuencia usted visita turísticamente el cantón Pujilí?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primera vez	13	1,4	7,2	7,2
	Trimestralmente	30	3,3	16,7	23,9
	Semestralmente	80	8,9	44,4	68,3
	Una vez al año	50	5,6	27,8	96,1
	Más de un año	7	,8	3,9	100,0
	Total	180	20,0	100,0	
Perdidos	Sistemas	720	80,0		
Total		900	100,0		

### Figura 8

*Frecuencia de visita*



Análisis: De los 180 turistas encuestados, el 44,44% menciona que semestralmente visitan el cantón Pujilí, seguido del 27,78% de turistas cuya frecuencia de visita es una vez al año, lo mismo ocurre con el 16,67% quienes trimestralmente visitan el cantón, a diferencia del 7,22% mismos que vienen por primera vez y por otra parte con el 3,89% quienes deciden visitar el lugar regularmente cada año.

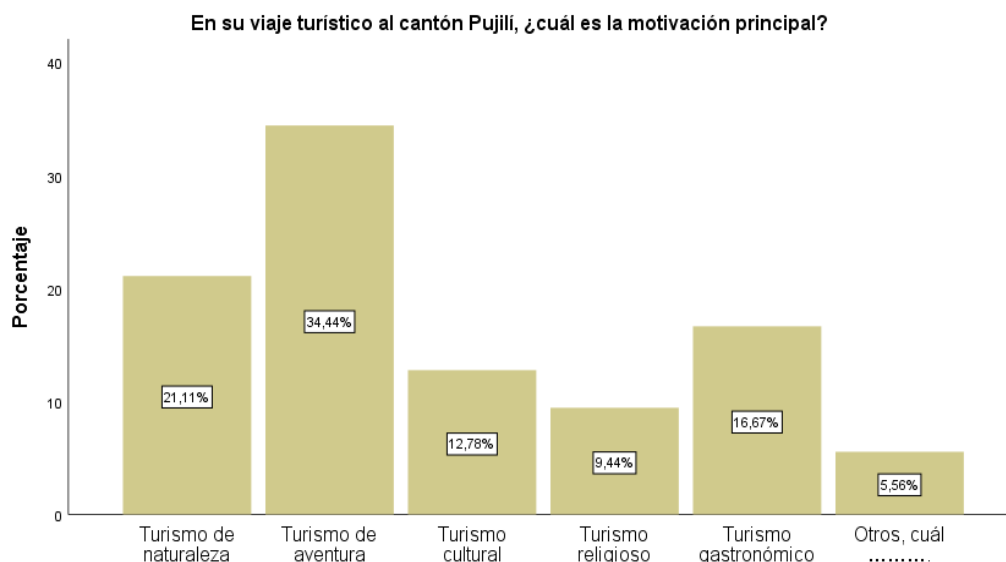
Interpretación: La encuesta determina que en su mayoría los turistas visitan frecuentemente el cantón Pujilí cada seis meses debido a que son periodos de vacaciones en las unidades educativas, lo mismo ocurre con los turistas minoritarios quienes deciden visitar el lugar una vez al año ya que es el periodo de vacaciones laborales que obtienen.

**Pregunta N°5.-**

**Tabla 20**

*Motivación*

En su viaje turístico al cantón Pujilí, ¿cuál es la motivación principal?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Turismo de naturaleza	38	4,2	21,1	21,1
	Turismo de aventura	62	6,9	34,4	55,6
	Turismo cultural	23	2,6	12,8	68,3
	Turismo religioso	17	1,9	9,4	77,8
	Turismo gastronómico	30	3,3	16,7	94,4
	Otros, cuál	10	1,1	5,6	100,0
	.....				
	Total	180	20,0	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,0		
Total		900	100,0		

**Figura 9***Motivación*

Análisis: Del total de turistas encuestados correspondientes a 180 personas, el 34,44% determina que la motivación principal para visitar el cantón es el turismo de aventura, seguido del 21,11% de turistas quienes optan por realizar turismo de naturaleza, lo mismo ocurre con el 16,67% quienes deciden realizar turismo gastronómico, a diferencia del 12,78% quienes tienen motivación de realizar actividades del turismo cultural y por otra parte con el 9,44% turismo religioso y finalmente con el 5,56% otras motivaciones relacionadas al turismo.

Interpretación: Las cifras señalan que la motivación primordial para visitar el cantón Pujilí es el turismo de aventura conjuntamente con el turismo de naturaleza, ya que los atractivos que llaman la atención al visitante son las gradas de Pujilí, monumento del danzante, el centro histórico y las aventuras a desarrollar como la toreada de borregos, siendo también llamativo para el turista el trayecto hacia la parroquia Zumbahua por la presencia de la laguna de Quilotoa, lugar donde se puede realizar actividades de senderismo, caminata, avistamiento de flora y fauna,

kayak, sin dejar de lado la degustación de la gastronomía, entre otros. La minoría decide visitar el cantón para realizar ecoturismo bajo los parámetros de sostenibilidad.

### Pregunta N°6.-

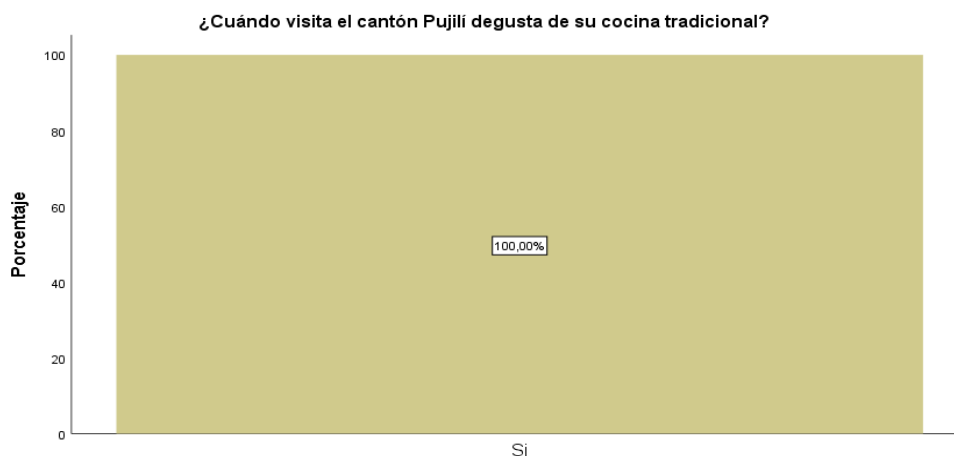
**Tabla 21**

*Degustación*

¿Cuándo visita el cantón Pujilí degusta de su cocina tradicional?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	180	20,0	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	720	80,0		
Total		900	100,0		

**Figura 10**

*Degustación*



**Análisis:** Del total de turistas encuestados equivalente a 180 personas, el 100% señala que cuando realizan su visita al cantón Pujilí sí degustan de la cocina tradicional.

**Interpretación:** En su totalidad los turistas realizan viajes con múltiples actividades entre ellas la alimentación es parte de la actividad turística, mismos que

se organizan para conocer y degustar de platos representativos de la cocina tradicional que posee el cantón Pujilí.

**Pregunta N°7.-**

**Tabla 22**

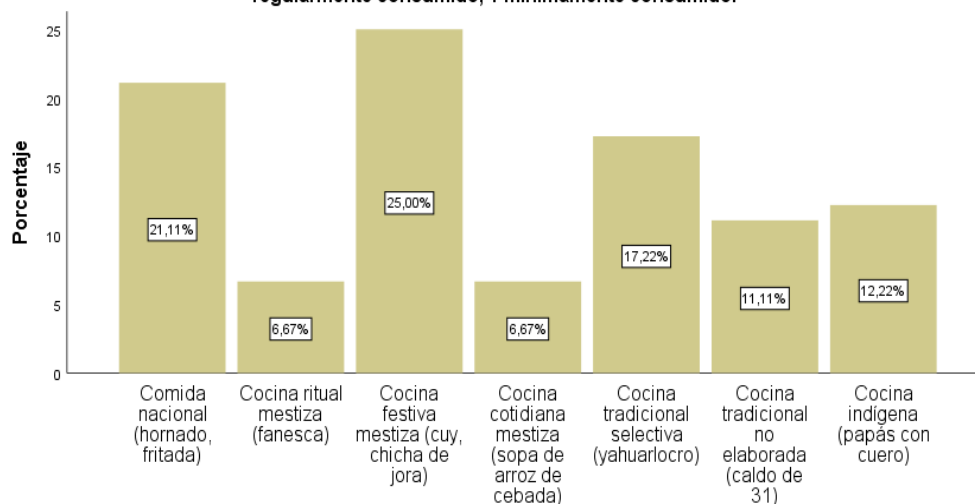
*Tipo de cocina tradicional*

Categorice el tipo de cocina tradicional que consume durante su viaje turístico, siendo 3 el más consumido, 2 regularmente consumido, 1 mínimamente consumido.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comida nacional (hornado, fritada)	38	4,2	21,1	21,1
	Cocina ritual mestiza (fanesca)	12	1,3	6,7	27,8
	Cocina festiva mestiza (cuy, chicha de jora)	45	5,0	25,0	52,8
	Cocina cotidiana mestiza (sopa de arroz de cebada)	12	1,3	6,7	59,4
	Cocina tradicional selectiva (yahuarlocro)	31	3,4	17,2	76,7
	Cocina tradicional no elaborada (caldo de 31)	20	2,2	11,1	87,8
	Cocina indígena (papás con cuero)	22	2,4	12,2	100,0
	Total	180	20,0	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,0		
Total		900	100,0		

Figura 11

*Tipo de cocina tradicional*

Categorice el tipo de cocina tradicional que consume durante su viaje turístico, siendo 3 el más consumido, 2 regularmente consumido, 1 mínimamente consumido.



Análisis: Del total de turistas encuestados equivalente a 180 personas, el 25% de turistas señala que el tipo de cocina tradicional que más consume durante su viaje turístico es la cocina festiva, seguido del 21,11% quienes degustan de la cocina nacional, entre los regularmente consumido esta con el 17,22% la cocina tradicional selectiva, también la cocina indígena proporcional al 12,22%, también el 11,11% correspondiente a la cocina tradicional no elaborada, de manera que en la categoría que mínimamente son consumidos se encuentran con el 6,67% cada uno la cocina ritual mestiza y la cocina cotidiana mestiza.

Interpretación: El tipo de cocina tradicional que los turistas más consumen durante su viaje turístico es la cocina festiva, tipología que abarca ejemplos como el cuy y la bebida de chicha de jora, dado que son platos conocidos que habitualmente no son consumidos en la dieta alimenticia diaria. La cocina tradicional selectiva donde se encuentra el plato representativo que es el yahuarlocro, es una de la cocina que regularmente es consumida debido a que los lugares que los expenden suelen realizar en días específicos como son las ferias comerciales por el flujo de demandantes. Entre las cocinas que mínimamente se consume está la cocina ritual

mestiza como es la fanesca porque es un plato que se lo realiza en fechas específicas como la Semana Santa, acontecimiento que se realiza una vez al año, seguido de cocina cotidiana mestiza, es decir, la cocina que a diario se le puede preparar como es la sopa de arroz de cebada dado que no es parte de un acontecimiento y sus ingredientes son fáciles de encontrar, sin embargo, es poco consumida pues diariamente se la prepara y al turista no le es innovador.

### Pregunta N°8.-

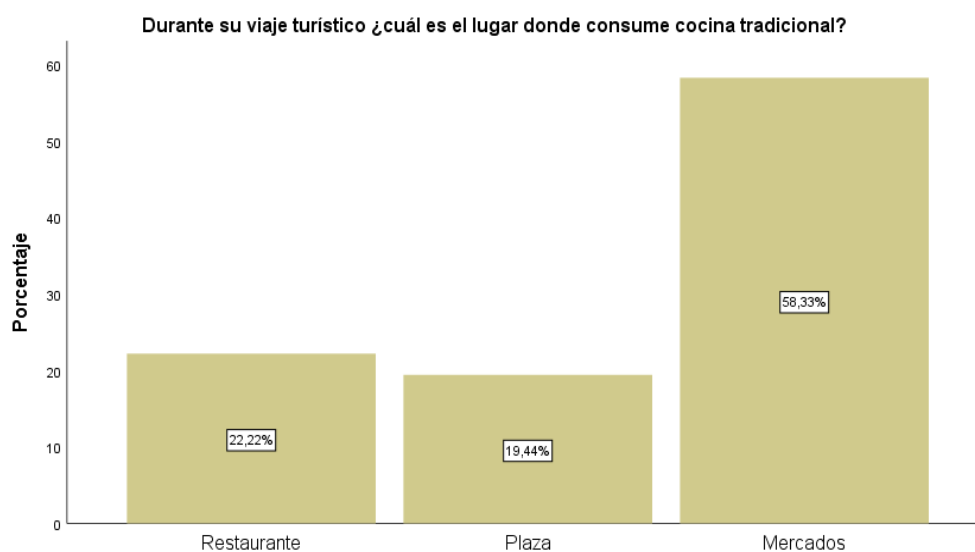
**Tabla 23**

*Lugar de consumo*

Durante su viaje turístico ¿cuál es el lugar donde consume cocina tradicional?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Restaurante	40	4,4	22,2	22,2
	Plaza	35	3,9	19,4	41,7
	Mercados	105	11,7	58,3	100,0
	Total	180	20,0	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,0		
Total		900	100,0		

**Figura 12**

*Lugar de consumo*



Análisis: De los 180 turistas encuestados en el cantón Pujilí, los turistas mencionan que durante su viaje turístico el lugar donde consume cocina tradicional son los mercados quienes representan el 58,33%, a su vez con el 22,22% acuden a restaurantes, en cambio con el 19,44% optan por las plazas del cantón.

Interpretación: En su mayoría los turistas deciden consumir la cocina tradicional del cantón Pujilí en los mercados debido a que es el lugar donde existe variedad de platos de la cocina tradicional local, precios cómodos y un ambiente cultural acogedor, con un bajo porcentaje son aquellos quienes deciden ir a los restaurantes mismos que señalan que es por criterios de salubridad y atención personalizada, sin duda las plazas tienen poca participación porque son escasos los puntos para el consumo de la cocina tradicional.

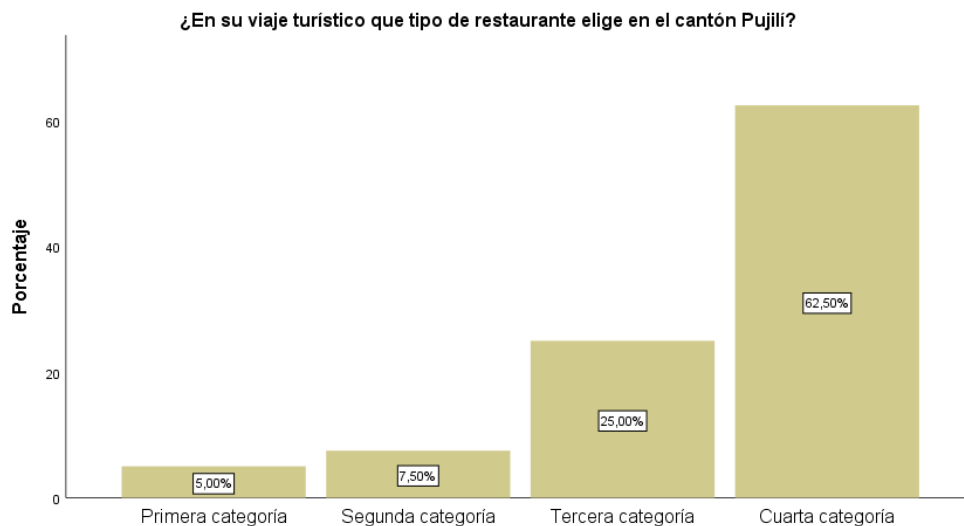
#### **Pregunta N°9.-**

**Tabla 24**

*Tipo de restaurante*

¿En su viaje turístico que tipo de restaurante elige en el cantón Pujilí?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primera categoría	2	,2	5,0	5,0
	Segunda categoría	3	,3	7,5	12,5
	Tercera categoría	10	1,1	25,0	37,5
	Cuarta categoría	25	2,8	62,5	100,0
	Total	40	4,4	100,0	
Perdidos	Sistema	860	95,6		
Total		900	100,0		



**Figura 13***Tipo de restaurante*

Análisis: De los 180 turistas encuestados, 40 personas señalaron que el lugar donde consume cocina tradicional son los restaurantes, mismos que señalaron el tipo de categoría a la cual recurren, el 62,50% de turistas eligen la cuarta categoría, con el 25% acuden a restaurantes de tercera categoría, al igual que el 7,50% quienes optan por la segunda categoría y con un 5% aquellos que visitan a restaurantes de primera categoría.

Interpretación: Los turistas que degustan de la cocina tradicional en restaurante, en su mayoría acuden a establecimientos de cuarta y tercera categoría, ya que son locales comerciales que ofertan desayunos, almuerzos y meriendas con precios accesibles; quienes deciden alimentarse en restaurantes de segunda y primera categoría son establecimientos de alimentos y bebidas con variedad de platos estructurados a la carta, estos establecimientos son parte de hoteles como es el “Hotel Danzante”, “El Castillo Hotel” y “Casa Rosada B&B”, entre otros.

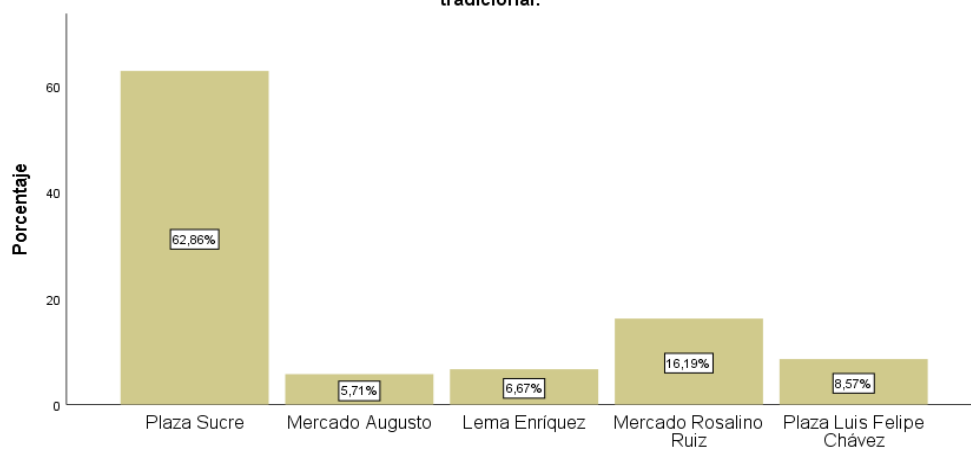
**Pregunta N°10.-****Tabla 25***Plazas y mercados*

Del siguiente listado cuáles plazas y mercados del cantón Pujilí visita para degustar los platos de la cocina tradicional:

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Plaza Sucre	73	8,3	62,9	62,9
	Mercado Augusto	13	,7	5,7	68,6
	Mercado Lema Enríquez	14	,8	6,7	75,2
	Mercado Rosalino Ruiz	24	1,9	16,2	91,4
	Plaza Luis Felipe Chávez	16	1,0	8,6	100,0
	Total	140	11,7	100,0	
Perdidos	Sistema	795	88,3		
Total		900	100,0		

**Figura 14***Plazas y mercados*

Del siguiente listado cuáles plazas y mercados del cantón Pujilí visita para degustar los platos de la cocina tradicional:



**Análisis:** De los 180 turistas encuestados, 140 personas señalaron que los lugares donde consumen cocina tradicional son mercados y plazas, con el 62,86%

corresponden a la Plaza Sucre, a diferencia del 16,19% quienes recurren al Mercado Rosalino Ruíz, por otra parte, con el 8,57% la Plaza Luis Felipe Chávez, también con el 6,67% el Mercado Lema Enríquez, y con el 5,71% el Mercado Augusto.

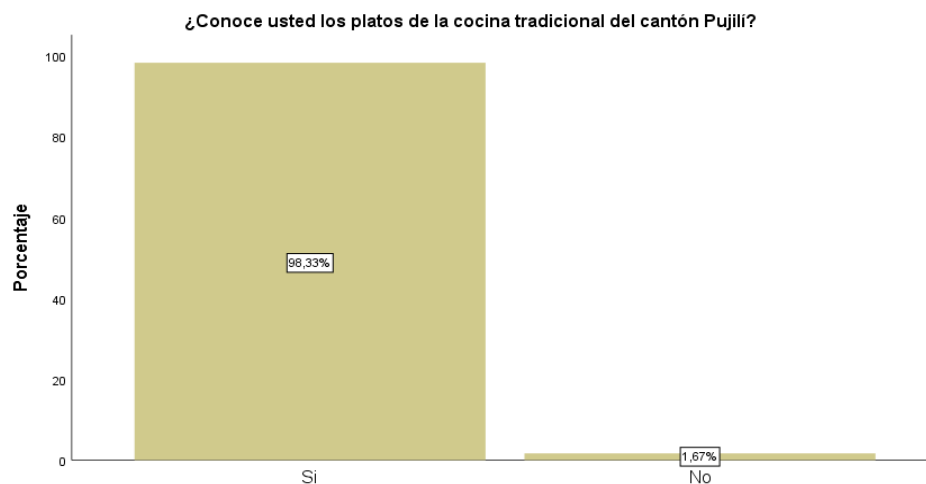
Interpretación: Los mercados y plazas son lugares poseen gran variedad de platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí, en su mayoría los turistas deciden visitar la Plaza Sucre ya que es el lugar donde se encuentra la sección de alimentos con gran demanda de entradas, sopas, platos fuertes, bebidas y postres, debido a su popularidad es el lugar donde existe la mayor concentración de turistas para degustar de la cocina tradicional, a diferencia de las otras plazas y mercado poseen baja participación debido a que no cuentan con la infraestructura adecuada y recurren a establecimientos independientes como “coches ambulantes”.

#### **Pregunta N°11.-**

***Tabla 26***

*Platos de la cocina tradicional*

¿Conoce usted los platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	177	19,7	98,3	98,3
	No	3	,3	1,7	100,0
	Total	180	20,0	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,0		
Total		900	100,0		

**Figura 15***Platos de la cocina tradicional*

Análisis: De los 180 turistas encuestados, el 98,33% afirman conocer los platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí, por consiguiente, el 1,67% restante señala que no conoce los platos de la cocina tradicional del cantón.

Interpretación: Los turistas en su mayoría mencionan sí conocer los platos de la cocina tradicional del cantón entre ellos indican las empanadas de viento, tortilla de maíz y yahuarlocro, la minoría no se encuentran identificada con algún plato que represente al cantón ya que opinan que los diversos platos que se ofertan en el lugar se los puede encontrar fácilmente en otros cantones y provincias.

**Pregunta N°12.-****Tabla 27***Platos que degusta de la cocina tradicional de Pujilí*

¿Cuál de los siguientes platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí es el que más usted degusta en su visita? Elija al menos 3 opciones por categoría, siendo 3 el más consumido, 2 regularmente consumido, 1 mínimamente consumido.

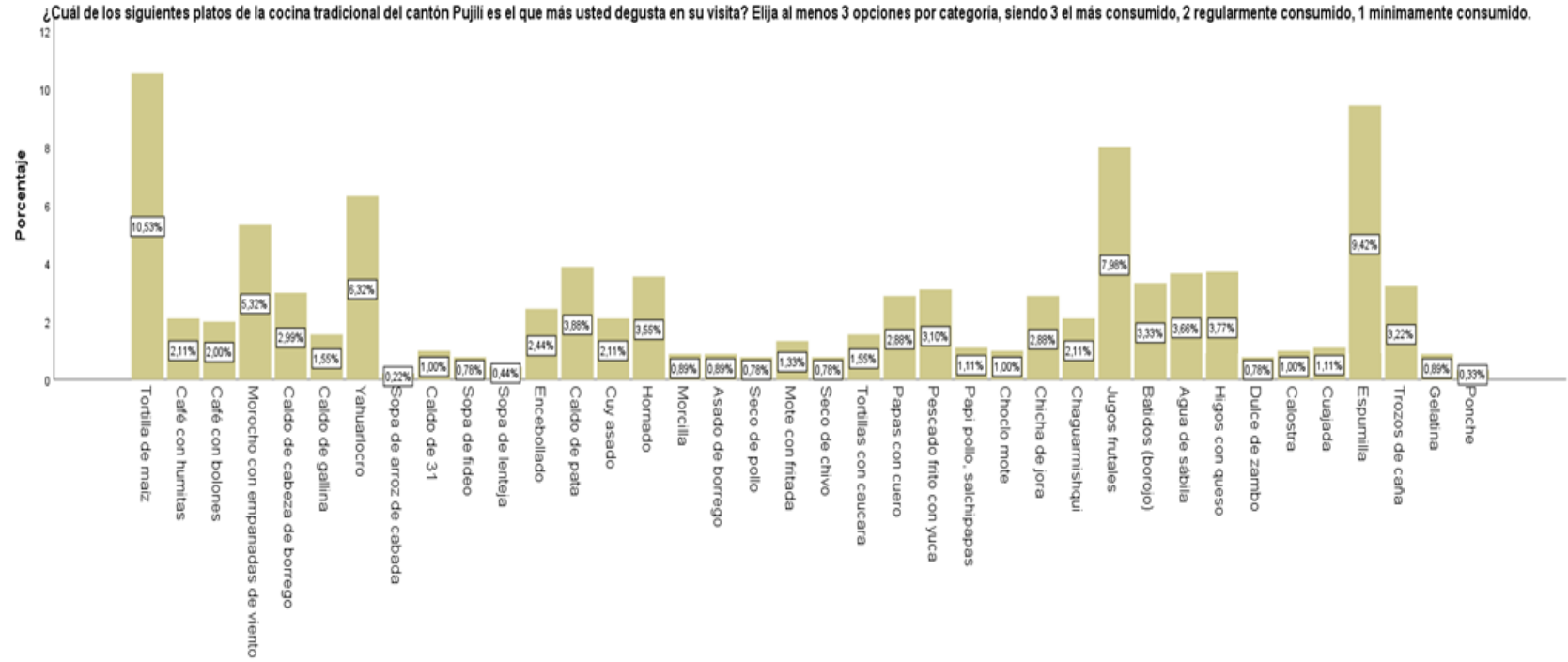
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tortilla de maíz	95	10,5	10,5	10,5

Entradas	Café con humitas	19	2,1	2,1	12,6
	Sopas				
	Café con bolones	18	2,0	2,0	14,6
	Morocho con empanadas de viento	48	5,3	5,3	20,0
	Caldo de cabeza de borrego	27	3,0	3,0	22,9
	Caldo de gallina	14	1,6	1,6	24,5
	Yahuarlocro	57	6,3	6,3	30,8
Platos fuertes	Sopa de arroz de cebada	2	,2	,2	31,0
	Caldo de 31	9	1,0	1,0	32,0
	Sopa de fideo	7	,8	,8	32,8
	Sopa de lenteja	4	,4	,4	33,3
	Encebollado	22	2,4	2,4	35,7
	Caldo de pata	35	3,9	3,9	39,6
	Cuy asado	19	2,1	2,1	41,7
	Hornado	32	3,5	3,5	45,2
	Morcilla	8	,9	,9	46,1
	Asado de borrego	8	,9	,9	47,0
Bebidas	Seco de pollo	7	,8	,8	47,8
	Mote con fritada	12	1,3	1,3	49,1
	Seco de chivo	7	,8	,8	49,9
	Tortillas con caucara	14	1,6	1,6	51,4
	Papas con cuero	26	2,9	2,9	54,3
Postres	Pescado frito con yuca	28	3,1	3,1	57,4
	Papi pollo, salchipapas	10	1,1	1,1	58,5
	Choclo mote	9	1,0	1,0	59,5
	Chicha de jora	26	2,9	2,9	62,4
	Chaguarmishqui	19	2,1	2,1	64,5
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
	Jugos frutales	72	8,0	8,0	72,5
	Batidos (borojó)	30	3,3	3,3	75,8
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>	
Agua de sábila	33	3,7	3,7	79,5	
Higos con queso	34	3,8	3,8	95,6	
Dulce de zambo	7	,8	,8	89,7	
Calostra	9	1,0	1,0	90,7	
	Cuajada	10	1,1	1,1	91,8

Espumilla	85	9,4	9,4	88,9
Trozos de caña	29	3,2	3,2	98,8
Gelatina	8	,9	,9	99,7
Ponche	3	,3	,3	100,0
Total	902	100,0	100,0	

Figura 16

Platos que degusta de la cocina tradicional de Pujilí



Análisis: Del total de encuestados correspondiente a 140 turistas, se determina que, dentro del segmento de entradas correspondientes a los platos de la cocina tradicional del cantón, entre los que más degustan en su visita se encuentra la tortilla de maíz con el 10,53% siendo el más consumido, seguido del morocho con empanadas de viento con el 5,32% que es al regularmente consumido y sin duda el consumo mínimo de café con bolón con el 2%.

En el segmento de sopas, los que han sido reiteradamente nombrados es el yahuarlocro con el 6,32% siendo el más consumido, también caldo de pata proporcional al 3,88% regularmente consumido y respectivamente el menos consumido la sopa de arroz de cebada con el 0,22%. Continuando con el segmento de platos fuertes se encuentran el hornado con el 3,55% siendo el más consumido, de igual manera el pescado frito con yuca que corresponde al 3,10% es el regularmente consumido y mínimamente consumido el seco de chivo con el 0,78%.

Entre las bebidas se ubican los jugos frutales con el 7,98% siendo el más consumido, a más de los batidos con el 3,33% que es el regularmente consumido y finalmente y menos consumido la bebida del chaguarmishqui con el 2,11%. El segmento postre cuenta con las selecciones repetitivas de espumilla representando el 9,42% siendo el más consumido, del mismo modo los trozos de caña con el 3,22% regularmente consumido y el ponche con el 0,33% correspondiente al mínimo de su consumo.

Interpretación: Los turistas cuando realizan sus viajes optan por una alimentación compuesta de entrada, sopa, plato fuerte, bebida y postres, donde es evidente que cuando existe una gran variedad de platos provenientes de una cocina tradicional, por tal razón es satisfactorio para el turista haber degustado de la mayoría de los platos, por ende, se conoce que el perfil de turista gastronómico del cantón consume entrada de tortillas de maíz, sopa de yahuarlocro, plato fuerte de hornado, bebida de jugo frutales y postre espumilla.



## Pregunta N°13.-

Tabla 28

*Memoria colectiva, peligros de extinción u olvidados*

Del siguiente listado de platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí ¿usted cuál considera que aún se encuentra en la memoria colectiva, en peligro de extinción y cuál ya se ha olvidado? Elija al menos 5 opciones con la nomenclatura correspondiente

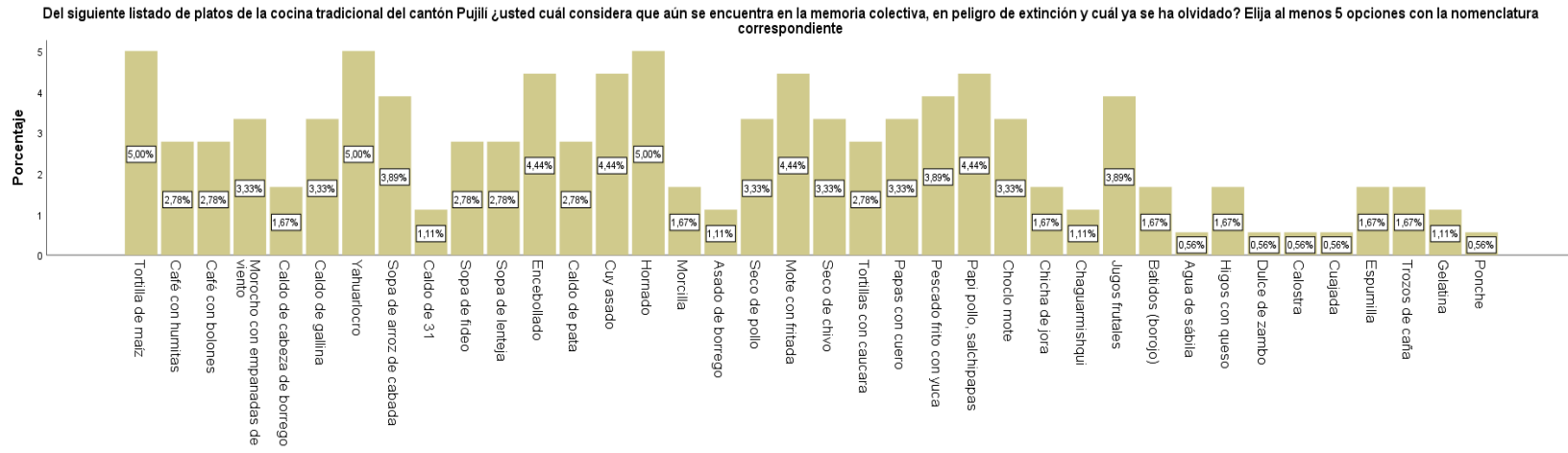
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tortilla de maíz	9	1,0	5,0	5,0
	Café con humitas	5	,6	2,8	7,8
	Café con bolones	5	,6	2,8	10,6
	Morocho con empanadas de viento	6	,7	3,3	13,9
	Caldo de cabeza de borrego	3	,3	1,7	15,6
	Caldo de gallina	6	,7	3,3	18,9
	Yahuarlocro	9	1,0	5,0	23,9
	Sopa de arroz de cebada	7	,8	3,9	27,8
	Caldo de 31	2	,2	1,1	28,9
	Sopa de fideo	5	,6	2,8	31,7
	Sopa de lenteja	5	,6	2,8	34,4
	Encebollado	8	,9	4,4	38,9
	Caldo de pata	5	,6	2,8	41,7
	Cuy asado	8	,9	4,4	46,1
	Hornado	9	1,0	5,0	51,1
	Morcilla	3	,3	1,7	52,8
	Asado de borrego	2	,2	1,1	53,9
	Seco de pollo	6	,7	3,3	57,2
	Mote con fritada	8	,9	4,4	61,7
	Seco de chivo	6	,7	3,3	65,0
	Tortillas con caucara	5	,6	2,8	67,8
	Papas con cuero	6	,7	3,3	71,1
	Pescado frito con yuca	7	,8	3,9	75,0
	Papi pollo, salchipapas	8	,9	4,4	79,4
	Choclo mote	6	,7	3,3	82,8
	Chicha de jora	3	,3	1,7	84,4

Del siguiente listado de platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí ¿usted cuál considera que aún se encuentra en la memoria colectiva, en peligro de extinción y cuál ya se ha olvidado? Elija al menos 5 opciones con la nomenclatura correspondiente

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
	Chaguarmishqui	2	,2	1,1	85,6
	Jugos frutales	7	,8	3,9	89,4
	Batidos (borojó)	3	,3	1,7	91,1
	Agua de sábila	1	,1	,6	91,7
	Higos con queso	3	,3	1,7	93,3
	Dulce de zambo	1	,1	,6	93,9
	Calostra	1	,1	,6	94,4
	Cuajada	1	,1	,6	95,0
	Espumilla	3	,3	1,7	96,7
	Trozos de caña	3	,3	1,7	98,3
	Gelatina	2	,2	1,1	99,4
	Ponche	1	,1	,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>20,0</b>	<b>100,0</b>	
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	<b>722</b>	<b>80,0</b>		
<b>Total</b>		<b>902</b>	<b>100,0</b>		

**Figura 17**

*Memoria colectiva, peligros de extinción u olvidados*

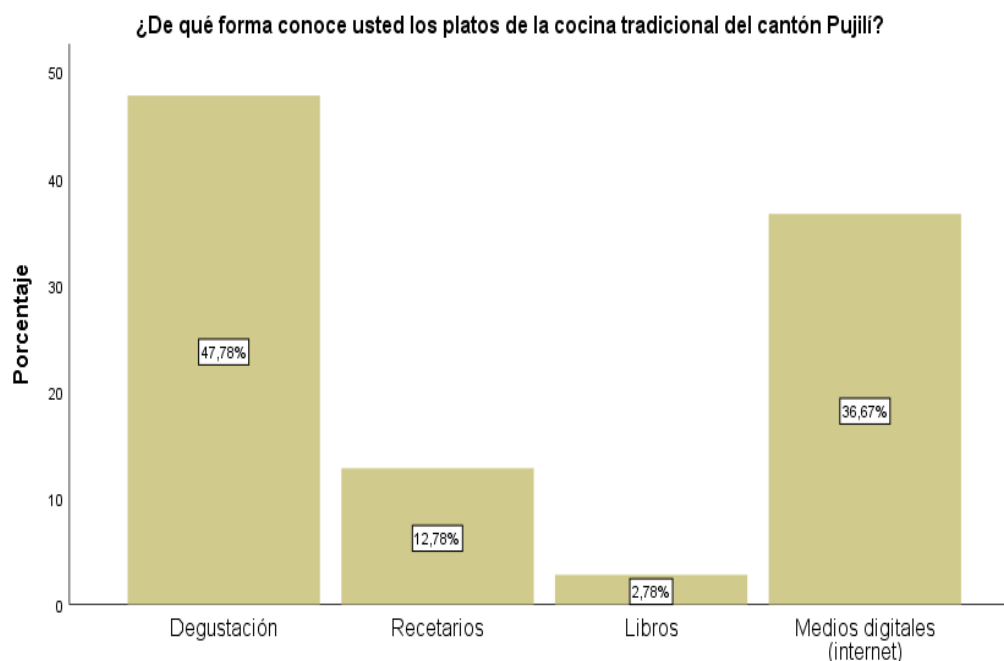


Análisis: Del total de encuestados correspondientes a 180 turistas, consideran que los cinco platos de la cocina tradicional que se encuentra en la memoria colectiva MC son: con porcentajes igualitarios por su alto índice equivalentes al 5% están las tortillas de maíz, yahuarlocro, hornado, seguido del mote con fritada, salchipapas, papi pollo cada uno con el 4,44%. Entre los cinco platos que consideran los turistas en peligro de extinción PE están: caldo de cabeza de borrego, morcilla, chicha de jora, batidos (borojo), higos con queso con el 1,67%. Finalmente, los cinco platos de la cocina tradicional que se encuentran olvidados corresponden al caldo de 31 con el 1,11%, bebida del chaguarmishqui con el 1,11%, cuajada, dulce de zambo, calostrá y cuajada cada uno con el 0.56%.

Interpretación: Los turistas consideran que en su mayoría los platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí permanece en la memoria colectiva porque se los prepara a diario y son de consumo masivo como es las salchipapas, mismas que no se asocian a festividades, sin duda aquellos que están en peligro de extinción son los que irregularmente se los prepara, dado que su elaboración demanda de inversiones costosas que la demanda no desea consumir, a más de desconocimiento en cuanto al nombre del plato y sus beneficios como es el caldo de 31 y el agua de sábila; aquellos platos que son considerados olvidados se debe a que la producción es escasa y el consumo es minoritario como el chaguarmishqui, dulce de zambo, calostrá y cuajada que en su mayoría compiten con productos elaborados de forma industrial.

**Pregunta N°14.-****Tabla 5***Forma de conocer*

¿De qué forma conoce usted los platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Degustación	86	9,6	47,8	47,8
	Recetarios	23	2,6	12,8	60,6
	Libros	5	,6	2,8	63,3
	Medios digitales (internet)	66	7,3	36,7	100,0
	Total	180	20,0	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,0		
Total		900	100,0		

**Figura 18***Forma de conocer*

Análisis: De los 180 turistas encuestados, el 47,78% señalan que la forma en la que conocen los platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí es por degustación, también el 36,67% señala que se debe a los medios digitales, sin

embargo, el 12,78% alude a los recetarios y con una baja participación del 2,78% de encuestados conocen por libros.

Interpretación: Los turistas aseveran que el método de degustación es una de la forma más conocida ya que se puede recomendar el lugar y el tipo de plato en función a sabores, cantidades y precios, la otra parte considera que el marketing a través de medios digitales en especial las redes sociales son el canal para conocer ofertas, ferias ligadas al turismo donde se promociona la gastronomía local.

### Pregunta N°15.-

**Tabla 6**

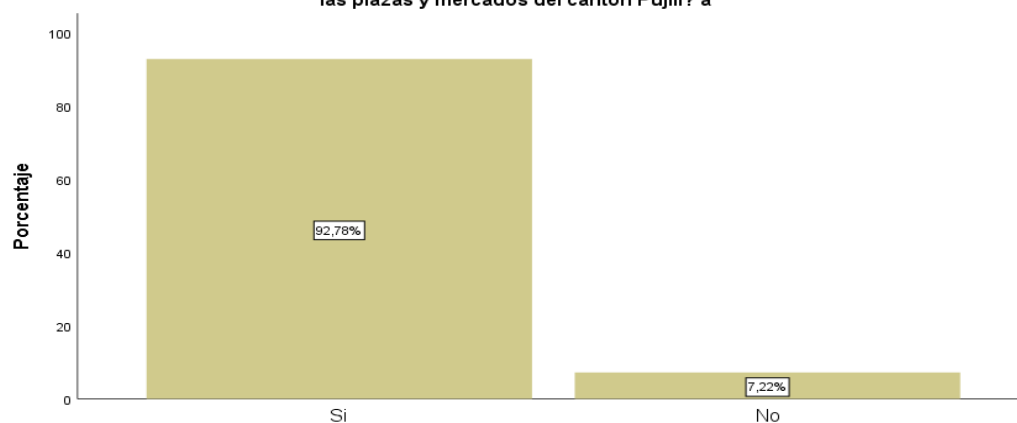
*Plan de Turismo Gastronómico*

¿Considera usted que se debería realizar un Plan de Turismo Gastronómico para fortalecer la gastronomía en las plazas y mercados del cantón Pujilí?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	167	18,6	92,8	92,8
	No	13	1,4	7,2	100,0
	Total	180	20,0	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,0		
Total		900	100,0		

**Figura 19**

*Plan de Turismo Gastronómico*

¿Considera usted que se debería realizar un Plan de Turismo Gastronómico para fortalecer la gastronomía en las plazas y mercados del cantón Pujilí? a



Análisis: De los 180 turistas encuestados, el 92,78% consideran que se debería realizar un Plan de Turismo Gastronómico para fortalecer la gastronomía en las plazas y mercados del cantón Pujilí, el restante equivalente al 7,22 % manifiesta que se deberían gestionar otras alternativas.

Interpretación: En su mayoría los turistas manifiestan que para fortalecer la gastronomía local en las plazas y mercados del cantón Pujilí es necesario una planificación ya que a mediano plazo permitirá realizar el análisis de la situación actual para establecer objetivos y generar estrategias que impulsen el sector turístico y gastronómico, por otra parte el porcentaje minoritario presentan opiniones divididas dado que ellos sostienen la ideología de fortalecer la gastronomía en las plazas y mercados por medio de ferias abiertas donde se exponga los platos de la cocina tradicional.

#### Pregunta N°16.-

**Tabla 7**

*Criterios del Plan de Turismo Gastronómico*

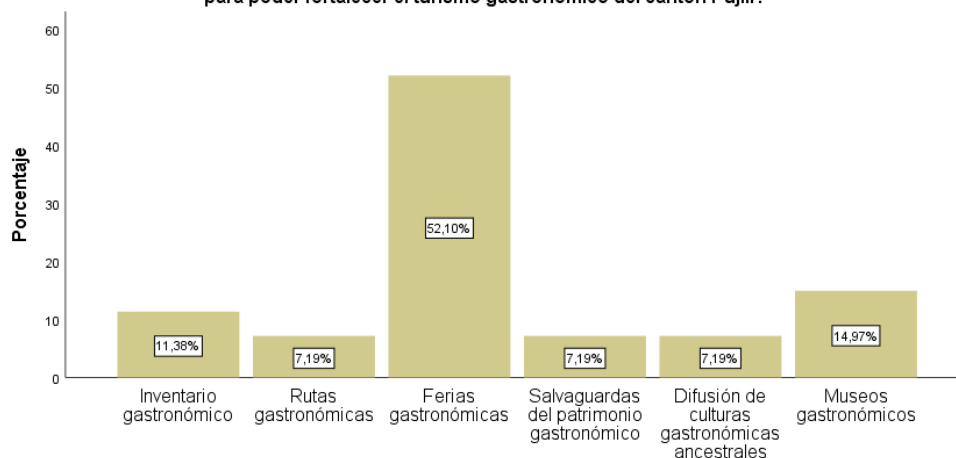
¿De acuerdo a su criterio dentro del Plan de Turismo Gastronómico cuál considera es la estrategia adecuada para poder fortalecer el turismo gastronómico del cantón Pujilí?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Inventario gastronómico	19	2,1	11,4	11,4
	Rutas gastronómicas	12	1,3	7,2	18,6
	Ferias gastronómicas	87	9,7	52,1	70,7
	Salvuardas del patrimonio gastronómico	12	1,3	7,2	77,8
	Difusión de culturas gastronómicas ancestrales	12	1,3	7,2	85,0
	Museos gastronómicos	25	2,8	15,0	100,0

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Total	167	18,6	100,0	
Perdidos	Sistema	733	81,4		
	Total	900	100,0		

**Figura 20**

*Crterios del Plan de Turismo Gastronómico*

¿De acuerdo a su criterio dentro del Plan de Turismo Gastronómico cuál considera es la estrategia adecuada para poder fortalecer el turismo gastronómico del cantón Pujilí?



**Análisis:** De los 167 turistas que señalaron que se debería realizar un plan de turismo gastronómico, el 52,10% consideran que dentro del plan se debe considerar las ferias gastronómicas como la estrategia adecuada para poder fortalecer el turismo gastronómico del cantón Pujilí, seguido de la creación de museos gastronómicos con el 14,97%, también con el 11,38% promover el inventario gastronómico, con el 7,19% se debería generar salvaguarda del patrimonio gastronómico, al igual que la difusión de culturas gastronómicas ancestrales mismo que es correspondiente al 7,19%, y finalmente las rutas gastronómicas con el 7,19%.

**Interpretación:** Los encuestados señalan que el plan de turismo gastronómico es la metodología que ayudaría a promover acciones para el fortalecimiento de la cocina tradicional del cantón, de manera que las ferias gastronómicas estén



contempladas dentro del proyecto con el propósito de lograr la inclusión integral entre comunidad receptora, ofertantes y demandantes de los platos de la cocina tradicional, sin embargo, quienes optan por otras alternativas se ven enfocados en que la gestión del plan deben realizar las entidades competentes.

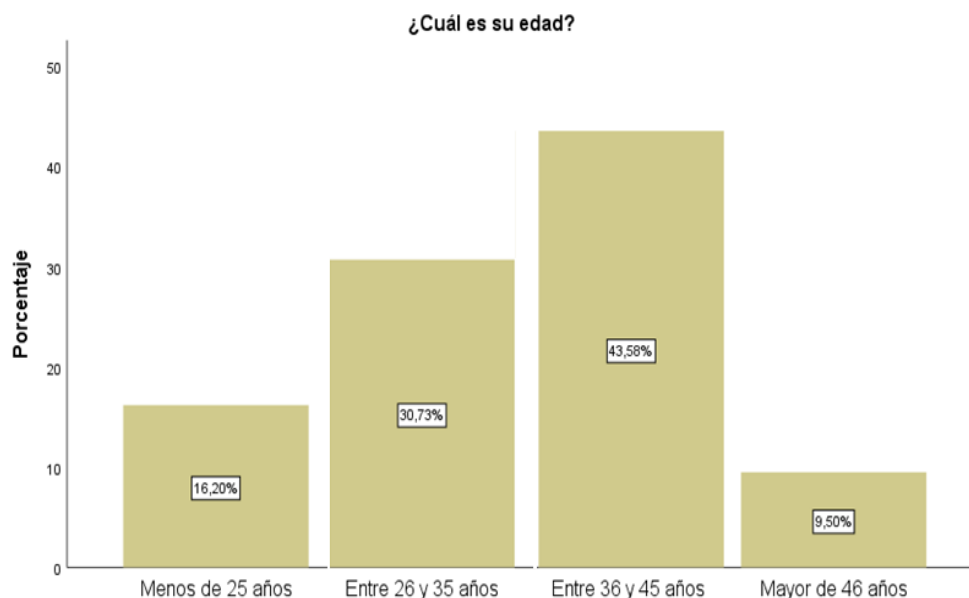
### Encuesta aplicada al cantón Saquisilí

#### Pregunta N°1.-

**Tabla 8**

*Edad*

¿Cuál es su edad?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 25 años	29	3,2	16,2	16,2
	Entre 26 y 35 años	55	6,1	30,7	90,5
	Entre 36 y 45 años	78	8,7	43,6	59,8
	Mayor de 46 años	17	1,9	9,5	100,0
	Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

**Figura 21***Edad*

**Análisis:** De las 179 encuestas realizadas a turistas en el cantón Saquisilí el 43,58% representa a la edad entre 36 y 45 años, mientras que el 30,73% corresponde a la edad que oscila entre los 26 y 35 años, seguido del 16,20 % menores de 25 años y finalmente con el 9,50% turistas mayores a 46 años.

**Interpretación:** Los turistas que deciden visitar el cantón Saquisilí en su gran mayoría corresponden al segmento de adultos quienes se encuentran entre los 36 y 45 años, personas que deciden salir de su entorno habitual para realizar actividades turísticas que les ayuden a despejar su mente y salir de la zona de confort, el porcentaje mínimo son los adultos mayores, quienes no han presenciado estos escenarios de forma que la situación sanitaria por el coronavirus consideran que es de alto riesgo.

## Pregunta N°2.-

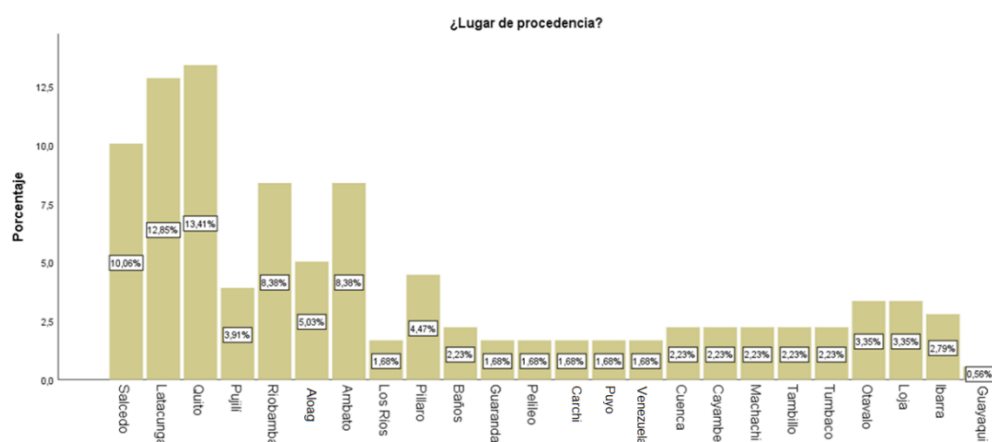
Tabla 9

*Lugar de procedencia*

¿Lugar de procedencia?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Salcedo	18	2,0	10,1	10,1
	Latacunga	23	2,6	12,8	22,9
	Quito	24	2,7	13,4	36,3
	Pujilí	7	,8	3,9	40,2
	Riobamba	15	1,7	8,4	48,6
	Aloag	9	1,0	5,0	53,6
	Ambato	15	1,7	8,4	62,0
	Los Ríos	3	,3	1,7	63,7
	Pillaro	8	,9	4,5	68,2
	Baños	4	,4	2,2	70,4
	Guaranda	3	,3	1,7	72,1
	Pelileo	3	,3	1,7	73,7
	Carchi	3	,3	1,7	75,4
	Puyo	3	,3	1,7	77,1
	Venezuela	3	,3	1,7	78,8
	Cuenca	4	,4	2,2	81,0
	Cayambe	4	,4	2,2	83,2
	Machachi	4	,4	2,2	85,5
	Tambillo	4	,4	2,2	87,7
	Tumbaco	4	,4	2,2	89,9
	Otavalo	6	,7	3,4	93,3
	Loja	6	,7	3,4	96,6
	Ibarra	5	,6	2,8	99,4
	Guayaquil	1	,1	,6	100,0
	Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

Figura 22

## Lugar de procedencia

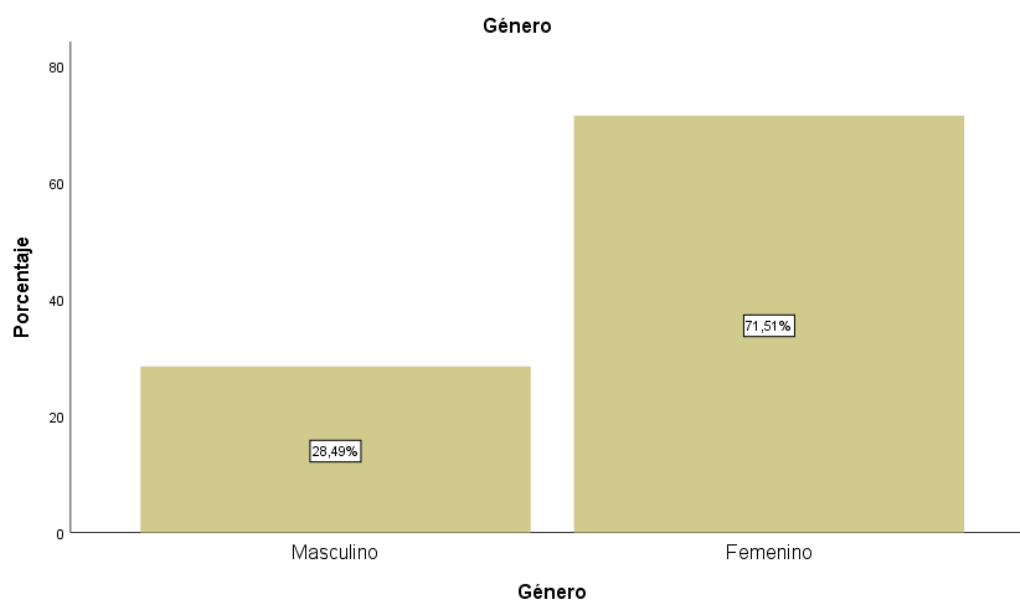


Análisis: Entre las encuestas realizadas a los turistas, se obtuvo que de los 179 encuestados el 13,41% provienen de la ciudad de Quito, seguido del 12,85% de la correspondiente Latacunga, a su vez Salcedo con el 10,06%, además del 8,36% de Ambato, también Riobamba con el 8,36%, Aloag con el 5,03%, Pillaro con el 4,47%, en cambio Pujilí con el 3,91%, entre Otavalo y Loja 3,35% cada uno, con 2,179% se encuentra en la ciudad de Ibarra, lo mismo ocurre con la ciudad de Baños, Cuenca, Cayambe, Machachi, Tambillo, Tumaco con el 2,23% cada uno, notoriamente con un bajo número están los turistas de Los Ríos, Guaranda, Pelileo, Venezuela, Puyo, Carchi, con el 1,68% cada uno, y con un mínimo porcentaje turistas de Guayaquil quienes representan el 0,56%.

Interpretación: La encuesta arroja como resultado que el número de turistas que deciden visitar el cantón Saquisilí son de Quito, Latacunga y Salcedo, por ende, es irregular la visita de turistas de la ciudad de Guayaquil, en su mayoría deciden visitar el cantón por las reconocidas y mencionadas ferias en las plazas y mercados, simbólicamente es conocido como el lugar de las "7 plazas" donde se puede apreciar el intercambio cultural y la gran variedad de artículos en cada una de ellas desde textiles, abarrotes, gastronomía entre otros.

**Pregunta N°3.-****Tabla 10***Género*

Género		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	51	5,7	28,5	28,5
	Femenino	128	14,2	71,5	100,0
	Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

**Figura 23***Género*

Análisis: El número total de encuestados representan a 179 turistas, por tal razón los datos representativos determinan que el 71,51% pertenecen a turistas femeninos, a más del 28,49% correspondientes a turistas masculinos, finalmente, con un número nulo de participación los otros géneros con el 0%.

Interpretación: La encuesta refleja que el turista de género femenino de diferentes edades es aquel que regularmente visita el cantón Saquisilí, son múltiples

las razones y motivaciones que han llevado a este segmento a explorar la tierra de las “7 plazas” entre ellas el comercio que se desarrolla por su gran variedad de frutas, legumbre, hortalizas en buen estado y a precios accesibles.

#### Pregunta N°4.-

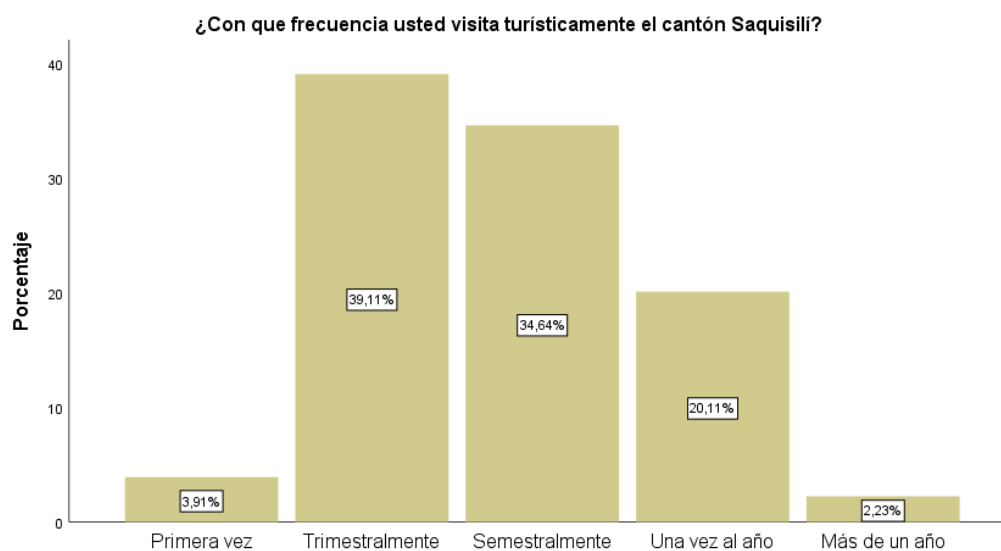
**Tabla 11**

*Frecuencia de visita*

¿Con que frecuencia usted visita turísticamente el cantón Saquisilí?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primera vez	7	,8	3,9	3,9
	Trimestralmente	70	7,8	39,1	43,0
	Semestralmente	62	6,9	34,6	77,7
	Una vez al año	36	4,0	20,1	97,8
	Más de un año	4	,4	2,2	100,0
	Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

**Figura 24**

*Frecuencia de visita*



Análisis: De los 179 turistas encuestados, el 39,11% menciona que trimestralmente visitan el cantón Saquisilí, seguido del 34,64% de turistas cuya

frecuencia de visita es semestralmente, lo mismo ocurre con el 20,11% quienes una vez al año visitan el cantón, a diferencia del 3,91% mismos que vienen por primera vez y por otra parte con el 2,23% quienes deciden visitar el lugar regularmente cada año.

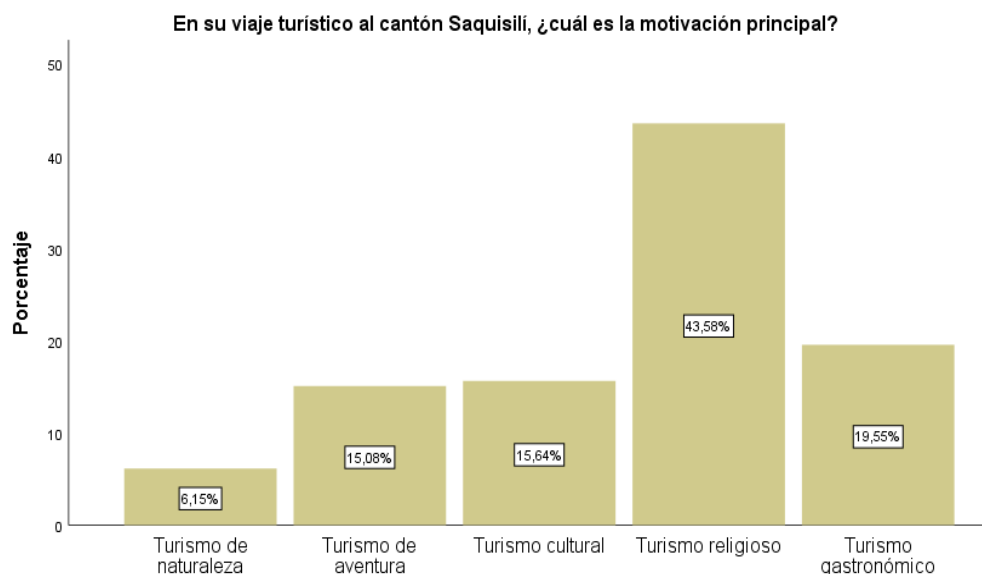
Interpretación: La encuesta determina que en su mayoría los turistas visitan frecuentemente el cantón Saquisilí cada tres meses debido al movimiento comercial que se desarrolla en las plazas y mercados donde se puede realizar actividades comerciales, culturales, turísticas entre otros.

#### **Pregunta N°5.-**

**Tabla 12**

#### *Motivación*

En su viaje turístico al cantón Saquisilí, ¿cuál es la motivación principal?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Turismo de naturaleza	11	1,2	6,1	6,1
	Turismo de aventura	27	3,0	15,1	21,2
	Turismo cultural	28	3,1	15,6	36,9
	Turismo religioso	78	8,7	43,6	80,4
	Turismo gastronómico	35	3,9	19,6	100,0
	Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

**Figura 25***Motivación*

**Análisis:** Del total de turistas encuestados correspondientes a 179 personas, el 43,58% determina que la motivación principal para visitar el cantón es el turismo de religioso, seguido del 19,55% de turistas quienes optan por realizar turismo gastronómico, lo mismo ocurre con el 15,64% quienes deciden realizar turismo cultural, a diferencia del 15,08% quienes tienen la motivación de realizar actividades del turismo de aventura y por otra parte con el 6,15% turismo de naturaleza.

**Interpretación:** Las cifras señalan que la motivación primordial para visitar el cantón Saquisilí es el turismo de religioso ya que sus habitantes son devotos que asisten a las iglesias de Saquisilí y el al Santuario del Señor del Árbol de Cuicuno, porque realizan oraciones, peticiones, peregrinaciones, ofrendas económicas o comúnmente florales para los diferentes milagros que requieren, una de las actividades es la limpia en cuy y hierba para identificar malestares, esto y más es parte del turismo religioso. El turismo de gastronómico es igual importante ya que los turistas optan por degustar los platos gastronómicos que ofertan en los diferentes establecimientos.



**Pregunta N°6.-****Tabla 13***Degustación*

¿Cuándo visita el cantón Saquisilí degusta de su cocina tradicional?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	179	19,9	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

**Figura 26***Degustación*

**Análisis:** Del total de turistas encuestados equivalente a 179 personas, el 100% señala que cuando realizan su visita al cantón Saquisilí degustan de la cocina tradicional.

**Interpretación:** En su totalidad los turistas realizan viajes con múltiples actividades entre ellas la alimentación es parte del itinerario, mismos que se organizan para conocer y degustar de platos que caracterizan a la cocina tradicional del cantón.

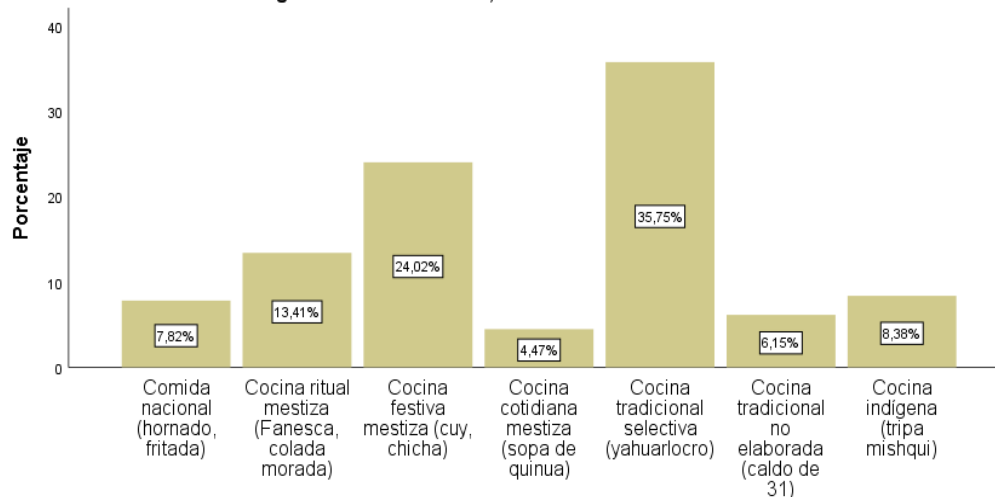
**Pregunta N°7.-****Tabla 14***Tipo de cocina tradicional*

Categorice el tipo de cocina tradicional que consume durante su viaje turístico, siendo 3 el más consumido, 2 regularmente consumido, 1 mínimamente consumido.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comida nacional (hornado, fritada)	14	1,6	7,8	7,8
	Cocina ritual mestiza (Fanesca, colada morada)	24	2,7	13,4	21,2
	Cocina festiva mestiza (cuy, chicha)	43	4,8	24,0	45,3
	Cocina cotidiana mestiza (sopa de quinua)	8	,9	4,5	49,7
	Cocina tradicional selectiva (yahuarlocro)	64	7,1	35,8	85,5
	Cocina tradicional no elaborada (caldo de 31)	11	1,2	6,1	91,6
	Cocina indígena (tripa mishqui)	15	1,7	8,4	100,0
	Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

Figura 27

*Tipo de cocina tradicional*

Categorice el tipo de cocina tradicional que consume durante su viaje turístico, siendo 3 el más consumido, 2 regularmente consumido, 1 mínimamente consumido.



Análisis: Del total de turistas encuestados equivalente a 179 personas, el 35,75% de turistas señala que el tipo de cocina tradicional que más consume durante su viaje turístico es la cocina tradicional selectiva, seguido del 24,02% quienes degustan de la cocina festiva mestiza, entre los regularmente consumido con el 13,41% la cocina ritual mestiza, seguido de la cocina indígena con el 8,38%, también con el 7,82% correspondiente a la cocina nacional, de manera que en la categoría que mínimamente son consumidos se encuentran con el 6,15% la cocina tradicional no elaborada y con el 4,47% la cocina cotidiana mestiza.

Interpretación: El tipo de cocina tradicional que los turistas más consumen durante su viaje turístico es la cocina tradicional selectiva, tipología que abarca ejemplos como el yahuarlocro, ya que son platos que habitualmente no son consumidos y a la vez laboriosos por la presencia de productos y especias que la componen. Continúa la cocina festiva mestiza donde se encuentra el plato representativo que es el cuy asado, que por lo general suelen realizarse en días

específicos como son las ferias comerciales por la concurrencia de demandantes y también en los paraderos junto a las panamericanas. Entre las cocinas que mínimamente se consume está la cotidiana mestiza como la sopa de quinua elaborada con grano local y generalmente se encuentra en la dieta de alimentación cotidiana elaborada fácilmente elaboradas en casa.

### Pregunta N°8.-

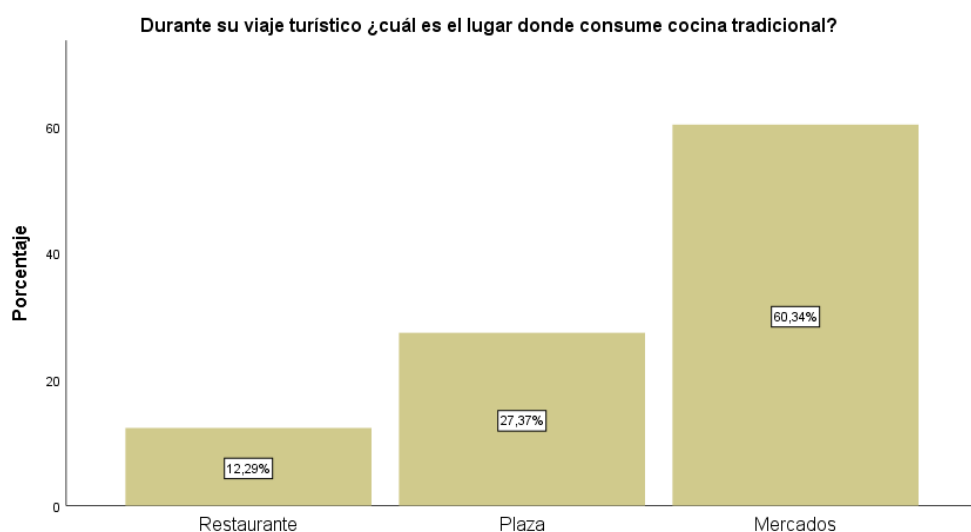
**Tabla 15**

*Lugar de consumo*

Durante su viaje turístico ¿cuál es el lugar donde consume cocina tradicional?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Restaurante	22	2,4	12,3	12,3
	Plaza	49	5,5	27,4	39,7
	Mercados	108	12,0	60,3	100,0
	Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

**Figura 28**

*Lugar de consumo*



Análisis: De los 179 turistas encuestados en el cantón Saquisilí, los turistas mencionan que durante su viaje turístico el lugar donde consume cocina tradicional

son los mercados quienes representan el 60,34%, a su vez con el 27,37% acuden a plazas, en cambio con el 12,29% optan por los restaurantes del cantón.

Interpretación: En su mayoría los turistas deciden consumir la cocina tradicional del cantón Saquisilí en las plazas y mercados debido a que es el lugar donde existe variedad de platos de la cocina tradicional local, precios cómodos y un ambiente cultural acogedor, con un bajo porcentaje son aquellos quienes deciden ir a los restaurantes mismos que señalan que es porque sus viajes al ser organizados incluyen las comidas de desayuno, almuerzo y cena en el establecimiento de alojamiento.

#### **Pregunta N°9.-**

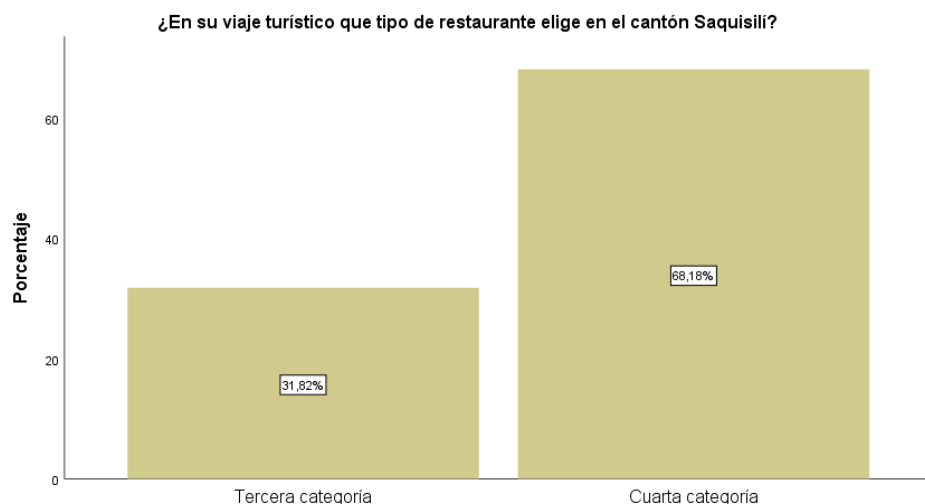
**Tabla 16**

*Tipo de restaurante*

¿En su viaje turístico que tipo de restaurante elige en el cantón Saquisilí?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primera categoría	0	0	0	0
	Segunda categoría	0	0	0	0
	Tercera categoría	7	,8	31,8	31,8
	Cuarta categoría	15	1,7	68,2	100,0
	Total	22	2,4	100,0	
Perdidos	Sistema	877	97,6		
Total		899	100,0		

**Figura 29**

## Tipo de restaurante



Análisis: De los 179 turistas encuestados, 22 personas señalaron que el lugar donde consume cocina tradicional son los restaurantes, mismos que señalaron el tipo de categoría a la cual recurren, con el 68,18% de turistas eligen la cuarta categoría, con el 31,82% acuden a restaurantes de tercera categoría, al igual que el restante de categorías no han sido consideradas siendo el 0%.

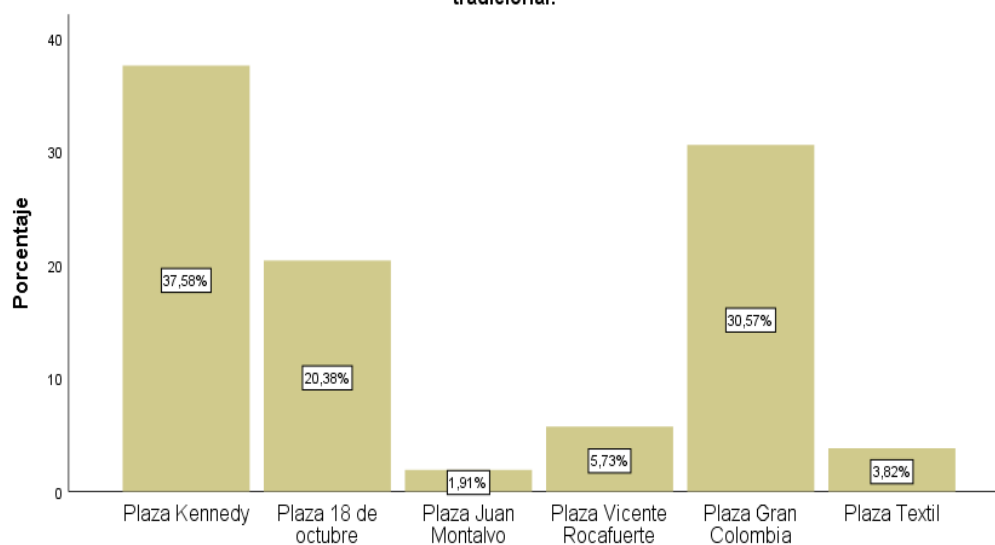
Interpretación: Los turistas que degustan de la cocina tradicional en restaurante en su mayoría acuden a establecimientos de cuarta y tercera categoría, dado que son locales comerciales que ofertan desayunos, almuerzos y meriendas con precios accesibles, entre sus opciones no están los establecimientos de alimentos y bebidas de segunda o primera categoría.

**Pregunta N°10.-****Tabla 17***Plazas y mercados*

Del siguiente listado cuáles plazas y mercados del cantón Saquisilí visita para degustar los platos de la cocina tradicional:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Plaza Kennedy	59	6,6	37,6	37,6
	Plaza 18 de octubre	32	3,6	20,4	58,0
	Plaza Juan Montalvo	3	,3	1,9	59,9
	Plaza Vicente Rocafuerte	9	1,0	5,7	65,6
	Plaza Gran Colombia	48	5,3	30,6	96,2
	Plaza Textil	6	,7	3,8	100,0
	Total	157	17,5	100,0	
Perdidos	Sistema	742	82,5		
Total		899	100,0		

**Figura 30***Plazas y mercados*

Del siguiente listado cuáles plazas y mercados del cantón Saquisilí visita para degustar los platos de la cocina tradicional:



Análisis: De los 179 turistas encuestados, 157 personas señalaron que los lugares donde consumen cocina tradicional son plazas y mercados, con el 37,58% corresponden a la Plaza Kennedy, a diferencia del 30,57% quienes recurren a la Plaza Gran Colombia, por otra parte, con el 20,38% la Plaza 18 de Octubre, también con el 5,73% la Plaza Vicente Rocafuerte, con el 3,82% la Plaza Textil y con el 1,91% la Plaza Juan Montalvo.

Interpretación: Las plazas y mercados poseen gran variedad de platos de la cocina tradicional del cantón, en su mayoría los turistas deciden visitar la Plaza Kennedy y La Gran Colombia pues es el lugar donde se encuentra la sección de alimentos, abarrotes, textiles, artesanías que llaman la atención al turista. Entre la sección de alimentos se encuentran sopas, platos fuertes, bebidas y postres, debido a su popularidad es el lugar donde existe la mayor concentración de turistas para degustar de la cocina tradicional, a diferencia de las otras plazas y mercado poseen baja participación ya que no cuentan con la infraestructura adecuada y recurren a establecimientos independientes como “coches ambulantes”.

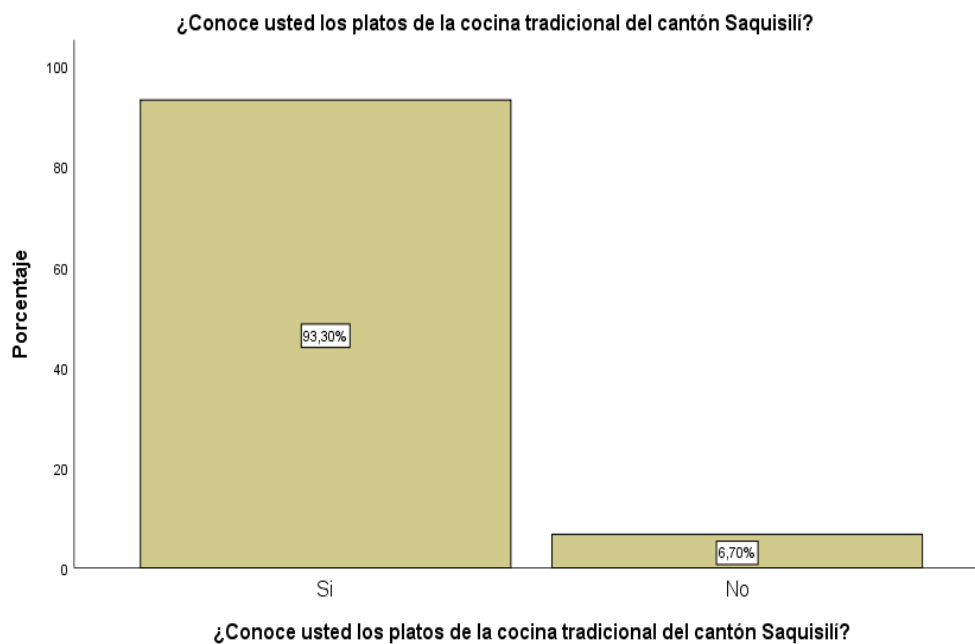
#### **Pregunta N°11.-**

**Tabla 18**

#### *Platos de la cocina tradicional*

¿Conoce usted los platos de la cocina tradicional del cantón Saquisilí?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	167	18,6	93,3	93,3
	No	12	1,3	6,7	100,0
	Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		



**Figura 31***Platos de la cocina tradicional*

**Análisis:** De los 179 turistas encuestados, el 92,18% afirman conocer los platos de la cocina tradicional del cantón Saquisilí, por consiguiente, el 7,82% restante señala que no conoce los platos de la cocina tradicional del cantón.

**Interpretación:** Los turistas en su mayoría mencionan sí conocer los platos de la cocina tradicional del cantón entre ellos indican las tortillas de maíz y el yahuarlocro, la minoría no se encuentran identificada con algún plato que represente al cantón ya que opinan que los diversos platos que se ofertan en el lugar se los puede encontrar fácilmente en otros cantones y provincias, por ende, desconocen de un plato como icono de la cocina tradicional.

## Pregunta N°12.-

Tabla 19

*Platos que degusta de la cocina tradicional de Saquisilí*

¿Cuál de los siguientes platos de la cocina tradicional del cantón Saquisilí es el que más usted degusta en su visita? Elija al menos 3 opciones por categoría, siendo 3 el más consumido, 2 regularmente consumido, 1 mínimamente consumido.

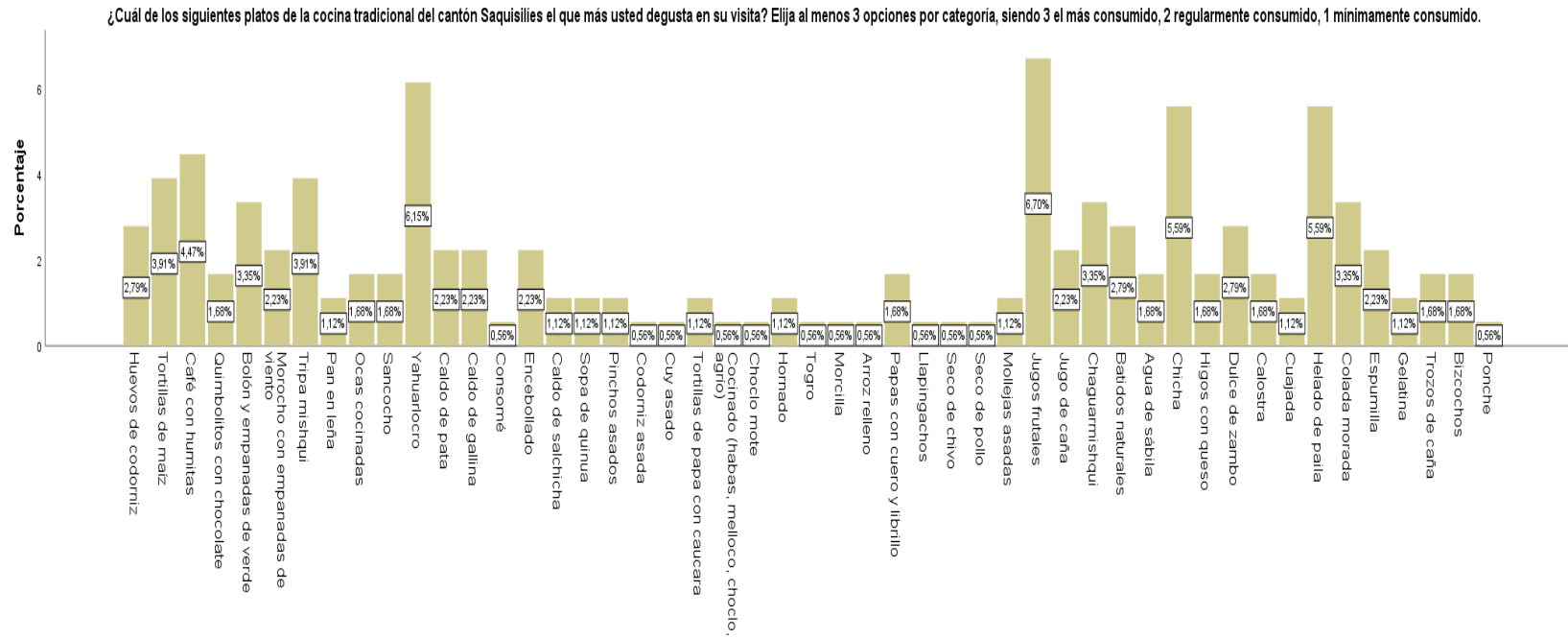
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Entradas	Huevos de codorniz	5	,6	2,8	2,8
	Tortillas de maíz	7	,8	3,9	6,7
	Café con humitas	8	,9	4,5	11,2
	Quimbolitos con chocolate	3	,3	1,7	12,8
Sopas	Bolón y empanadas de verde	6	,7	3,4	16,2
	Morocho con empanadas de viento	4	,4	2,2	18,4
	Tripa mishqui	7	,8	3,9	22,3
	Pan en leña	2	,2	1,1	23,5
Plato fuerte	Colada morada	3	,3	1,7	25,1
	Sancocho	3	,3	1,7	26,8
	Yahuarlocro	11	1,2	6,1	33,0
	Caldo de pata	4	,4	2,2	35,2
	Caldo de gallina	4	,4	2,2	37,4
	Consomé	1	,1	,6	38,0
	Encebollado	4	,4	2,2	40,2
	Caldo de salchicha	2	,2	1,1	41,3
	Sopa de quinua	2	,2	1,1	42,5
	Pinchos asados	2	,2	1,1	43,6
	Codorniz asada	1	,1	,6	44,1
Bebidas	Cuy asado	1	,1	,6	44,7
	Tortillas de papa con caucara	2	,2	1,1	45,8
	Cocinado (habas,	1	,1	,6	46,4

¿Cuál de los siguientes platos de la cocina tradicional del cantón Saquisilí es el que más usted degusta en su visita? Elija al menos 3 opciones por categoría, siendo 3 el más consumido, 2 regularmente consumido, 1 mínimamente consumido.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Postres	melloco, choclo, agrío)				
	Choclo mote	1	,1	,6	46,9
	Hornado	2	,2	1,1	48,0
	Togro	1	,1	,6	48,6
	Morcilla	1	,1	,6	49,2
	Arroz relleno	1	,1	,6	49,7
	Papas con cuero y librillo	3	,3	1,7	51,4
	Llapingachos	1	,1	,6	52,0
	Seco de chivo	1	,1	,6	52,5
	Seco de pollo	1	,1	,6	53,1
	Mollejas asadas	2	,2	1,1	54,2
	Jugos frutales	12	1,3	6,7	60,9
	Jugo de caña	4	,4	2,2	63,1
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaj acumulado
	Batidos naturales	5	,6	2,8	69,3
	Agua de sábila	3	,3	1,7	70,9
	Chicha	10	1,1	5,6	76,5
	Higos con queso	3	,3	1,7	78,2
	Dulce de zambo	5	,6	2,8	81,0
Calostra	3	,3	1,7	82,7	
Cuajada	2	,2	1,1	83,8	
Helado de paila	10	1,1	5,6	89,4	
Colada morada	6	,7	3,4	92,7	
Espumilla	4	,4	2,2	95,0	
Gelatina	2	,2	1,1	96,1	
Trozos de caña	3	,3	1,7	97,8	
Bizcochos	3	,3	1,7	99,4	
Ponche	1	,1	,6	100,0	
Total	179	19,9	100,0		
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

Figura 32

Platos que degusta de la cocina tradicional de Saquisilí



Análisis: Del total de encantados correspondiente a 179 turistas, se determina que, dentro del segmento de entradas correspondientes a los platos de la cocina tradicional del cantón, entre los que más degustan en su visita se encuentra el café con humitas con el 4,47% siendo el plato más consumido, seguido de la tripa mishqui con el 3,91% el regularmente consumido y sin duda el mínimamente consumido pan de leña con el 1,2%. En el segmento de sopas los que han sido reiteradamente nombrados es el yahuarlocro con el 6,15% siendo el más consumido, también el caldo de gallina proporcional al 2,23% siendo el regularmente consumido y respectivamente el menos consumido el consomé con el 0,56%.

Continuando con el segmento de platos fuertes se encuentran las papas con cuero y librilla 1,68% siendo el más consumido, de igual manera los pinchos asados con el 1,12% siendo regularmente consumido y mínimamente consumido el Togro con el 0,56%. Entre las bebidas se ubican los jugos frutales con el 6,70% siendo el más consumido, a más de la chicha con el 5,59% que es el regularmente consumido y el mínimamente consumido el agua de sábila con el 1,68%. El segmento postre cuenta con las selecciones repetitivas de helados de paila con el 5,59% siendo el más consumido, del mismo modo la colada morada con el 3,35% regularmente consumido y el ponche con el 0,56% correspondiente al mínimo de su consumo.

Interpretación: Los turistas cuando realizan sus viajes optan por una alimentación compuesta de entrada, sopa, plato fuerte, bebida y postres, donde es evidente que cuando existe una gran variedad de platos provenientes de una cocina tradicional, por tal razón es satisfactorio para el turista haber degustado de la mayoría de platos, por ende, se conoce que el perfil del turista gastronómico del cantón consume entrada de café con humitas, sopa de yahuarlocro, plato fuerte de papas con cuero y librilla, bebida de jugos frutales y postre helado de paila. En

algunos casos de es una alimentación independiente, es decir, de manera aleatoria solo elige uno de los segmentos que puede ser sopa o plato fuerte acompañado de una bebida.

### Pregunta N°13.-

**Tabla 20**

*Memoria colectiva, peligros de extinción u olvidados*

Del siguiente listado de platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí ¿usted cuál considera que aún se encuentra en la memoria colectiva, en peligro de extinción y cuál ya se ha olvidado? Elija al menos 5 opciones con la nomenclatura correspondiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Huevos de codorniz	4	,4	2,2	2,2
	Tortillas de maíz	3	,3	1,7	3,9
	Café con humitas	4	,4	2,2	6,1
	Quimbolitos con chocolate	3	,3	1,7	7,8
	Bolón y empanadas de verde	5	,6	2,8	10,6
	Morocho con empanadas de viento	4	,4	2,2	12,8
	Tripa mishqui	6	,7	3,4	16,2
	Pan en leña	3	,3	1,7	17,9
	Ocas cocidas	5	,6	2,8	20,7
	Sancocho	2	,2	1,1	21,8
	Yahuarlocro	5	,6	2,8	24,6
	Caldo de pata	2	,2	1,1	25,7
	Caldo de gallina	5	,6	2,8	28,5
	Consomé	3	,3	1,7	30,2
	Encebollado	4	,4	2,2	32,4
	Caldo de salchicha	1	,1	,6	33,0
	Sopa de quinua	1	,1	,6	33,5
	Pinchos asados	1	,1	,6	34,1
	Codorniz asada	1	,1	,6	34,6
	Cuy asado	6	,7	3,4	38,0
	Tortillas de papa con caucara	1	,1	,6	38,5
	Cocinado (habas, melloco, choclo, agrío)	1	,1	,6	39,1
	Hornado	4	,4	2,2	41,3

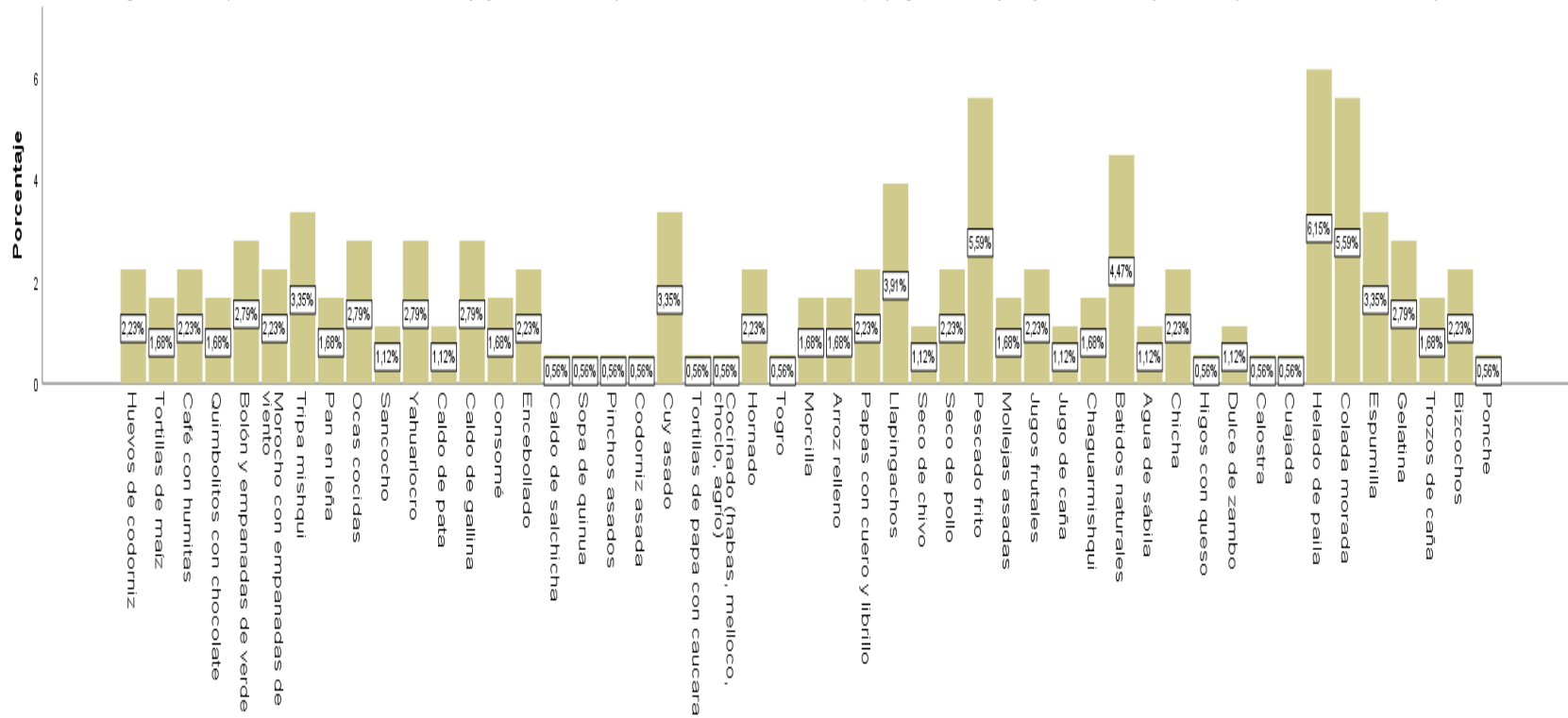
Del siguiente listado de platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí ¿usted cuál considera que aún se encuentra en la memoria colectiva, en peligro de extinción y cuál ya se ha olvidado? Elija al menos 5 opciones con la nomenclatura correspondiente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Togro	1	,1	,6	41,9
Morcilla	3	,3	1,7	43,6
Arroz relleno	3	,3	1,7	45,3
Papas con cuero y librillo	4	,4	2,2	47,5
Llapingachos	7	,8	3,9	51,4
Seco de chivo	2	,2	1,1	52,5
Seco de pollo	4	,4	2,2	54,7
Pescado frito	10	1,1	5,6	60,3
Mollejas asadas	3	,3	1,7	62,0
Jugos frutales	4	,4	2,2	64,2
Jugo de caña	2	,2	1,1	65,4
Chaguarmishqui	3	,3	1,7	67,0
Batidos naturales	8	,9	4,5	71,5
Agua de sábila	2	,2	1,1	72,6
Chicha	4	,4	2,2	74,9
Higos con queso	1	,1	,6	75,4
Dulce de zambo	2	,2	1,1	76,5
Calostra	1	,1	,6	77,1
Cuajada	1	,1	,6	77,7
Helado de paila	11	1,2	6,1	83,8
Colada morada	10	1,1	5,6	89,4
Espumilla	6	,7	3,4	92,7
Gelatina	5	,6	2,8	95,5
Trozos de caña	3	,3	1,7	97,2
Bizcochos	4	,4	2,2	99,4
Ponche	1	,1	,6	100,0
Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1	
Total		899	100,0	

**Figura 33**

*Memoria colectiva, peligros de extinción u olvidados*

Del siguiente listado de platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí ¿usted cuál considera que aún se encuentra en la memoria colectiva, en peligro de extinción y cuál ya se ha olvidado? Elija al menos 5 opciones con la nomenclatura correspondiente



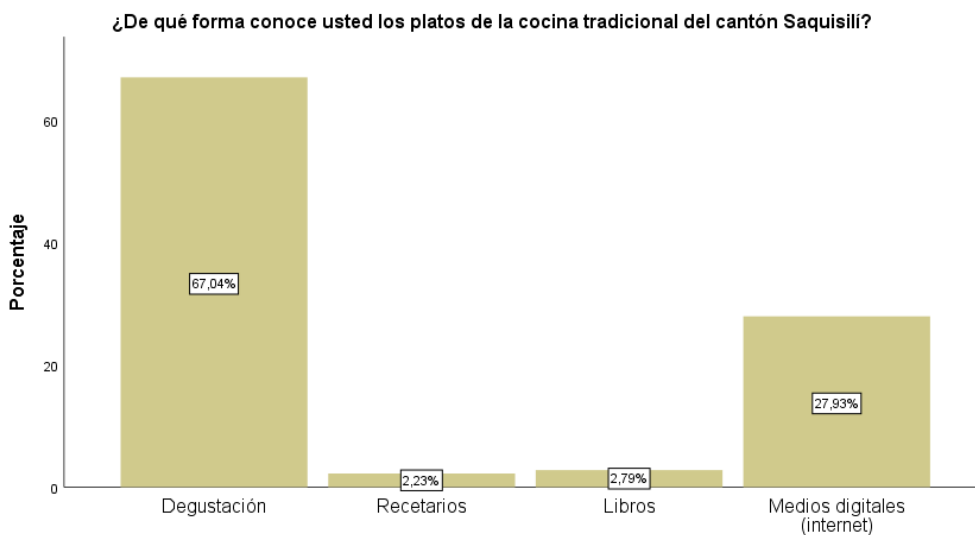


Análisis: Del total de encuestados correspondientes a 179 turistas, consideran que los cinco platos de la cocina tradicional que se encuentra en la memoria colectiva MC son: con el 6,15% helado de paila, con el 5,59% la colada morada y el pescado frito, seguido de los 4,47% batidos naturales y con el 3,91% los llapingachos. Entre los cinco platos que consideran los turistas en peligro de extinción PE están: tortilla de maíz, pan de leña, morcilla y chaguarmishqui cada uno con el 1,68%, también el dulce de zambo con el 1,12%. Finalmente, los cuatro platos de la cocina tradicional que se encuentran olvidados es el caldo de salchicha, togro, calostrá, ponche y cuajada cada uno con el 0,56%.

Interpretación: Los turistas consideran que en su mayoría los platos de la cocina tradicional del cantón Saquisilí permanece en la memoria colectiva ya que se los prepara a diario y particularmente se los encuentra en las plazas y mercados del cantón, son de consumo masivo como el caso de la colada morada, mismas que no se asocian a festividades religiosas como el día de los difuntos celebrada el 2 y 3 de noviembre, sin duda, aquellos que están en peligro de extinción son los que irregularmente son consumidos como el pan de leña ya que su competencia es el pan industrial, aquellos platos que son considerados olvidados se debe a que la producción es escasa debido al interés de continuar con el legado de preparación siendo el caso del togro y ponche que actualmente pierden interés ante el comensal.

**Pregunta N°14.-****Tabla 21***Forma de conocer*

¿De qué forma conoce usted los platos de la cocina tradicional del cantón Saquisilí?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Degustación	120	13,3	67,0	67,0
	Recetarios	4	,4	2,2	69,3
	Libros	5	,6	2,8	72,1
	Medios digitales (internet)	50	5,6	27,9	100,0
	Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

**Figura 34***Forma de conocer*

Análisis: De los 179 turistas encuestados, el 67,04% señalan que la forma en la que conocen los platos de la cocina tradicional del cantón Saquisilí es por degustación, también el 27,93% señala que se debe a los medios digitales, sin embargo, con el 2,79% acuden a libros y con una baja participación del 2,23% de encuestados conocen

por recetarios.

Interpretación: Los turistas aseveran que el método de degustación es una de la forma más conocidas porque se puede recomendar el lugar y el tipo de plato en función a sabores, cantidades y precios, la otra parte considera que el marketing a través de medios digitales, en especial las redes sociales son el canal para conocer ofertas, ferias ligadas al turismo donde se promociona la gastronomía local, sin embargo, la minoría acude a recetarios que son parte de su legado que va de generación a generación.

### Pregunta Nº15.-

**Tabla 22**

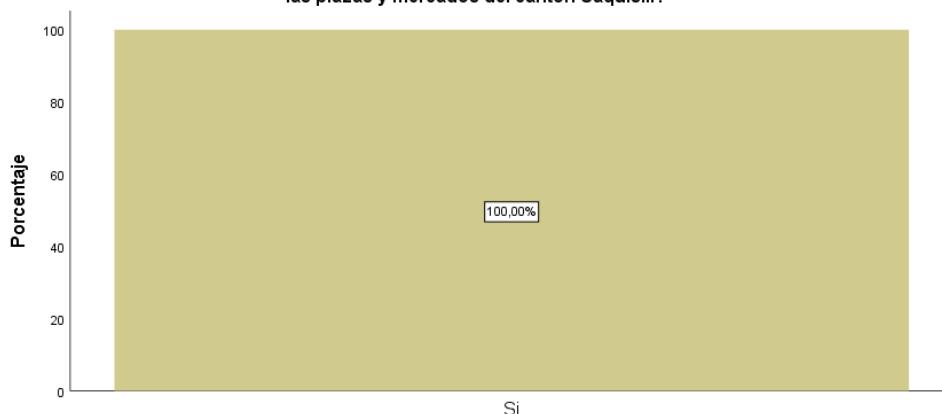
*Plan de Turismo Gastronómico*

¿Considera usted que se debería realizar un Plan de Turismo Gastronómico para fortalecer la gastronomía en las plazas y mercados del cantón Saquisilí?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	179	19,9	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

**Figura 35**

*Plan de Turismo Gastronómico*

¿Considera usted que se debería realizar un Plan de Turismo Gastronómico para fortalecer la gastronomía en las plazas y mercados del cantón Saquisilí?



Análisis: De los 179 turistas encuestados, el 100% consideran que se debería realizar un Plan de Turismo Gastronómico para fortalecer la gastronomía en las plazas y mercados del cantón Saquisilí.

Interpretación: En su totalidad los turistas manifiestan que para fortalecer la gastronomía local en las plazas y mercados del cantón Saquisilí es necesario impulsar proyectos que contengan estrategias para que de esta forma se pueda convertir a las “7 plazas” en un sector potencialmente gastronómico que promueva el desarrollo local.

### Pregunta N°16.-

**Tabla 23**

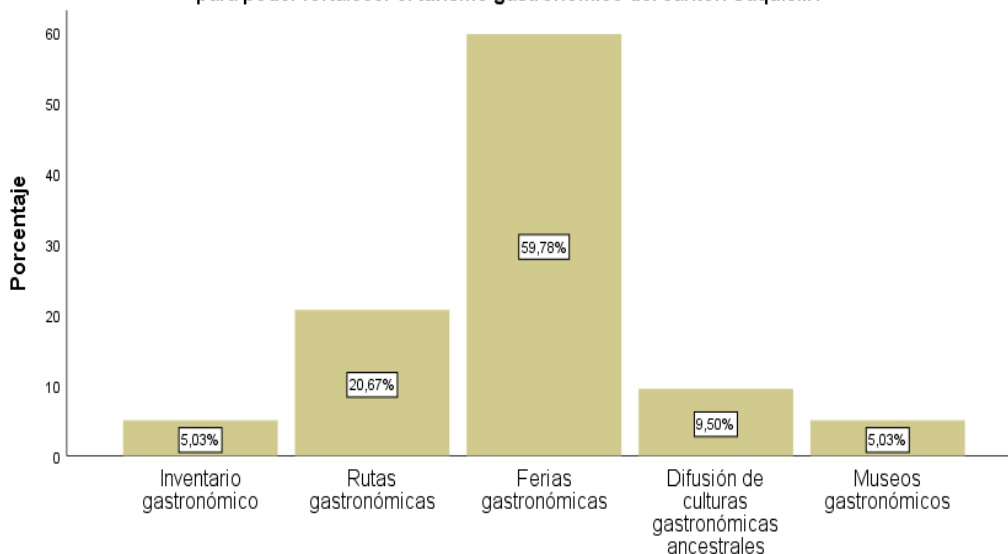
*Criterios del Plan de Turismo Gastronómico*

¿De acuerdo a su criterio dentro del Plan de Turismo Gastronómico cuál considera es la estrategia adecuada para poder fortalecer el turismo gastronómico del cantón Saquisilí?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Inventario gastronómico	9	1,0	5,0	5,0
	Rutas gastronómicas	37	4,1	20,7	25,7
	Ferias gastronómicas	107	11,9	59,8	85,5
	Difusión de culturas gastronómicas ancestrales	17	1,9	9,5	95,0
	Museos gastronómicos	9	1,0	5,0	100,0
	Total	179	19,9	100,0	
Perdidos	Sistema	720	80,1		
Total		899	100,0		

Figura 36

*Criterios del Plan de Turismo Gastronómico*

¿De acuerdo a su criterio dentro del Plan de Turismo Gastronómico cuál considera es la estrategia adecuada para poder fortalecer el turismo gastronómico del cantón Saquisilí?



Análisis: De los 180 turistas encuestados, el 59,78% consideran que dentro del plan de turismo gastronómico se debe considerar las ferias gastronómicas como la estrategia adecuada para poder fortalecer el turismo gastronómico local, seguido de la creación de rutas gastronómicas con el 20,67%, también con el 9,50% difundir la cultura gastronómica ancestral, con el 5,03%% manifiestan que se debería tener un inventario gastronómico, y finalmente los museos gastronómicos con el 5,03%.

Interpretación: Los encuestados señalan que el plan de turismo gastronómico es clave para promover estrategias que vinculen al turismo y la gastronomía siendo importante incentivar ferias gastronómicas donde se exponga la variedad de platos de la cocina tradicional, por lo que los anfitriones serían las personas con trayectoria en la elaboración de los platos, de igual forma trabajar en rutas gastronómicas con el objetivo de integrar las diferentes actividades y servicios turísticos a fin de consolidar una dimensión de desarrollo para la conformación del sistema turístico en el cantón. Una

vez tabulado los datos de la encuesta se procede a la entrevista estructurado y posteriormente de las fichas de recolección de información.

#### ***4.5.6. Tabulación y análisis de datos de la entrevista***

Para el desarrollo de la entrevista como una herramienta metodológica de carácter cualitativo, se realizó entrevistas personales vía online a los miembros del grupo selectivo, mismos que fueron agrupados y entrevistados de acuerdo con sus funciones que desempeñan en el área de turismo, a continuación, la guía de entrevista.

El presente instrumento esta direccionado a las entidades competentes y personas del campo profesional de turismo y cultura, con el objetivo de obtener criterios acerca de los platos de la cocina tradicional que permita identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con la finalidad de generar estrategias de salvaguardas.

Tabla 24

## Análisis de la entrevista

CUESTIONARIO	RESPUESTA	CUESTIONARIO	RESPUESTA
	<b>Ing, Verónica Herrera Directora de Turismo del GAD Pujilí</b>		<b>Ing, Verónica Herrera Directora de Turismo del GAD Pujilí</b>
Pregunta 1: ¿Conoce qué es cocina tradicional?	“Se supone es la astronomía elaborada de sus orígenes, costumbres y tradiciones”	Pregunta 11: A futuro tienen planificado realizar un programa cultural en relación con la cocina tradicional y el turismo, ¿cuál?	“Se ha trabajado en spot publicitarios, ahora se necesita promocionar con los protocolos de bioseguridad, la promoción en Ecuador es de familia a familia”
Pregunta 2: ¿Conoce la tipología de la cocina tradicional ecuatoriana?	“Se resume de acuerdo con los tipos y categorías de un inventario de la gastronomía se han identificado herencias de familia a familia, pero no hay categorías”	Pregunta 12: ¿El cantón Pujilí cuenta con inventario de recursos turísticos?	“Todos los Gads deben realizar el inventario, pero la categorización hace el Ministerio de Turismo”
Pregunta 3: ¿Conoce las épocas de la cocina tradicional ecuatoriana?	“Me imagino desde se ha identificado desde el nacimiento de las cosechas y su relación con fiestas en el territorio”	Pregunta 13: ¿El inventario incluye a la gastronomía del cantón Pujilí?	“No porque no cumplen con los requisitos, pero si hay atractivos naturales y culturales”
Pregunta 4: ¿Qué plato de la cocina tradicional considera usted que es el de mayor demanda en el cantón Pujilí?	“Pujilí tienen varios por parroquias, es reconocido la morcilla, hormado, chaguarmishqui, jucho, asado de borrego, pan, chicha, cereales, caña de azúcar, pescado, seco de gallina, de acuerdo con la temporada y clima, otro es la trucha”	Pregunta 14: ¿Cuáles son los requisitos para registrar a la gastronomía como recurso turístico en el inventario de atractivos naturales y culturales?	“El Ministerio pide requisitos, se necesita predisposición de la persona es importantes estar prestos a la sugerencia de manejo de alimentos”
Pregunta 5: ¿Qué plato de la cocina tradicional del cantón Pujilí considera usted que se promociona a nivel regional y nacional?	“Por la comercialización son las morcillas de dulce y el hormado y chaguarmishqui que son conocidos y potenciado en el cantón”	Pregunta 15: ¿Existen actividades turísticas que oferten los platos de la cocina tradicional del cantón Pujilí?	“Hay rutas que ofertan platos típicos del cantón de forma autóctona como es el choclo y las habas”
Pregunta 6: ¿Existen lineamientos para que las plazas y mercados del cantón Pujilí oferten alimentos y bebidas tradicionales?	“Es un manejo del departamento de Planificación, se hizo un mercado cerrado para brindar la comida típica, como el mote con fritada pequeña, jugos incluso incorporar las posadas, aquí están platos típicos de la costa y aquí hay variedad”	Pregunta 16: ¿El cantón Pujilí cuenta con rutas gastronómicas?	“Las rutas gastronómicas están dentro de las rutas del Danzante y del Páramo”

CUESTIONARIO	RESPUESTA	CUESTIONARIO	RESPUESTA
	<b>Ing, Verónica Herrera</b> <b>Directora de Turismo del GAD Pujilí</b>		<b>Ing, Verónica Herrera</b> <b>Directora de Turismo del GAD Pujilí</b>
Pregunta 7: ¿Brindan asesoría técnica para la correcta organización del área de alimentos y bebidas en plazas y mercados del cantón Pujilí?	“No es competencia de la Dirección de Turismo, los que están a cargo del área de plazas y mercado, ellos manejan lineamientos de bioseguridad y manejo de alimentos”	Pregunta 17: ¿De qué manera se puede fortalecer el turismo gastronómico en las plazas y mercados del cantón Pujilí?	“Tratar de brindar capacitaciones para adecuar los locales es cuestión de infraestructura”
Pregunta 8: ¿Existen cursos de capacitación para los comerciantes de alimentos y bebidas de las plazas y mercados del cantón Pujilí?	“Es competencia de plazas y mercados, se asiste con capacitaciones a establecimientos AA&BB no ha plazas ni mercados”	Pregunta 18: ¿Considera usted que las plazas y mercados del cantón Pujilí son lugares referentes del turístico gastronómico?	“Aún no, es más tema comercial que turístico, los que ofertan platos típicos tienen recelo a explicar la comida y no deciden involucrarse en el turismo”
Pregunta 9: ¿Existen cursos de capacitación para los comerciantes de alimentos y bebidas de las plazas y mercados del cantón Pujilí?	“Es competencia del área de plazas y mercados”	Pregunta 19: ¿Considera usted que se debería realizar un Plan de Turismo Gastronómico para fortalecer la gastronomía en las plazas y mercados del cantón Pujilí?	“El plan gastronomía no tanto para plazas y mercado debería primero valorización de los platos típicos del cantón, fortalecimiento, rescate ya que hay platos que están perdiéndose y otros ya olvidados, la gastronomía aquí es especial es único los platos de la zona Sierra Centro”
Pregunta 10: ¿Han realizado algún programa cultural de cocina tradicional, en qué fecha, ¿cuál fue el objetivo, quienes participaron, quienes asistieron y que platos de la cocina tradicional se presentó?	“A nivel nacional se ha participado con la gastronomía quedando en segundo lugar con el hormado, los otros programas son en la radio y medio de comunicación, la última vez se participó en radio tv por provincialización de Cotopaxi, se promociono el hormado, las artesanías y todo en cocina”	Pregunta 20: ¿A su criterio dentro del Plan de Turismo Gastronómico cuál considera es la estrategia adecuada para poder fortalecer el turismo gastronómico del cantón Pujilí?	“Trabajar en la revalorización y rescate de la gastronomía, porque se está perdiendo las recetas de generación en generación”



Análisis: En base a los datos provenientes de las encuestas aplicadas a los turistas que visitan el cantón Pujilí se puede apreciar que el número considerable de visitantes oscilan entre los 26 y 35 años, notoriamente se lo atribuye al segmento de turista joven adulto, mismos que provienen de las ciudades de Latacunga, y Quito debido a la cercanía que los representa.

Por otra parte, el indicador de género femenino es superior al género masculino y otros, así pues, la frecuencia de visita al cantón es a partir de los seis meses, por esa razón la motivación tiende a diversificarse ya que se dirigen para realizar actividades turísticas relacionadas al turismo de aventura, puesto que el lugar cuenta con atractivos naturales y culturales como el centro histórico de Pujilí, monumentos del Danzante, laguna de Quilotoa, cañón del Toachi, mercado de Zumbahua, pinturas de Tigua, lugares atractivos para el turista donde se pueden realizar kayak, avistamiento de flora y fauna, trekking, cabalgatas, entre otras actividades, para el turista visitar Pujilí es motivo de descanso, diversión y aventura.

La totalidad de turistas durante sus recorridos realizan una parada técnica para degustar de platos representativos de la cocina tradicional del cantón, para el visitante que decide conocer Pujilí es apetecible la cocina festiva mestiza debido a que el término mestizo se lo atribuye a la llegada de los españoles al país, por ende, se entiende como la unión de los procesos culinarios de la cultura española con la indígena, es festiva porque sus platos son consumidos en ocasiones especiales como fechas festivas ligadas a la tradición de los españoles como bautizos, matrimonios, primera comunión y otros acontecimientos, también se consume en fechas religiosas como la Semana Santa, Día de los difuntos, Navidad, entre otras, estos platos como el cuy y la chicha de jora han sido parte de la oferta gastronómica que se los encuentra en los restaurantes de cuarta categoría que regularmente acuden, plazas y mercados específicamente se

puede degustar en la Plaza Sucre por su gran variedad de platos de la cocina tradicional, dando como resultado que el perfil de turista gastronómico del cantón Pujilí consume mayormente entrada de tortillas de maíz, sopa de yahuarlocro, plato fuerte de hornado, bebida de jugo frutales y postre espumilla.

Se puede notar que los platos restantes son evaluados y se determina que en la memoria colectiva del turista están las preparaciones de consumo masivo como son las salchipapas, en peligro de extinción está el caldo de 31 y el agua de sábila por su baja demanda y desconocimiento del nombre, mientras que los olvidados está el chaguarmishqui, dulce de zambo, calostrá y cuajada ya que compiten con postres industrializados.

Los turistas consideran que la mejor forma de conocer esta variedad de platos es por degustación y publicidad mediática en redes sociales, las opiniones motivan a seguir impulsando este sector por medio del plan de turismo gastronómico donde las ferias gastronómicas serían la mejor estrategia para fortalecer el turismo y la cocina tradicional con la que cuenta el cantón.

En el caso del cantón Saquisilí se determinó que los visitantes que regularmente lo visitan se encuentran entre los 36 y 45 años, un segmento de turista adulto, cuyo lugar de procedencia es Quito, Latacunga y Salcedo puesto que en su mayoría deciden hacer Full Day, es decir, visita de un solo día y la distancia es factor clave para este tipo de viajes.

En efecto el turista de género femenino es aquel que predomina en el entorno, de manera que su frecuencia de visita es al menos una vez cada tres meses, del mismo modo las cifras señalan que la motivación primordial para visitar el cantón Saquisilí es el turismo religioso ya que sus habitantes son devotos y las actividades consisten en visitar

las iglesias y santuarios de Saquisilí, consideran que una parada obligatoria es la visita al simbólico Señor del Árbol de Cuicuno, lugar que se aprovecha para realizar oraciones, peticiones, peregrinaciones, ofrendas económicas y florales, otra de las actividades son las famosas limpias en cuy y con hierba medicinales con el propósito de identificar malestares, es decir una especie de diagnóstico, este tipo de turismo ha crecido tras la presencia de la crisis sanitaria que atraviesa el país y el mundo.

Entre las razones de visitar el lugar se encuentra la degustación de platos que caracterizan a la cocina tradicional del cantón, la alta demanda por la cocina tradicional selectiva se debe a que sus recetas son complejas y se puede encontrar regularmente en la Plaza Kennedy, Plaza 18 de octubre y Plaza Gran Colombia, a más de restaurantes de cuarta y tercera categoría.

Los turistas que visitan de forma continua el lugar conocen los platos de la cocina tradicional, por lo que se ha identificado que el perfil del turista gastronómico del cantón Saquisilí consume entrada de café con humitas, sopa de yahuarlocro, plato fuerte de papas con cuero y librilla, bebida de jugos frutales y postre helado de paila, sin embargo, señalan que aquellos que permanecen en la memoria colectiva de debe al consumo masivo de la comúnmente colada morada, en peligro de extinción se ubica el pan de leña y finalmente pierde interés y se encuentra en proceso de ser olvidado es el togro y ponche, en conclusión aseguran que la degustación es la mejor forma de conocer un plato. Los visitantes apoyan la noción que el Plan de Turismo Gastronómico es una estrategia que ayuda a fortalecer la cocina tradicional, para ellos la planificación debe contemplar las ferias gastronómicas con el objetivo de integrar a la comunidad receptora, actividades y servicios turísticos a fin de consolidar una dimensión de desarrollo para la conformación del sistema turístico en el cantón.

Una vez analizado de forma sistemática los resultados de la encuesta y entrevista es pertinente identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de modo que, se pueda desarrollar el plan de turismo gastronómico que permita valorizar la cocina tradicional a fin de promover estrategias de mejora en beneficio de la población local, además de promover soluciones y acciones para las debilidades y amenazas identificadas.

#### **4.5.7. Fichas de observación**

Una La caracterización de los platos de la cocina tradicional se plasma en la ficha del Atlas de Productos Elaborados **(2019)**. Entre los factores expuestos están:

- Fotografía: ilustración gráfica del plato de la cocina tradicional
- Nombre del producto: nombre conocido en la plaza y mercado
- Ancestralidad: históricamente en que época se ubica, si es prehispánico, criollo o contemporáneo
- Época de consumo: si son en época de días festivos o días cotidianos
- Zonas tradicionales de consumo
- Parroquia, cantón: ubicación geográfica
- Plaza o mercado: nombre de la plaza o mercado
- Ingredientes: los principales productos primarios que se usa para su elaboración
- Formas de preparación: métodos, técnicas y procesos culinarios que se emplea
- Propiedades: beneficios obtenidos del consumo del plato de la cocina tradicional
- Estado de conservación: si se encuentran en la memoria colectiva, peligro de extensión u olvidados.

#### 4.3.7.1. Modelo de ficha del Atlas de Productos Elaborados

**Figura 37**

*Ficha del Atlas de Productos Elaborados*

Nombre del producto		Imagen
Ancestralidad		
Época de consumo		
Lugares de consumo		
Descripción		
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Plaza o mercado:	
Ingredientes	Formas de preparación	
Propiedades		
Estado de conservación		

*Nota:* Ficha del Atlas de Productos Elaborados (2019)



#### 4.3.7.2. Proceso de llenado de la Ficha del Atlas de Productos Elaborados

Durante el análisis del objeto de estudio, se acudió a las diferentes plazas y mercados de los cantones para realizar la respectiva averiguación y toma de fotografía, una vez completada la información se procedió a complementar la matriz, cabe mencionar que algunos PCT tienden a repetirse en las diferentes plazas o mercados, por ende, se ha mencionado una sola vez, a continuación, se expone un modelo de ficha completa.

A manera de ejemplo se describe la ficha de la chicha de jora:

Figura 38

*Ficha de la chicha de jora*

Nombre del producto	Chicha de jora	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Festivo	
Lugares de consumo	Hogares	
Descripción	Bebida tradicional consumida en celebraciones religiosas, eventos festivos, a base del maíz llamado jora que necesita ser fermentado.	
Zonas tradicionales de consumo		
Cartón	Plaza o mercado:	
Pujilí, Saquisilí	Plaza Sucre, Plaza Gran Colombia	
Ingredientes	Formas de preparación	
Polvo de jora, piña, caña, panela, especias dulces	La jora debe cocinarse con las especias dulces, añadir el dulce que debe ser panela, a la manera tradicional machucar la caña con todo cascara y partir la piña, terminada la mezcla hay que trasladar a un recipiente de madera llamado barril o tanque de plástico para que ahí se fermente, dejar enfriar y tapar.	
Estado de conservación	En peligro de extinción	

*Nota.* La figura describe la ficha de la chicha de jora.

- **Procedimiento para el llenado de la ficha**

El grupo investigador ha visto pertinente realizar el proceso de llenado de las fichas por medio de la recolección de información insitu, es decir, en el lugar donde se expende con mayor frecuencia el plato de la cocina tradicional, por lo que a continuación se detalla el procedimiento:

- Se procede al punto geográfico donde se expende el plato de la cocina tradicional, en este caso a la plaza Sucre de Pujilí

- Identificado la chicha de jora se solicita al expendedor colaborar con información para detallar en la ficha.
- La interrogante inicia con el nombre del producto, en otros casos su nombre es traducido del kichua, una vez obtenido el nombre popularmente conocido se anota en el espacio correspondiente.
- La ancestralidad es el periodo en el cual surgió, el entrevistado afirma que sus abuelos lo hacían, pero era de otra forma, con ese dato se busca contrarrestar de forma técnica con profesionales por lo cual se recurre al Ministerio de cultura del Gad a consultar el periodo, concluyendo que la bebida aparece con la llegada de los españoles, entonces es una bebida criolla.
- Seguido del lugar de consumo, suele verse con mayor presencia en festividades religiosas y eventos festivos y comercialmente en las plazas y mercados.
- La descripción es un breve resumen de la bebida, es decir, popularmente como se la conoce.
- Luego se identifica el lugar, este espacio es la zona tradicional del consumo, donde se considera el cantón, la plaza o mercado donde se lo puede encontrar.
- Al autor se le consulta sobre los ingredientes que suele usar y la preparación, de forma tradicional cuál es el proceso, en este apartado se coloca la información real ya que el productor de la bebida desconoce de técnicas y términos gastronómicos.
- Finalmente, el estado de conservación se mide en función de la demanda y criterio del entrevistado ya que si hay alta demanda es porque permanece en la memoria colectiva, si demanda es mínima está en proceso de ser olvidado y por último puede estar en peligro de extinción al no ser consumido, la chicha de jora es mínimamente consumido.

De la forma mencionada anteriormente se realiza el proceso con el restante de platos de la cocina tradicional tanto de los cantones Pujilí y Saquisilí, por medio de una matriz general.

#### **4.3.7.3 Matriz de los platos de la cocina tradicional de los cantones Pujilí y Saquisilí**

La presente matriz tiene la finalidad de exponer los diferentes PCT con sus respectivos componentes, en síntesis, permite una visualización ampliada de la oferta gastronómica en las plazas y mercados según la categoría de entradas, sopas, platos fuertes, bebidas y postres, por consiguiente, se detalla la matriz.



Tabla 25

## Matriz de los platos de la cocina tradicional de los cantones Pujilí y Saquisilí

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
Entradas	Tortillas de maíz	Criollo	Cotidiano Festividades	Hogares Plazas y mercados	Masa a base de maíz con relleno, actualmente comercial.	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia Mercado Augusto Lema Enriquez	Polvo de maíz Queso tierno Cebolla Sal Manteca de chancho	Colocar en agua caliente en el polvo de maíz, ir amasando, formar una pequeña porción para incorporar el relleno y freír	Peligro de extinción
	Café con humitas	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Humitas de tipo pan tradicional a base de maíz maduro envuelta con hoja del mismo producto.	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Café Maíz maduro Queso tierno Cebolla Manteca de chancho Hoja de choclo	Preparar el café, para las humitas moler el maíz maduro, cernir y amasar, luego poner el relleno de queso y cebolla y sellar la masa en la hoja.	Memoria colectiva
	Café con bolón y empanadas de verde	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	De verde majado con relleno incluido, presentación en forma redonda y ovalada.	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Verde Sal Chicharrón	Cocer el verde con sal, rallar el restante de verde, hacer una masa y rellenar con chicharrón, igual la empanada amasar y formar una figura ovalada.	Memoria colectiva
	Morocho con empanadas de viento	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados	Triturado de morocho, cernido y licuado,	Pujilí Saquisilí	Plaza Gran Colombia	Morocho Cebolla Panela Leche	Cocer el morocho, añadir la apanadura con la cebolla y la leche.	Memoria colectiva

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
				Restaurantes	mezclado con maicena y empanada de harina con relleno.		Mercado Augusto Lema Enríquez Mercado Rosalino Ruíz Plaza Luis Felipe Chávez Plaza Kennedy Plaza Vicente Rocafuerte			
	Huevos de codorniz	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Huevos de porción pequeña cocidos insitu	Saquisilí	Plaza Gran Colombia Mercado Augusto Lema Enríquez Mercado Rosalino Ruíz	Huevos de codorniz sal	Cocer a fuego medio por siete minutos, pelar y añadir sal.	Memoria colectiva
	Quimbolito con chocolate	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Masa de harina envuelta de hoja de canna indica.	Saquisilí	Plaza Gran Colombia	Harina Polvo de hornear Leche Huevos Manteca de chancho Mantequilla Hojas de canna indica	Lavar las hojas, batir la harina con los ingredientes, formar una consistencia espesa y envolver en la hoja para cocer a vapor.	Memoria colectiva
	Tripa mishqui	Criollo	Cotidiano	Plazas y mercados	Veceras de res con achiote asadas al carbón	Saquisilí	Plaza Gran Colombia	Tripas de res Achiote Culantro Limón	Lavar las tripas con limón, poner cilantro y achiote y llevar a la braza	Olvidado

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
	Pan de leña	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados	Pan de trigo horneado a leña, de aspecto duro.	Saquisilí	Plaza Gran Colombiana	Harina Levadura Huevos Mantequilla Sal	En la harina tamizada colocar los huevos, el polvo de hornear, sal y la mantequilla derretida, amasar por una hora hasta que la masa este suave y llevar al horno de leña.	Peligro de extinción
	Ocas cocinadas	Prehispánico	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados	Tubérculo endulzado con el sol y después cocido	Saquisilí	Plaza Gran Colombiana Mercado Augusto Lema Plaza Kennedy Plaza Vicente Rocafuerte	Ocas	Dejar las ocas cosechadas al sol por siete días y cocerlas	Olvidado
<b>Sopas</b>	Caldo de cabeza de borrego	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados	Sopa a base de la cabeza de borrego tradicionalmente quemada	Pujilí	Plaza Gran Colombiana	Cabeza de borrego Mote Sal Leche Culantro Cebolla	Quemar la cabeza de borrego para un mejor sabor, añadir mote y finalmente leche, poner sal al gusto y hierbitas	Peligro de extinción
	Caldo de gallina	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Caldo de gallina criada a grano	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombiana	Gallina de campo o de grano Papas Culantro Cebolla Sal	Cocer la gallina hasta que se haga suave, añadir la sal y papas y al servir colocar el culantro con la cebolla picada.	Memoria colectiva
	Yahuarloco	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados	Sopa de diferentes tripas de	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado	Vieras de cerdo Limón	Lavar las veceras con limón, cocer a fuego alto con las	Memoria colectiva

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
Sopas				Restaurantes	cerdo		Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Papas Sal Aguacate Sangre Cebolla	papas, añadir sal y al momento de servir colocar el aguacate con la cebolla y el culantro	
	Sopa de arroz de cebada	Prehispánico	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Sopa tradicionalmente servida los días lunes por buena suerte, aseguran que la cebada atrae la prosperidad	Pujilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz	Arroz de cebada Col Sal Zanahoria Cebolla	Hervir el arroz de cebada, colocar la sal con la zanahoria y la cebolla picada, añadir la col y servir.	Memoria colectiva
	Caldo de 31	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados	Caldo de diferentes tripas, veceras de res	Pujilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Leche Papas Viseras de res Cebolla blanca Sal	Cocer las vísceras de res con cebolla y sal, añadir abundantes papas y servir.	Olvidado
	Sopa de fideo	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Sopa de harina procesada en forma de fideos	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Papa chaucha Sal Leche Achiote Fideo	Cocer el fideo, en el hervor poner las papas, añadir sal, finalmente poner la leche y el achiote,	Memoria colectiva
	Sopa de lenteja	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Sopa de grano denominado lentejas usado para sopa o menestras	Pujilí	Plaza Gran Colombia	Lenteja Col Cebolla blanca Zanahoria Hueso de res	Cocer el hueso de res con la lenteja, añadir la cebolla blanca y zanahoria picada, finalmente la col y servir.	Memoria colectiva
	Encebollado	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Caldo a base de albacora un tipo de pescado de agua salda, acompañado	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza	Pez albacora Ají peruano Cebolla perla	Hacer un refrito de cebolla y tomate en brunua, añadir el agua, poner la albacora. Aparte cocer la yuca y	Memoria colectiva

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
					de vegetales		Gran Colombia	Tomate de riñón Albaca Yuca Sal	aplastarla, cernir el caldo y licuar para que de espesor. Añadir la albaca y rectificar la sal. Servir con cebolla pluma en pluma y culantro.	
	Caldo de pata	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Caldo obtenido de la cocción de las patas de res, se consume con mote	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Pata de res Mote Leche Orégano de sal	Cocer la pata de res con cebolla blanca larga y sal, añadir mote y leche. Finalmente colocar orégano seco	Memoria colectiva
	Sancocho	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Sopa formada de vegetales y proteína	Saquisilí	Plaza Gran Colombia	Plátano verde Choclo Yuca Maní Carne de res Sal Cebolla blanca	Picar el verde y choclo, pelar la yuca poner a cocer con sal y cebolla blanca, añadir carne de res y finalmente licuar un plátano verde con maní y dejar cocer para servir.	Memoria colectiva
	Consomé	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Sopa ligera de arroz y menudencia de pollo	Saquisilí Pujilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Menudencia de pollo Arrocillo Culantro Cebolla blanca Sal	Poner a cocer la menudencia de pollo con el arrocillo y sal. Aparte hacer picadillo de culantro y cebolla. Servir todo unido	Memoria colectiva
	Caldo de salchicha	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Caldo tradicional de la costa a base de salchichón negro relleno	Saquisilí	Plaza Gran Colombia	Morcilla Manteca de chancho Ajo, sal, pimienta Cebolla paiteña Tomate de riñón	Picar en brunua cebolla pitaña tomate de riñón y ajo, poner sal y pimienta para el refrito, añadir agua con la yuca en trozos, dejar hervir y colocar la morcilla con una	Peligro de extensión

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
<b>Platos fuertes</b>								Yuca Culantro	ada de manteca de chanco	
	Cuy asado	Prehispánico	Cotidiano Festividades	Hogares Plazas y mercados	Conoció como plato andino por la presencia del cuy	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombiana	Cuy Papas Maní Lechuga Tomate Ajo Cebolla blanca Sal Leche	Adobar el cuy con sal, ajo y la cebolla blanca, a fuego lento dorarle en leña. Hervir las papas con sal y rama de cebolla blanca. Para la salsa licuar el maní con leche. Servir todo unido con la lechuga y rogada de tomate.	Peligro de extensión
	Hormado	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados		Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombiana	Carne de cerdo Aji peruano Ajo Cebolla blanca Papas Huevo Queso Tomate Cebolla paiteña Mote Sal y azúcar	La carne poner el aliño (ajo, aji peruano, cebolla blanca y sal licuados) y hornear. Cocer las papas con sal, para las tortillas aplastarlas, añadir los huevos y hacer bolas, poner en el centro queso y freír con manteca de chanco. Para el agrio cortar la cebolla en forma circular y tomate en brunua añadir sal y azúcar. Servir con mote cocido.	Memoria colectiva
Morcilla	Criollo	Cotidiano	Plazas y mercados	Tripada cerdo-rellena sangre, arroz y col.	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombiana	Sangre de cerdo Tripa de cerdo Cebolla perla Sal Manteca de chanco Arroz	Cocer el arroz y col aparte e ir incorporando sangre de cerdo, cebolla en brunua, un poco de manteca de chanco, col y culantro, mezclar todo hasta formar una masa, embutir	Olvidado	

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
<b>Platos fuertes</b>								Culantro	en la tripa y cocer.	
	Asado de borrego	Criollo	Cotidiano	Plazas y mercados	Asado de carne de borrego acompañado de cocinado (habas, mellocos y choclo entero)	Saquisilí	Plaza Gran Colombiana	Carne de borrego Sal Ajo Cebolla perla Culantro Mellocos Habas Choclo entero	Aliñar (licuar sal, ajo, cebolla perla y culantro l) la carne de borrego y asarla en carbón. Cocer los mellocos, habas y choclo con sal. Servir todo junto.	Peligro de extensión
	Seco de pollo	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Arroz con pollo jugoso	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombiana	Arroz Pollo Pimiento Tomate de riñón Cebolla paiteña Culantro Plátano maduro	Hacer un refrito de pimiento, tomate de riñón, cebolla con sal, añadir agua y colocar el pollo. Cocer el arroz y servir con plátano frito.	Memoria colectiva
	Mote con fritada	Contemporáneo	Cotidiano Festividades	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Mote acompañado de carne de cerdo frita	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombiana	Mote Carne de cerdo Cebolla perla Ajo Sal	En una paila poner la carne de cerdo con los ajos enteros la cebolla perla entera y sal,	Memoria colectiva
	Seco de chivo	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Arroz con carne resal jugoso	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Arroz Carne de res Pimiento Tomate de riñón Cebolla paiteña Culantro Papas	Hacer un refrito de pimiento, tomate de riñón, cebolla con sal, añadir agua y colocar la carne de res. Cocer el arroz y servir con papas	Memoria colectiva
Tortilla con caucara	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados	Tortillas acompañado de	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado	Papas Achiote Sal	Cocer las papas con sal, formar las	Memoria colectiva	

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
				Restaurantes	carne de res, huevo, remolacha, lechuga y aguacate		Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Carne de res Huevo Remolacha, Lechuga Aguacate	tortillas y freír. Freír la carne con sal y achiote. Picar la remolacha en brunoa, rodaja de aguacate lechuga en trozos.	
	Papas con cuero y librillo	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Especie de sopa concentra de papas con cuero y librillo	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Papas Maní Sal Achote Leche Cuero de cerdo Librillo de res	Cocer las papas con sal, secarlas y añadir leche con maní, achoche, por separado cocer el cuero de cerdo y el librillo. Servir las papas con el cuero y el librillo.	Peligro de extensión
	Pescado frito con yuca	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Plato con pescado y yucas fritas acompañado de curtido	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Yuca Aceite Sal Pescado Ajo Culantro Cebolla perla Tomate	Cocer las yucas con sal. El pescado aliñar (licuar sal, ajo, cebolla y cilantro). Por separado freír la yuca y el pescado.	Memoria colectiva
	Papi pollo/salchipapas	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Papas con acompañado de pollo o salchicha frita, en ocasiones denominado mixto	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia Mercado Augusto Lema Enríquez Mercado Rosalino Ruíz	Papas Salchicha Pollo Cebolla paiteña y ajo Harina Aceite	Pelar y trocear las papas, luego freír junto al pollo aliñado (ajo, sal, cebolla) y puesto en harina, al igual que la salchicha.	Memoria colectiva



Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
							Plaza Kennedy Plaza Vicente Rocafuerte Plaza 18 de Octubre			
	Choclo mote	Criollo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados	Choclo tierno cocido a altas temperaturas	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia Mercado Augusto Lema Enríquez Plaza Kennedy Plaza Vicente Rocafuerte Plaza 18 de Octubre	Choclo tierno Hormado Chocho Lechuga Sal Ají Mapahuira	Cocer el choclo tierno con sal. Deshilachar el honrado, para el ají cocer el chocho y licuar con ají, sal añadir lechuga en trozos. Servir con Mapahuira.	Memoria colectiva
	Pinchos asados	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Presa de pollo con papas vegetales servido en un palo de pincho	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia Mercado Augusto Lema Enríquez Mercado Rosalino Ruíz Plaza	Presa de pollo Cebolla Pimiento Papa Plátano maduro	Presa de pollo aliñado y asado, puesto en un palo de pincho seguido de un trozo de cebolla, pimiento, papa y maduro, todo asado.	Memoria colectiva

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
							Luis Felipe Chávez Plaza Kennedy Plaza Vicente Rocafuerte Plaza 18 de Octubre Plaza Juan Bautista Plaza de Rastro			
Codorniz asada	Contemporáneo		Cotidiano	Plazas y mercados	Ave comestible de raza pequeña con papa chaucha y curtido	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Augusto Lema Enríquez Mercado Rosalino Ruíz Plaza Kennedy Plaza 18 de Octubre	Codorniz Ajo Sal Cebolla Tomate Cebolla patena Limón Papa chaucha	Aliñado la codorniz (ajo, sal, cebolla) y ponerla asar, cocer las papas chauchas y servir con curtido (tomate y cebolla picada más limón y sal).	Peligro de extensión
Mote	Criollo		Cotidiano Festividades	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Mote amarillo o blanco con picadillo de cebolla y culantro	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Mote Culantro Cebolla Lenteja amarilla Sal	Cocer el mote con cal, lavar y volver a cocer. Picar culantro y cebolla blanca para el picadillo. Cocer la lenteja y servir todo junto.	Memoria colectiva
Togro	Criollo		Cotidiano	Plazas y mercados	Cartilago animal con achiote	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz	Cuero de res Sal Achiote	Lavar el cuero de res y poner a hervir con abundante agua y sal,	Olvidado

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
							Plaza Gran Colombia		añadir achiote y dejar reposar para cortar en cuadros.	
Morcilla	Criollo		Cotidiano	Plazas y mercados	Tripa de cerdo rellena con arroz	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Tripa de cerdo Limón Sangre de cerdo Manteca de cerdo Arroz Col	Lavar la tripa con limón y sal, mezclar las sangre, manteca, arroz y col cocidas. Rellenar la tripa y cocinar.	Olvidado
Arroz relleno	Contemporáneo		Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Arroz con variedad de componentes	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Arroz Achiote Sal Pollo Salchicha Huevo Pimiento	Cocer el arroz, con tiras de pimiento y sal, estilar y poner achiote, dejar secar. Incorporar el pollo deshilachado, las salchichas fritas en rodajas y el huevo revuelto. Mezclar	Memoria colectiva
Llapingachos	Contemporáneo		Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Tortillas acompañado de carne de res, huevo, remolacha, lechuga, aguacate y chorizo	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Papas Achiote Sal Carne de res Huevo Remolacha, Lechuga Aguacate Chorizo	Cocer las papas con sal, formar la tortilla y freír. Freír la carne con sal y achiote. Picar la remolacha en brunoise, rodaja de aguacate lechuga en trozos. Servir con un huevo y chorizo frito.	Memoria colectiva
Mollejas asadas	Contemporáneo		Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Parte de la víscera de pollo con papa	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino	Molleja Ajo Sal Cebolla	Aliñar la molleja (ajo, sal, cebolla) y ponerla a asar,	Peligro de extensión

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
				s	chaucha y curtido		Ruíz Plaza Gran Colombia	Tomate Cebolla patena Limón Papa chaucha	cocer las papas chauchas y servir con curtido (tomate y cebolla picada más limón y sal).	
<b>Bebidas</b>	Chica de jora	Prehispánico	Cotidiano Festividades	Plazas y mercados	Jugo a base de harina de maíz fermentado	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Harina de jora Caña Panela Piña Hierbas dulces	Cocer la harina de jora con hierbas dulces, poner la caña aplastada y piña en trozos, finalmente agregar la panela, dejar por dos días a que se fermente.	Peligro de extensión
	Chaguarmishi	Prehispánico	Cotidiano Festividades	Plazas y mercados	Agua de penca con arroz de cebada	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Penca Arroz de cebada	Hacer un hueco a la penca y tapas por quince días, extraer el agua, cocer con arroz de cebada	Olvidado
	Jugos frutales	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Licuada de frutas	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Fruta Agua Azúcar	Licuar la fruta con agua y azúcar, cernir y servir.	Memoria colectiva
	Batidos (borojo)	Contemporáneo	Cotidiano	Plazas y mercados	Combinación de frutas y verduras	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Fruta Vegetales Huevo Azúcar	Licuar frutas con vegetales, poner el huevo y azúcar, servir	Memoria colectiva
	Agua de sábila	Contemporáneo	Cotidiano	Plazas y mercados	Agua medicinal	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado	Hierbas dulces Especias	Hervir en abundante agua las	Peligro de extensión

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
							Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia Plaza Kennedy Plaza Vicente Rocafuerte Plaza 18 de Octubre Plaza Juan Bautista Plaza de Rastro	sábila Miel	hierbas dulces con las especias dulces, cernir y agregar sábila en cuadrados, agregar miel y servir caliente.	n
	Jugo de caña	Criollo	Cotidiano Festividades	Plazas y mercados	Jugo combinado con agua ardiente	Pujilí Saquisilí	Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Cañas Agua ardiente	Extraer el jugo de caña y añadir una copa de agua ardiente.	Memoria colectiva
<b>Postres</b>	Higos con queso	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Pan relleno de higos con queso	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Higos Panela Queso Pan	Hervir el higo con la panela, cortar el pan y queso y finalmente rellenar con el higo y su jugo.	Memoria colectiva
	Dulce de zambo	Prehispánico	Cotidiano	Plazas y mercados	Zambo cocido y endulzado con panela	Saquisilí	Plaza Sucre Plaza Gran Colombia	Zambo Leche Panela	Cocer el zambo con panela, añadir panela	Olvidado
	Calostra	Criollo	Cotidiano	Plazas y mercados	Postre de la primera leche de la vaca después de su gestación	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Plaza Gran Colombia	Leche tierna Clavo de olor Azúcar Canela	Hervir la leche con el clavo de olor y canela, poner azúcar y servir.	Olvidado

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
	Cuajada	Criollo	Cotidiano	Plazas y mercados	Conocida como leche cortada	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Plaza Gran Colombia	Leche Cuajo Sal Limón	Hervir la leche poner el cuajo con gotas de limón y una pizca de sal. Servir	Olvidado
	Espumilla	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados	Postre esponjoso de múltiples colores	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Guayaba Azúcar Huevos	Batir las claras con el azúcar a punto de nieve, finalmente añadir la guayaba,	Memoria colectiva
	Trozos de caña	Contemporáneo	Cotidiano	Plazas y mercados	Caña pelada y partida en trozos	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia	Caña	Pelar la caña, hacer trozos	Memoria colectiva
	Gelatina	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados Restaurantes	Gelatina envasada	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Mercado Rosalino Ruíz Plaza Gran Colombia Plaza Kennedy Mercado Augusto Lema Enriquez Mercado Rosalino Ruíz	Gelatina Agua	Hervir el agua, añadir la gelatina y poner a refrigerar.	Memoria colectiva
	Ponche	Contemporáneo	Cotidiano Festividades	Plazas y mercados	Bebida tradicional con licor	Pujilí Saquisilí	Plaza Sucre Plaza Gran Colombia Mercado	Gruta Licor Azúcar Huevos	Batir las claras con el azúcar a punto de nieve, finalmente añadir la fruta y el licor en	Peligro de extensión

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
							Augusto Lema Enríquez Plaza Kennedy Plaza Vicente Rocafuerte Plaza 18 de Octubre		pocas cantidades,	
	Bizcochos	Contemporáneo	Cotidiano	Hogares Plazas y mercados	Pan de contextura áspera	Saquisilí	Plaza Gran Colombia	Harina Sal Manteca de chancho Huevos	Tamizar la harina, colocar huevos con la sal y manteca de chancho, formar la masa y hacer bolas pequeñas para hornear.	Memoria colectiva
	Helado de paila	Contemporáneo	Cotidiano	Plazas y mercados	Helado hecho en paila con colores llamativos	Saquisilí	Plaza Gran Colombia Mercado Augusto Lema Enríquez Mercado Rosalino Ruíz Plaza Luis Felipe Chávez Plaza Kennedy Plaza Juan Bautista Plaza de Rastro	Paila de bronce Hielo Pulpa de mora Azúcar	Colocar el hielo en la paila, añadir poco a poco la pulpa dulce, remover constantemente e hasta perder los grumos del hielo,	Memoria colectiva
	Colada morada	Criollo	Cotidiano) Festividad	Hogares Plazas y mercados Restaurante	Bebida concentrada con frutas de	Saquisilí	Plaza Gran Colombia Plaza	Polvo de maíz negro Piña	Cocer el polvo de maíz con azúcar, realizar las frutas en	Memoria colectiva

Categorías de los PCT	Nombre del producto	Ancestralidad	Época de consumo	Lugar de consumo	Descripción	Cantón	Plaza / Mercado	Ingredientes	Forma de preparación	Estado de conservación
				s	color morado, su mayor demanda el día de los difuntos,		Kennedy Plaza Vicente Rocafuerte Plaza Juan Bautista	Frutilla Mortiño Azúcar	almíbar, licuar el mortiño, unir todo y servir.	



#### **4.3.7.4. Idea a defender**

El presente estudio frente a la problemática del desconocimiento del turismo gastronómico por la desvalorización de la cocina tradicional en plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí, se pudo evidenciar en el proceso investigativo que por el incremento de los restaurantes de la comida rápida se da el desconocimiento de la cocina tradicional, pues la pérdida de la cocina tradicional carece de iniciativa local lo que ocasiona el desinterés de las futuras generaciones.

Ciertamente al no contar con la suficiente información de los diferentes platos que se ofertan, resulta la falta de cultura gastronómica, sobre todo es lamentable haber evidenciado la inexistencia de un plan de salvaguarda del turismo gastronómico del cantón Saquisilí, lo que ocasiona el olvido de unos platos de la cocina tradicional propias de los cantones , también se pudo apreciar el desinterés por conservar la identidad gastronómica lo que abre la brecha a la pérdida de la identidad gastronómica local

Por estas razones, en función de los cuestionarios de encuesta y entrevista aplicados a los diferentes actores locales como la Dirección de Turismo de los cantones Pujilí y Saquisilí, a más de los resultados obtenidos en el proceso investigativo, es pertinente considerar los resultados como la base para desarrollar líneas estratégicas que permitan impulsar la cocina tradicional de las plazas y mercados de los cantones desde la óptica del turismo gastronómico.

## Capítulo V

### **5. Propuesta: Plan estratégico para el fortalecimiento del turismo del turismo gastronómico en el cantón Pujilí y Saquisilí**

El presente capítulo aborda las líneas estratégicas que permite impulsar el turismo gastronómico en los cantones Pujilí y Saquisilí, para ello es necesario iniciar con la matriz de resumen de aspectos estratégicos que permite la visualización completa de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) identificadas en el proyecto, a su vez la matriz permite la toma de decisiones para desarrollar el plan de turismo gastronómico, con el cual se presenta el plan estratégico.

#### **5.1. Antecedentes**

Para lograr el impulso del turismo gastronómico a través del estudio de la cocina tradicional en plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí, el grupo investigador realiza indagaciones sistemáticas y minuciosas para alcanzar el objetivo propuesto, obteniendo como resultado que en los espacios geográficos de intervención se han desarrollado plan de marketing, plan de desarrollo local, entre otros estudios, por ende, tras la revisión literaria y sustentos teóricos se determina que es nula la existencia de un plan de turismo gastronómico en los cantones, por lo cual, el grupo investigador decide realizar el plan basado en estrategias que integre proyectos que impulse el turismo gastronómico local.

#### **5.2. Justificación e importancia**

La industria del turismo ha generado en los últimos años grandes productos turísticos que se ven inmersos en las diferentes modalidades, la innovación ha ocasionado que las motivaciones se diversifiquen, por tal razón el turismo de masa ha pasado a ser obsoleto y poco recurrente, a un turismo alternativo donde

actualmente el turista realiza viajes para convivir con el ambiente y la cultura, y una de las actividades es degustar de la gastronomía local.

Los cantones Pujilí y Saquisilí contemplan una gran variedad de platos de la cocina tradicional, la misma que encierra historia, tradiciones y costumbre que son parte de un turismo gastronómico, los lugares idóneos para degustar son las plazas y mercados que desde la perspectiva financiera son lugares donde se realiza el intercambio de la oferta y la demanda, un punto comercial, sin embargo, desde la óptica del turismo son lugares estratégicos para convivir con la cultura.

El propósito es impulsar el turismo gastronómico, donde los cantones cuentan con plazas y mercados, oferta turística, demanda turística, infraestructura y superestructura, un sistema completo pero operado desde el ámbito comercial, por ello, el grupo investigador propone líneas estratégicas para el desarrollo del turismo gastronómico bajo el análisis de los factores inmersos, que ayuden a generar proyectos, con el fin de aprovechar las oportunidades como ventajas competitivas de los cantones, al punto de que se pueda evitar las amenazas y mantener los puntos fuertes y así mejorar aquellos puntos débiles. Finalmente, el plan de turismo gastronómico permite llevar una gestión coordinada por medio de un proyecto que sintetiza el proceso a seguir, con el objetivo de impulsar y convertir a los platos de la cocina tradicional de los cantones en destinos turísticos de ámbito gastronómicos.

### **5.3. Objetivos**

#### **5.3.1. Objetivo general**

Determinar líneas estratégicas que permita revitalizar e impulsar el turismo gastronómico en los cantones Pujilí y Saquisilí a través de la cocina tradicional.

### 5.3.2. *Objetivos específicos*

- Desarrollar la matriz de síntesis estratégica basada en la cocina tradicional de los cantones Saquisilí y Pujilí que permita determinar las acciones preliminares y generar estrategias para el plan de turismo gastronómico.
- Elaborar la planificación del plan de turismo gastronómico considerando las estrategias de la matriz de síntesis con el propósito de plantear objetivos estratégicos.
- Generar el proyecto que integre las ferias gastronómicas como actividad del plan de turismo gastronómico de esta forma contribuir al desarrollo local.

## 5.4. Desarrollo de la propuesta

### 5.4.1. *Análisis FODA*

- **Matriz de resumen de aspectos estratégicos**

Según Espinosa (2013) señala que la matriz FODA es aquel instrumento idóneo para realiza el análisis situacional del objeto de estudio, se la considera como la herramienta para la generación de estrategias que ayuda a la toma de decisiones, su nomenclatura se asocia a las iniciales correspondientes a *F*fortaleza, *O*/oportunidades, *D*/debilidades y *A*/amenazas. A continuación, se presenta la matriz que resumen aspectos internos y externos en función al levantamiento de información, diagnostico situacional y resultados obtenidos.

**Tabla 26**

*Matriz de síntesis FODA*

No.	OPORTUNIDADES
O1	Mercado turístico basado en la degustación de platos de la cocina tradicional
O2	Plazas y mercados posicionados en el mercado turístico
O3	Inversión pública para proyectos turísticos
O4	Alta demanda de los platos de la cocina tradicional
O5	Gran afluencia de turistas nacionales
O6	Accesibilidad en buen estado

No.	<b>AMENAZAS</b>
<b>A1</b>	Inestabilidad económica a nivel nacional
<b>A2</b>	Crisis sanitaria por el coronavirus
<b>A3</b>	Competencia por la presencia de platos alternativos
<b>A4</b>	Desconocimiento cultural de profesionales y población de los tipos de cocina tradicional
<b>A5</b>	Otros lugares también expenden platos de la cocina tradicional de los cantones
<b>A6</b>	Sector laboral inestable por el crecimiento de la tasa de desempleo
<b>A7</b>	Elevada tasa de inflación produce precios inestables

No.	<b>FORTALEZAS</b>
<b>F1</b>	Los mercados y plazas ofertan variedad platos de la cocina tradicional
<b>F2</b>	Platos de la cocina tradicional caracterizados por su alto sabor
<b>F3</b>	Establecimientos hoteleros y restaurantes locales ofertan platos de la cocina tradicional
<b>F4</b>	Disponibilidad de productos en la localidad
<b>F5</b>	Puestos organizados e independientes
<b>F6</b>	Relación directa con el cliente
<b>F7</b>	Clientes fidelizados
<b>F8</b>	Programas culturales dan espacio a la cocina tradicional
<b>F9</b>	El inventario de recursos turísticos incluye la gastronomía
<b>F10</b>	Operadoras turísticas ofertan programas que incluyen los platos de la cocina tradicional

No.	<b>DEBILIDADES</b>
<b>D1</b>	Productos sustitutos en la elaboración de los platos de la cocina tradicional
<b>D2</b>	Proceso de producción no estandarizado
<b>D3</b>	Personal polivalente
<b>D4</b>	Los platos carecen de diferenciación
<b>D5</b>	Condiciones de salubridad desfavorable
<b>D6</b>	Falta de publicidad de los platos de la cocina tradicional
<b>D7</b>	Baja capacidad administrativa
<b>D8</b>	No poseen proveedores que oferten productos de calidad
<b>D9</b>	Rutas gastronómicas empíricas
<b>D10</b>	Insatisfacción del cliente por la calidad de servicio
<b>D11</b>	Ausencia de capacitación e inducción al personal

Las oportunidades y amenazas identificadas son aquellos factores externos que influyen de forma negativa con el objeto de estudio, por otro lado, las fortalezas y debilidades son aspectos internos que manifiestan rasgos positivos que a largo plazo traerán ventajas competitivas; ahora bien, para lograr establecer el grado de influencia es necesario que la matriz de síntesis sea valorada.

- **Matriz de ponderación de impactos**

La matriz permite valorar y priorizar los factores determinados en las matrices de resumen; sus calificaciones son en base a la connotación de Alto, Medio y Bajo. La categorización de alto, son aquellos factores que influyen de manera significativa, en caso del determinante bajo va direccionado para aquellos factores que se consideran aislados y que no generan una implicación mayor en los aspectos, sin dejar de lado a la categorización de medio, es cuando los factores no mantienen ninguna tendencia.

La matriz de impacto está compuesta por el análisis externo, entorno en el que se desenvuelve los aspectos mencionados, generando tanto oportunidades como amenazas para el desarrollo estratégico; el análisis interno con las fortalezas y debilidades directamente relacionadas, en función de la correlación del FODA se da las valoraciones respectivas.

- **Matrices de impacto**

Las plazas y mercados de los cantones están directamente relacionados con las fortalezas que influyen con una alta participación debido a la variedad de platos de la cocina tradicional, caracterizados por su alto sabor, donde la relación es directamente con el cliente, logrando así su fidelización, a más de contar con programas culturales que dan espacio a la cocina tradicional, y el inventario de recursos turísticos incluye el tipo, subtipo categoría gastronómica, donde también las operadoras turísticas ofertan programas que incluyen los platos de la cocina tradicional.

La oportunidad identificada con alto impacto está enfocado al mercado turístico basado en la degustación de platos de la cocina tradicional, además las plazas y mercados se encuentran posicionadas en el mercado turísticos, existe inversión pública para la gestión y desarrollo de proyectos turísticos, debido a que la demanda de los platos de la cocina tradicional es alta, de la misma manera es de gran influencia el buen

estado de las vías para lograr la conectividad.

De hecho, las debilidades registradas con alto impacto son aquellos a los que hay que darles la prioridad para lograr un sistema de mejora continua entre los aspectos destacan los procesos de producción no estandarizados, los platos carecen de diferenciación, las condiciones de salubridad es desfavorable, cuentan con una baja administración, las rutas gastronómicas son empíricas y finalmente la ausencia de capacitaciones e inducción direccionadas al personal dedicado a la oferta de platos de la cocina tradicional de las plazas y mercados de los cantones.

Aquellas amenazas actualmente han generado cambios radicales ya que las nuevas estadísticas se basan en la inestabilidad económica que se vive a nivel nacional, crisis sanitaria por el coronavirus, mismo que ha generado temor y restricciones para el libre ejercicio y desenvolvimiento de la actividad turística, sin dejar de lado el lamentable desconocimiento cultural por parte de profesionales y población de los tipos de cocina tradicional a nivel nacional y cantonal.

Una vez realizada la matriz de impactos se pudo identificar aquellos que son de alto, medio y bajo de forma que se pueda proceder con la evaluación de factores internos y externos basados en peso relativo, dando una calificación que permita obtener el resultado de un total de la ponderación.

**Tabla 27**

*Matriz de Impacto*

<b>MATRIZ "F"</b>				
No.	<b>FORTALEZAS</b>	<b>IMPACTO</b>		
		<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
<b>F1</b>	Los mercados y plazas ofertan variedad platos de la cocina tradicional	✓		
<b>F2</b>	Platos de la cocina tradicional caracterizados por su alto sabor	✓		
<b>F3</b>	Establecimientos hoteleros y restaurantes locales ofertan platos de la cocina tradicional		✓	

<b>F4</b>	Disponibilidad de productos en la localidad			✓
<b>F5</b>	Puestos organizados e independientes		✓	
<b>F6</b>	Relación directa con el cliente	✓		
<b>F7</b>	Clientes fidelizados	✓		
<b>F8</b>	Programas culturales dan espacio a la cocina tradicional	✓		
<b>F9</b>	El inventario de recursos turísticos incluye la gastronomía	✓		
<b>F10</b>	Operadoras turísticas ofertan programas que incluyen los platos de la cocina tradicional	✓		

**MATRIZ “O”**

No.	OPORTUNIDADES	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
<b>O1</b>	Mercado turístico basado en la degustación de platos de la cocina tradicional	✓		
<b>O2</b>	Plazas y mercados posicionados en el mercado turístico	✓		
<b>O3</b>	Inversión pública para proyectos turísticos	✓		
<b>O4</b>	Alta demanda de los platos de la cocina tradicional	✓		
<b>O5</b>	Gran afluencia de turistas nacionales		✓	
<b>O6</b>	Accesibilidad en buen estado	✓		

**MATRIZ “D”**

No.	DEBILIDADES	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
<b>D1</b>	Productos sustitutos en la elaboración de los platos de la cocina tradicional			✓
<b>D2</b>	Proceso de producción no estandarizado	✓		
<b>D3</b>	Personal polivalente		✓	
<b>D4</b>	Los platos carecen de diferenciación.	✓		
<b>D5</b>	Condiciones de salubridad desfavorable	✓		
<b>D6</b>	Falta de publicidad de los platos de la cocina tradicional		✓	
<b>D7</b>	Baja capacidad administrativa	✓		
<b>D8</b>	No poseen proveedores que oferten productos de calidad			✓
<b>D9</b>	Rutas gastronómicas empíricas	✓		
<b>D10</b>	Insatisfacción del cliente por la calidad de servicio			✓
<b>D11</b>	Ausencia de capacitación e inducción al personal	✓		

**MATRIZ “A”**

No.	AMENAZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
<b>A1</b>	Inestabilidad económica a nivel nacional	✓		
<b>A2</b>	Crisis sanitaria por el coronavirus	✓		
<b>A3</b>	Competencia por la presencia de platos alternativos			✓
<b>A4</b>	Desconocimiento de profesionales y población de los tipos de cocina tradicional	✓		
<b>A5</b>	Otros lugares también expenden platos de la cocina tradicional de los cantones			✓



<b>A6</b>	Sector laboral inestable por el crecimiento de la tasa de desempleo	✓
<b>A7</b>	Elevada tasa de inflación produce precios inestables	✓

- **Matriz de evaluación de factores internos y externos**

Las matrices de evaluación de factores internos y extremos determinan una lista de las fortalezas y debilidades internas, además de las oportunidades y amenazas externas con las que cuenta el proyecto. El peso adjudicado a un factor indica la importancia relativa para alcanzar el éxito del estudio, la ponderación revela el nivel de impacto que tiene dichos factores; la multiplicación del peso con los factores ayuda a la calificación ponderada; la suma de las calificaciones ponderadas de cada factor determina el total ponderado de los platos de la cocina tradicional en las plazas y mercados.

**Tabla 28**

*Matriz de evaluación interna*

<b>MATRIZ EFI</b>				
<b>NO.</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>PESO RELATIVO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL PONDERADO</b>
<b>F1</b>	Los mercados y plazas ofertan variedad platos de la cocina tradicional	0,07	4	0,28
<b>F2</b>	Platos de la cocina tradicional caracterizados por su alto sabor	0,06	4	0,24
<b>F3</b>	Establecimientos hoteleros y restaurantes locales ofertan platos de la cocina tradicional	0,02	3	0,06
<b>F4</b>	Disponibilidad de productos en la localidad	0,02	3	0,06
<b>F5</b>	Puestos organizados e independientes	0,03	3	0,09
<b>F6</b>	Relación directa con el cliente	0,06	4	0,24
<b>F7</b>	Clientes fidelizados	0,08	4	0,32

<b>F8</b>	Programas culturales dan espacio a la cocina tradicional	0,07	4	0,28
<b>F9</b>	El inventario de recursos turísticos incluye la gastronomía	0,05	4	0,20
<b>F10</b>	Operadoras turísticas ofrecen programas que incluyen los platos de la cocina tradicional	0,06	4	0,24
<b>NO.</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>PESO RELATIVO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL PONDERADO</b>
<b>D1</b>	Productos sustitutos en la elaboración de los platos de la cocina tradicional	0,03	2	0,06
<b>D2</b>	Proceso de producción no estandarizado	0,07	1	0,07
<b>D3</b>	Personal polivalente	0,03	2	0,06
<b>D4</b>	Los platos carecen de diferenciación.	0,05	1	0,05
<b>D5</b>	Condiciones de salubridad desfavorable	0,04	1	0,04
<b>D6</b>	Falta de publicidad de los platos de la cocina tradicional	0,04	2	0,08
<b>D7</b>	Baja capacidad administrativa	0,07	1	0,07
<b>D8</b>	No poseen proveedores que oferten productos de calidad	0,02	2	0,04
<b>D9</b>	Rutas gastronómicas empíricas	0,05	1	0,05
<b>D10</b>	Insatisfacción del cliente por la calidad de servicio	0,02	2	0,04
<b>D11</b>	Ausencia de capacitación e inducción al personal	0,06	1	0,06
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>53</b>	<b>2,63</b>

---

**CALIFICACIÓN**


---

**1** si representa una Debilidad Importante.

**2** si representa una Debilidad Menor.

**3** si representa una Fortaleza Menor.

---

---

4 si representa una Fortaleza Importante.

---

**Tabla 29***Matriz de evaluación externa*

<b>MATRIZ EFE</b>				
<b>NO.</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>PESO RELATIVO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL PONDERADO</b>
<b>O1</b>	Mercado turístico basado en la degustación de platos de la cocina tradicional	0,12	4	0,00
<b>O2</b>	Plazas y mercados posicionados en el mercado turístico	0,11	4	0,00
<b>O3</b>	Inversión pública para proyectos turísticos	0,09	4	0,04
<b>O4</b>	Alta demanda de los platos de la cocina tradicional	0,08	4	0,16
<b>O5</b>	Gran afluencia de turistas nacionales	0,03	3	0,20
<b>O6</b>	Accesibilidad en buen estado	0,12	4	0,08
<b>NO.</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>PESO RELATIVO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL PONDERADO</b>
<b>A1</b>	Inestabilidad económica a nivel nacional	0,09	1	0,05
<b>A2</b>	Crisis sanitaria por el coronavirus	0,09	1	0,00
<b>A3</b>	Competencia por la presencia de platos alternativos	0,03	2	0,03
<b>A4</b>	Desconocimiento cultural de profesionales y población de los tipos de cocina tradicional	0,13	1	0,00
<b>A5</b>	Otros lugares también expenden platos de la cocina tradicional de los cantones	0,03	2	0,00

<b>A6</b>	Sector laboral inestable por el crecimiento de la tasa de desempleo	0,04	2	0,08
<b>A7</b>	Elevada tasa de inflación produce precios inestables	0,04	2	0,04
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>	<b>34</b>	<b>2,76</b>

---

#### CALIFICACIÓN

---

**1** si representa una Amenaza Importante.

---

**2** si representa una Amenaza Menor.

---

**3** si representa una Oportunidad Menor.

---

**4** si representa una Oportunidad Importante.

---

Los factores internos y externos que influyen en los platos de la cocina tradicional de las plazas y mercados involucran el análisis del entorno general, el cual está compuesto por los factores determinantes político, legal, económico, social y tecnológico; los mismos que están directamente relacionados a la actividad turística, conjuntamente con el entorno competitivo que se enfoca en el poder de negociación de clientes y proveedores, la amenaza de nuevos competidores, rivalidad entre competidores y productos sustitutos; además de la relación con la posición competitiva que incluye los factores claves del éxito, análisis de grupos estratégicos, segmentos de mercado y análisis de la competencia

- **Matriz de acción estratégica**

En base a la matriz de acción estratégica, se realizará una valoración en cuanto a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con alto impacto que tienen los platos de la cocina tradicional de las plazas y mercados, realizando una comparación donde se analizará las áreas ofensivas, que ayudará a identificar las ventajas para aprovechar las oportunidades, la correlación se califica según el análisis del grupo

investigador, obteniendo un total en la herramienta.

De igual manera se combina debilidades y amenazas, donde se encontrará la dificultad para contrarrestar las amenazas. Se valorará de igual manera las áreas de respuesta estratégica que combina las fortalezas y amenazas buscando factores fuertes para eliminar las amenazas. Y por último se desarrollará una matriz de áreas de mejoramiento estratégico que incluye debilidades y oportunidades, buscando así los puntos débiles que deben eliminarse y ejercer las oportunidades, de esta forma se obtendrá el porcentaje de influencia directa, para ello se realiza el Radio Balance Fuerza.

**Tabla 30**

*Matriz de acción FO*

	<b>O1</b>	<b>O2</b>	<b>O3</b>	<b>O4</b>	<b>O6</b>	<b>TOTAL</b>
<b>F1</b>	3	3	3	3	1	<b>13</b>
<b>F2</b>	3	3	1	3	1	<b>11</b>
<b>F6</b>	1	1	1	3	1	<b>7</b>
<b>F7</b>	3	1	1	1	1	<b>7</b>
<b>F8</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>
<b>F9</b>	3	1	3	3	3	<b>13</b>
<b>F10</b>	3	1	1	1	1	<b>7</b>
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>17</b>	<b>11</b>	<b>73</b>

**Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / NF\*NO\*Ponderación alta**

$$\text{RBF(FO)}=73/ (7*5*3)$$

$$\text{RBF(FO)}= 73/105$$

$$\text{RBF(FO)}= 0,69 *100 = 69,52\%$$

**Tabla 31***Matriz de acción DA*

	<b>A1</b>	<b>A2</b>	<b>A4</b>	<b>TOTAL</b>
<b>D2</b>	3	3	3	<b>9</b>
<b>D4</b>	3	1	3	<b>7</b>
<b>D5</b>	4	1	1	<b>6</b>
<b>D7</b>	5	1	1	<b>7</b>
<b>D9</b>	1	1	3	<b>5</b>
<b>D11</b>	1	1	3	<b>5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>39</b>

**Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / ND\*NA\*Ponderación alta**

$$\text{RBF(DA)} = 39 / (6 \cdot 3 \cdot 5)$$

$$\text{RBF(DA)} = 39/90$$

$$\text{RBF(DA)} = 0,43 \cdot 100 = 43\%$$

**Tabla 32***Matriz de acción FA*

	<b>A1</b>	<b>A2</b>	<b>A4</b>	<b>TOTAL</b>
<b>F1</b>	1	1	3	<b>5</b>
<b>F2</b>	1	1	3	<b>5</b>
<b>F6</b>	1	1	3	<b>5</b>
<b>F7</b>	1	1	1	<b>3</b>
<b>F8</b>	3	1	3	<b>7</b>
<b>F9</b>	3	1	1	<b>5</b>
<b>F10</b>	3	3	5	<b>11</b>
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>41</b>

**Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / NF\*NA\*Ponderación alta**

$$\text{RBF(FA)} = 41 / (7 \cdot 3 \cdot 5)$$

$$\text{RBF(FA)} = 41 / 105$$

$$\text{RBF(FA)} = 0.39 \cdot 100 = 39\%$$

**Tabla 33**

*Matriz de acción DO*

	<b>O1</b>	<b>O2</b>	<b>O3</b>	<b>O4</b>	<b>O6</b>	<b>TOTAL</b>
<b>D2</b>	1	1	1	1	3	7
<b>D4</b>	1	1	1	1	1	5
<b>D5</b>	3	3	1	1	3	11
<b>D7</b>	1	1	1	1	1	5
<b>D9</b>	3	3	1	1	3	11
<b>D11</b>	1	3	3	1	3	11
<b>TOTAL</b>	10	12	8	6	14	50

**Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / ND\*NO\*Ponderación alta**

$$\text{RBF(DO)} = 50 / (6 \cdot 5 \cdot 3)$$

$$\text{RBF(DO)} = 50 / 90$$

$$\text{RBF(DO)} = 0.5 \cdot 100 = 50\%$$

Luego de haber realizado las matrices FO, DA, FA, DO, se procede a realizar la matriz radio de balance de fuerza, donde se identifican los valores obtenidos de las anteriores matrices, para determinar la clave para la formulación de estrategias a corto, mediano y largo plazo, esto permitirá identificar las oportunidades que se tendrá dentro

del mercado competitivo y de igual manera, identificar los puntos débiles de la empresa y tratar de buscar estrategias para solucionarlos.

**Tabla 34**

*Ratio de balance de fuerza*

<b>RATIO DE BALANCE DE FUERZA</b>		
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>FO</b>	<b>FA</b>
	69,52%	39%
<b>DEBILIDADES</b>	<b>DO</b>	<b>DA</b>
	50%	43%

Al analizar todos los resultados obtenidos de la matriz, se puede indicar que:

- El 69,52% dentro de la matriz FO, existen mayores fortalezas en comparación con las oportunidades.
- En la matriz FA se obtuvo un valor del 39%, donde se muestra que las fortalezas supera a las amenazas y es conveniente la generación de estrategias.
- Para la matriz DO se obtuvo un resultado del 50%, donde muestra que las debilidades pueden afectar directamente a las oportunidades.
- La matriz DA obtuvo un valor del 43%, donde se muestra que las debilidades supera a las amenazas.

**Tabla 35**

*Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes*

<b>FORTALEZAS RELEVANTES</b>
F1: Los mercados y plazas ofertan variedad platos de la cocina tradicional
F2: Platos de la cocina tradicional caracterizados por su alto sabor
F6: Relación directa con el cliente
F7: Clientes fidelizados
F8: Programas culturales dan espacio a la cocina tradicional
F9: El inventario de recursos turísticos incluye la gastronomía
F10: Operadoras turísticas ofertan programas que incluyen los platos de la cocina tradicional
<b>DEBILIDADES RELEVANTES</b>
D2: Proceso de producción no estandarizado
D4: Los platos carecen de diferenciación



D5: Condiciones de salubridad desfavorable
D7: Baja capacidad administrativa
D9: Rutas gastronómicas empíricas
D11: Ausencia de capacitación e inducción al personal
<b>OPORTUNIDADES RELEVANTES</b>
O1: Mercado turístico basado en la degustación de platos de la cocina tradicional
O2: Plazas y mercados posicionados en el mercado turístico
O3: Inversión pública para proyectos turísticos
O4: Alta demanda de los platos de la cocina tradicional
O6: Accesibilidad en buen estado
<b>AMENAZAS RELEVANTES</b>
A1: Inestabilidad económica a nivel nacional
A2: Crisis sanitaria por el coronavirus
A4: Desconocimiento cultural de profesionales y población de los tipos de cocina tradicional

- **Matriz de síntesis estratégica**

La matriz de síntesis estratégica es un instrumento que ayuda a determinar cuatro tipos de acciones estratégicas preliminares. Las acciones estratégicas FO, se basan en el uso de fortalezas internas de los platos de la cocina tradicional de las plazas y mercados con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Las acciones estratégicas preliminares DO, mejoran las debilidades internas aprovechando las oportunidades. Las acciones estratégicas preliminares FA, trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Las acciones estratégicas preliminares DA, se utilizan para combatir las amenazas cuando los platos de la cocina tradicional no poseen las fortalezas necesarias y pretende disminuir las debilidades.

Tabla 36

Matriz de síntesis estratégica

		<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>		
		<b>O1</b>	Mercado turístico basado en la degustación de platos de la cocina tradicional.	<b>A1</b>	Inestabilidad económica a nivel nacional	
		<b>O2</b>	Plazas y mercados posicionados en el mercado turístico	<b>A2</b>	Crisis sanitaria por el coronavirus	
		<b>O3</b>	Inversión pública para proyectos turísticos	<b>A4</b>	Desconocimiento cultural de profesionales y población de los tipos de cocina tradicional	
		<b>O4</b>	Alta demanda de los platos de la cocina tradicional			
		<b>O6</b>	Accesibilidad en buen estado			
		<b>FORTALEZAS</b>	<b>FO</b>	<b>FA</b>		
F1	Los mercados y plazas ofertan variedad platos de la cocina tradicional	<b>E1</b>	<b>F10-O6:</b> Promocionar las paradas técnicas donde se ofertan platos de la cocina tradicional	<b>E7</b>	<b>F1-F2-A2:</b> Desarrollar canales de ventas digitales de los platos de la cocina tradicional	
F2	Platos de la cocina tradicional caracterizados por su alto sabor	<b>E2</b>	<b>F1-F9-O4:</b> Reestructurar el portal web con información de los platos de la cocina tradicional de los cantones.	<b>E8</b>	<b>F6-F10-A4:</b> Realizar guianza en las plazas y mercados enfocadas a la historia de la cocina tradicional de los cantones	
F6	Relación directa con el cliente	<b>E3</b>	<b>F1-O3:</b> Gestionar certificaciones turísticas para las plazas y mercados	<b>E9</b>	<b>F7-A1:</b> Incentivar por medio de promociones los platos de la cocina tradicional	
F7	Clientes fidelizados	<b>E4</b>	<b>F6-F7-O1:</b> Implementar promociones y servicios post venta.	<b>E10</b>	<b>F6-A2:</b> Añadir protocolos de bioseguridad en las plazas y mercados	
F8	Programas culturales dan espacio a la cocina tradicional	<b>E5</b>	<b>F8-F10-O6:</b> Generar paquetes turísticos basados en experiencias vivenciales en plazas y mercados donde se aprecie la			

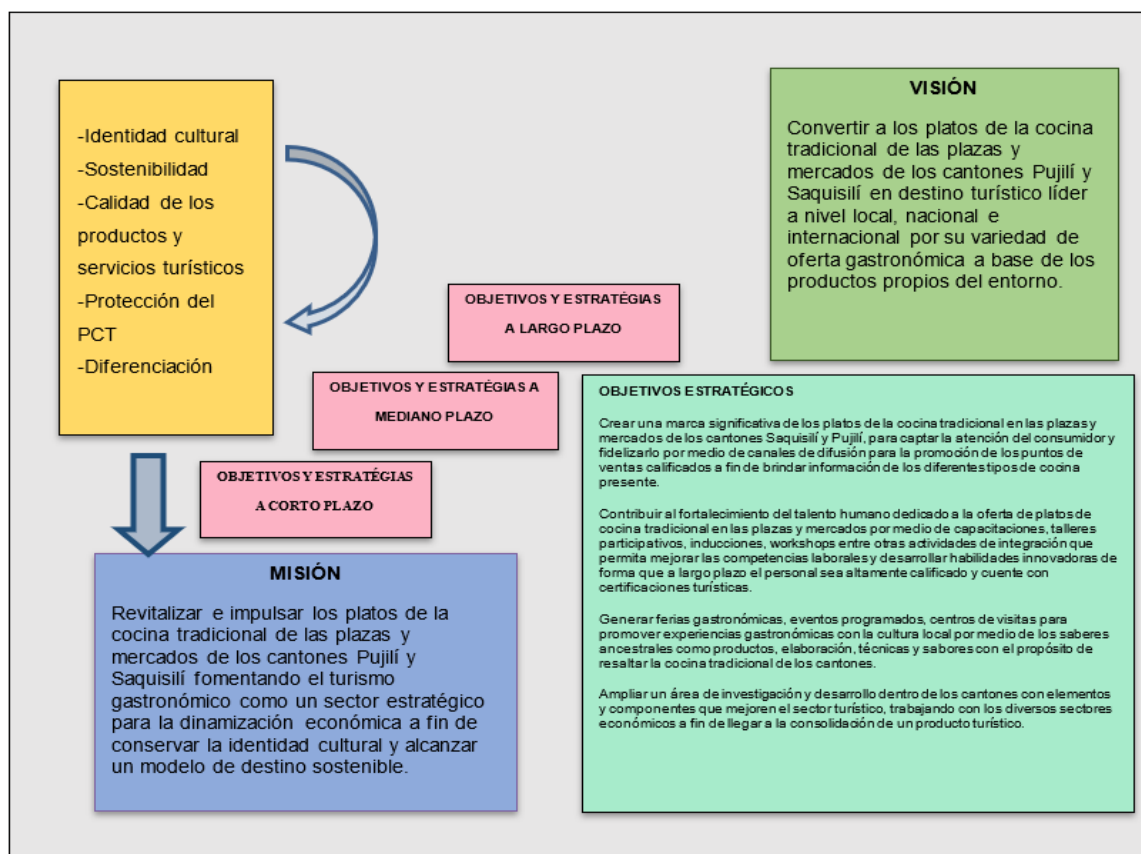
			identidad cultural local.
F9	El inventario de recursos turísticos incluye la gastronomía	<b>E6</b>	<b>F1-F2-O1:</b> Identificar personajes vivientes con más años que se dedican a elaboración de platos de la cocina tradicional
F10	Operadoras turísticas ofrecen programas que incluyen los platos de la cocina tradicional		
	<b>DEBILIDADES</b>	<b>DO</b>	<b>DA</b>
D2	Proceso de producción no estandarizado	<b>E11</b>	<b>D2-D4-O4:</b> Implementar técnicas de estandarización y presentación culinaria
D4	Los platos carecen de diferenciación	<b>E12</b>	<b>D9-O1-O3-O6:</b> Efectuar alianzas con agencias de viajes y operadoras de turismo para desarrollar la ruta gastronómica
D5	Condiciones de salubridad desfavorable	<b>E13</b>	<b>D5-O2-D11:</b> Capacitar al personal de las plazas y mercados en normativa de Seguridad Alimentaria
D7	Baja capacidad administrativa	<b>E14</b>	<b>D7-O3:</b> Establecer un departamento en las plazas y mercados para solucionar quejas y peticiones de turistas
D9	Rutas gastronómicas empíricas	<b>E15</b>	<b>D7-D5-O3:</b> Financiar el mejoramiento de la infraestructura de las plazas y mercados
D11	Ausencia de capacitación e inducción al personal		

La presente matriz de síntesis estratégica está enfocada en el impulso del turismo gastronómico a través del estudio de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí, la cual se encuentra formada por medio de la combinación de las fortalezas y debilidades, conjuntamente con las oportunidades y amenazas, generando dieciocho estrategias preliminares que contribuye al crecimiento y desarrollo del sector turístico dentro del giro de negocio y actividades vinculados a la gastronomía.

- **Mapa estratégico**

**Figura 39**

*Mapa estratégico*



### 5.4.2. Control estratégico Balanced Scorecard

- **Tablero de comando**

El tablero de mando BSC (Balanced Scorecard), está basado en el análisis de los objetivos, siempre partiendo de las perspectivas que se ha implantado, permitiendo la identificación de un plan estratégico, los cuales serán ejecutados en un tiempo real ya sea este en un corto, mediano o largo plazo.

**Tabla 37**

*Tablero de comando*

PROPUESTA						
Perspectiva	Eje	Estrategias	Objetivos	C P	M P	L P
FINANCIERO		Promocionar las paradas técnicas donde se ofertan platos de la cocina tradicional	Crear una marca significativa de los platos de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí, para captar la atención del consumidor y fidelizarlo por medio de canales de difusión para la promoción de los puntos de ventas calificados a fin de brindar información de los diferentes tipos de cocina presente.		X	
FINANCIERO		Financiar el mejoramiento de la infraestructura de las plazas y mercados				
PROCESOS INTERNOS	<b>CRECIMIENTO</b>	Reestructurar el portal web con información de los platos de la cocina tradicional de los cantones.				
FINANCIERA	<b>CORPORATIVO A</b>	Realizar guianza en las plazas y mercados enfocadas a la	Contribuir al fortalecimiento del talento humano dedicado a la	X		

		historia de la cocina tradicional de los cantones	oferta de platos de cocina tradicional en las plazas y mercados por medio de capacitaciones , talleres participativos, inducciones, workshops entre otras actividades de integración que permita mejorar las competencias laborales y desarrollar habilidades innovadoras de forma que a largo plazo el personal sea altamente calificado y cuente con certificaciones turísticas.	
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO		Gestionar certificaciones turísticas para las plazas y mercados		
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO		Incentivar por medio de promociones los platos de la cocina tradicional		
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO		Implementar promociones y servicios post venta.		
PROCESOS INTERNOS		Añadir protocolos de bioseguridad en las plazas y mercados		
PROCESOS INTERNOS		Generar paquetes turísticos basados en experiencias vivenciales en plazas y mercados donde se aprecie la identidad cultural local.		
CLIENTES	<b>COMPETENCIA A</b>	Identificar personajes vivientes con más años que se dedican a elaboración de platos de la cocina tradicional	Generar ferias gastronómicas, eventos programados, centros de visitas para promover experiencias gastronómicas con la cultura local por medio de los saberes ancestrales	<b>X</b>
		Generar ferias gastronómicas para promocionar		

	los tipos de cocina tradicional.	como productos, elaboración, técnicas y sabores con el propósito de resaltar la cocina tradicional de los cantones.	
	Desarrollar canales de ventas digitales de los platos de la cocina tradicional		
	Capacitar al personal de las plazas y mercados en normativa de Seguridad Alimentaria		
	Establecer un departamento en las plazas y mercados para solucionar quejas y peticiones de turistas		
	Implementar técnicas de estandarización y presentación culinaria	Ampliar un área de investigación y desarrollo dentro de los cantones con elementos y componentes que mejoren el sector turístico, trabajando con los diversos sectores económicos a fin de llegar a la consolidación de un producto turístico.	X
CLIENTES	Gestionar la capacitación turística en el área administrativa.		
	Desinfectar frecuentemente el espacio donde se degustan los platos de la cocina tradicional		

#### 5.4.3. Planificación de proyectos

Dentro de la planificación de proyectos se identifica aquellos que se han

realizado en beneficio de los cantones Pujilí y Saquisilí, de acuerdo con el impacto que cada uno de estos poseen en la consecución de los objetivos estratégicos planteados, el mismo que se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 38**

*Planificación de proyectos*

<b>PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS</b>		
<b>Perspectiva</b>	<b>Objetivo estratégico</b>	<b>Proyectos</b>
<b>TURISTA (Demanda turística)</b>	Crear una marca significativa de los platos de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí, para captar la atención del consumidor y fidelizarlo por medio de canales de difusión para la promoción de los puntos de ventas calificados a fin de brindar información de los diferentes tipos de cocina presente.	Plan de promoción que permita mejorar el posicionamiento del plato de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí
<b>PROVEEDOR (Oferta turística)</b>	Contribuir al fortalecimiento del talento humano dedicado a la oferta de platos de cocina tradicional en las plazas y mercados por medio de capacitaciones, talleres participativos, inducciones, workshops entre otras actividades de integración que permita mejorar las competencias laborales y desarrollar habilidades innovadoras de forma que a largo plazo el personal sea altamente calificado y cuente con certificaciones turísticas.	Plan de inversión financiera en capacitaciones para la oferta turística dedica a la difusión de platos de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí.
<b>ENTIDADES COMPETENTES (Administración públicas y privadas)</b>	Generar ferias gastronómicas, eventos programados, centros de visitas para promover experiencias gastronómicas con la cultura local por medio de los saberes ancestrales como productos, elaboración,	Plan de turismo gastronómico para impulsar los platos de la cocina tradicional en las



	técnicas y sabores con el propósito de resaltar la cocina tradicional de los cantones.	plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí.
<b>APRENDIZAJE Y DESARROLLO</b>	Ampliar un área de investigación y desarrollo dentro de los cantones con elementos y componentes que mejoren el sector turístico, trabajando con los diversos sectores económicos a fin de llegar a la consolidación de un producto turístico.	Plan de mejora para el desarrollo del sistema turístico integral en los cantones Saquisilí y Pujilí

- **Priorización de proyectos**

La matriz de priorización de proyectos hace énfasis al impacto que tiene cada uno de estos, para el beneficio turístico de los cantones Saquisilí y Pujilí, mediante la obtención de los objetivos estratégicos planteados.

Es así, que para determinar la prioridad de cada objetivo se debe tomar en cuenta las siguientes valoraciones, a continuación, la matriz.

**Tabla 39**

*Matriz de priorización de proyectos*

<b>PRIORIZACIÓN DE PROYECTOS</b>						
<b>PERSPECTIVA</b>	<i>Valor de impacto:</i> <i>Fuerte (9)</i> <i>Moderado (6)</i> <i>Débil (3)</i> <i>Ninguno (0)</i>	<b>PROYECTOS</b>	Plan de promoción que permita mejorar el	Plan de inversión financiera en	Plan de turismo gastronómico para	Plan de mejora para el desarrollo del sistema
	<b>Objetivos estratégicos</b>	<b>Peso</b>	<b>O1.</b>	<b>O2.</b>	<b>O3.</b>	<b>O4.</b>

<b>TURISTA (Demanda turística)</b>	Crear una marca significativa de los platos de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí, para captar la atención del consumidor y fidelizarlo por medio de canales de difusión para la promoción de los puntos de ventas calificados a fin de brindar información de los diferentes tipos de cocina presente.	20%	9	3	6	9
<b>PROVEEDOR (Oferta turística)</b>	Contribuir al fortalecimiento del talento humano dedicado a la oferta de platos de cocina tradicional en las plazas y mercados por medio de capacitaciones, talleres participativos, inducciones, workshops entre otras actividades de integración que permita mejorar las competencias laborales y desarrollar habilidades innovadoras de forma que a largo plazo el personal sea altamente calificado y cuente con certificaciones turísticas.	20%	3	6	9	3
<b>ENTIDADES COMPETENTES (Administración públicas y privadas)</b>	Generar ferias gastronómicas, eventos programados, centros de visitas para promover experiencias gastronómicas con la cultura local por medio de los saberes ancestrales como productos, elaboración, técnicas y sabores con el propósito de resaltar la cocina tradicional de los cantones.	50%	3	6	9	6
<b>APRENDIZAJE Y DESARROLLO</b>	Ampliar un área de investigación y desarrollo dentro de los cantones con elementos y componentes que mejoren el sector turístico, trabajando con los diversos sectores	10%	9	3	6	3

	económicos a fin de llegar a la consolidación de un producto turístico.					
<b>Sumatoria</b>		<b>100%</b>	4.8	5.1	8.1	5.7
<b>Priorización de proyectos</b>			4	3	1	2

**Tabla 40***Proyectos priorizados*

<b>Proyectos priorizados</b>	
<b>Prioridad</b>	<b>Proyectos</b>
<b>1</b>	Plan de turismo gastronómico para impulsar los platos de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí.
<b>2</b>	Plan de mejora para el desarrollo del sistema turístico integral en los cantones Saquisilí y Pujilí.
<b>3</b>	Plan de inversión financiera en capacitaciones para la oferta turística dedica a la difusión de platos de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí.
<b>4</b>	Plan de promoción que permita mejorar el posicionamiento del plato de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí

- **Determinación de proyectos**

Luego de haber realizado la priorización de proyectos, se da paso a la determinación de los proyectos seleccionados, donde se establece una serie de planteamientos encaminados a los platos de la cocina tradicional que elaboran los cantones Saquisilí y Pujilí, para obtener resultados hacia el desarrollo sociocultural, económico y ambiental. Dentro de esta determinación se plasma las necesidades de los cantones en cuanto a la planificación, valorización, adecuación, talento humano, entre otros aspectos para llegar a las metas planteadas anteriormente.

Tabla 41

## Proyecto 1

PROYECTO N°1																			
<b>1.- INFORMACIÓN GENERAL</b>																			
PERSPECTIVA:		ENTIDADES COMPETENTES																	
EJE ESTRATÉGICO:		COMPETENCIA																	
PROYECTO:		PRESUPUESTO																	
RESPONSABLE:		DIRECCIÓN DE CULTURA Y TURISMO																	
<b>2.- OBJETIVOS</b>																			
Objetivo Estratégico:		Generar ferias gastronómicas, eventos programados, centros de visitas para promover experiencias gastronómicas con la cultura local por medio de los saberes ancestrales como productos, elaboración, técnicas y sabores con el propósito de resaltar la cocina tradicional de los cantones.																	
Objetivo Operativo:		Desarrollar la agenda de la ferias gastronómicas, eventos programados, centros de visitas para promover experiencias gastronómicas.																	
<b>3.- CURSOS DE ACCIÓN</b>																			
<b>a) Planificación del estudio</b>																			
PRESUPUESTO	ACTIVIDAD	TIEMPO / SEMANAS									INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO				
																		\$8,500.00	
1	Solicitud del evento											Aprobación de la solicitud	Económicos Humanos Tecnológicos	Retraso en la aprobación				-	
2	Modelo de organización											Distribución de espacios		Infraestructura del espacio					\$1,500.00
3	Agenda programada											Generar protocolos del evento		Costos elevados en materiales					\$4000.00
4	Promoción del evento											Asistencia al evento		Falta de apoyo					\$3000.00
FECHA DE INICIO:		Predeterminado																	
FECHA DE TERMINACIÓN:		Predeterminado																	
UNIDAD DE MEDIDA:		30% del margen de ganancia																	
<b>b) Seguimiento y Retroalimentación</b>																			
Verificación Parcial Inicial:		Predeterminado																	
Verificación Parcial Final:		Predeterminado																	
<b>4.- OBSERVACIONES</b>																			
S/N																			

Tabla 42

## Proyecto 2

PROYECTO N°2															
<b>1.- INFORMACIÓN GENERAL</b>															
PERSPECTIVA:	APRENDIZAJE Y DESARROLLO														
EJE ESTRATÉGICO:	COMPETENCIA														
PROYECTO:	PRESUPUESTO														
RESPONSABLE:	GAD CANTONAL, DIRECCIÓN DE TURISMO														
<b>2.- OBJETIVOS</b>															
Objetivo Estratégico:	Ampliar un área de investigación y desarrollo dentro de los cantones con elementos y componentes que mejoren el sector turístico, trabajando con los diversos sectores económicos a fin de llegar a la consolidación de un producto turístico.														
Objetivo Operativo:	Buscar especialistas en la planificación del destinos, gestión de recursos e investigación.														
<b>3.- CURSOS DE ACCIÓN</b>															
<b>a) Planificación del estudio</b>															
ACTIVIDAD	TIEMPO / MESES										INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES			
	PRESUPUESTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES
1	Diagnóstico turístico situacional											Limitaciones y potencialidades	Económicos Humanos Tecnológicos	Ausencia de recursos	\$500,00
2	Análisis del sistema turístico										Evaluar componentes del sistema	Sistema turístico incompleto		\$400,00	
3	Prestadores de actividades y servicios turísticos										Actores turísticos involucrados	Escasas actividades y servicios turísticos		\$200,00	
4	Consolidación de empresas turísticas										Pymes turísticas	Emprendimientos empíricos		\$2.000,00	
FECHA DE INICIO:		Predeterminado													
FECHA DE TERMINACIÓN:		Predeterminado													
UNIDAD DE MEDIDA:		20% del margen de ganancia													
<b>b) Seguimiento y Retroalimentación</b>															
Verificación Parcial Inicial:		Predeterminado													
Verificación Parcial Final:		Predeterminado													
<b>4.- OBSERVACIONES</b>															
S/N															

**Tabla 43**

*Proyecto 3*

PROYECTO N°3															
<b>1.- INFORMACIÓN GENERAL</b>															
PERSPECTIVA:		PROVEEDOR													
EJE ESTRATÉGICO:		COMPETENCIA													
PROYECTO:		PRESUPUESTO													
RESPONSABLE:		INSTITUCIÓN FINANCIERA													
<b>2. - OBJETIVOS</b>															
Objetivo		Plan de inversión financiera en capacitaciones para la oferta turística dedica a la difusión de platos de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí.													
Objetivo Operativo:		Buscar personal profesional y capacitado con experiencia en capacitaciones del sector turístico, hotelero y hotelero.													
<b>3.- CURSOS DE ACCIÓN</b>															
<b>a) Planificación del estudio</b>															
ACTIVIDAD		TIEMPO / SEMANAS									INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES		
PRESUPUESTO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	METAS		RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
		\$1.850,00													
1	Evaluar las necesidades a fortalecer											Cubrir las necesidades	Económicos Humanos Tecnológicos	Desconocimiento teórico	\$200,00
2	Busqueda de entidades financieras											Obtener una entidad financiera segura para solicitar el préstamo		No regenerar préstamo con monto estimado	\$50,00
3	Selección de la entidad financiera													Generar el financiamiento	Trámites con fidejatas
4	Realizar el trámite para para obtener el financiamiento											Fortalecer las deficiencias halladas		Desinterés de los capacitados	\$1.500,00
5	Realizar las capacitaciones														
FECHA DE INICIO:		Predeterminado													
FECHA DE TERMINACIÓN:		Predeterminado													
UNIDAD DE MEDIDA:		30% del margen de ganancia													
<b>b) Seguimiento y Retroalimentación</b>															
Verificación Parcial Inicial:		Predeterminado													
Verificación Parcial Final:		Predeterminado													
<b>4.- OBSERVACIONES</b>															
S/N															

**Tabla 44**

*Proyecto 4*

PROYECTO N°4														
<b>1.- INFORMACIÓN GENERAL</b>														
PERSPECTIVA:	PROVEEDOR													
EJE ESTRATÉGICO:	COMPETENCIA													
PROYECTO:	PRESUPUESTO													
RESPONSABLE:	DIRECCIÓN DE CULTURA Y TURISMO													
<b>2.- OBJETIVOS</b>														
Objetivo Estratégico:	Crear una marca significativa de los platos de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí, para captar la atención del consumidor y fidelizarlo por medio de canales de difusión para la promoción de los puntos de ventas calificados a fin de brindar información de los diferentes tipos de cocina presente.													
Objetivo Operativo:	Presentar ideas gráficas para el diseño de la marca de los platos de la cocina tradicional en las plazas y mercados de los cantones Saquisilí y Pujilí													
<b>3.- CURSOS DE ACCIÓN</b>														
<b>a) Planificación del estudio</b>														
ACTIVIDAD		TIEMPO / MENSUAL								INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES		
PRESUPUESTO		1	2	3	4	5	6	7	9	10	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
														\$2.800,00
1	Financiamiento para la marca										Presupuesto aprobado	Económicos Humanos Tecnológicos	Escases económica	-
2	Diseño de la marca										Entregar la marca		Falta de personal profesional	\$500,00
3	Aplicación de la maca										Incrementar el volumen de ventas		Inconformidad con la marca	\$2.000,00
4	Aumento de ventas										Mejorar ingresos económicos al cantón		Rechazo de la marca	\$300,00
FECHA DE INICIO:		Predeterminado												
FECHA DE TERMINACIÓN:		Predeterminado												
UNIDAD DE MEDIDA:		25% del margen de ganancia												
<b>b) Seguimiento y Retroalimentación</b>														
Verificación Parcial Inicial:		Predeterminado												
Verificación Parcial Final:		Predeterminado												
<b>4.- OBSERVACIONES</b>														
S/N														

## Conclusiones

Una vez finalizada la investigación sobre el impulso del turismo gastronómico a través del estudio de la cocina tradicional en plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí se han obtenido las siguientes conclusiones:

- Dentro del desarrollo de las bases teóricas, el estudio de las variables se llevó a través de la investigación de fuentes bibliográficas, basadas en el conocimiento y la ciencia de expertos, a fin de recopilar toda la información precisa en cuanto a los platos típicos de la cocina tradicional de las plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí.
- Los cantones Pujilí y Saquisilí poseen una extensa oferta de platos de la cocina tradicional en las diferentes plazas y mercados que en contexto local se describen como ícono principal dentro de la gastronomía, pero no en sí del turismo, debido a la falta de aprovechamiento de estos.
- Para el impulso del turismo gastronómico se ha planteado líneas estratégicas basados en proyectos de planificación, tales como plan de promoción, plan de turismo gastronómico, plan financiero y plan de mejora, con el fin de alcanzar el posicionamiento de los platos de la cocina tradicional de las plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí.



## Recomendaciones

- Basados en el diagnóstico situacional actual se recomienda ampliar la línea de investigación enfocada en el sector turístico para el diseño de rutas turísticas gastronómicas, puesto los cantones tanto Pujilí como Saquisilí poseen el recurso turístico denominado platos de la cocina tradicional para generar actividades turísticas.
- Poner en práctica las líneas estratégicas plasmadas en los proyectos de forma que las personas que elaboran los platos de la cocina tradicional pueden seguir con la tradición que se viene dando desde años atrás, de manera que se cree que es la ventaja competitiva frente a la competencia.
- Conseguir que los platos de la cocina tradicional de las plazas y mercados de los cantones Pujilí y Saquisilí sean expuestas en la página oficial de los respectivos Gobiernos Autónomos Descentralizados y otros medios, para que los turistas nacionales e internacionales pueda conocer sobre los tipos de cocina que se ofertan.

## Bibliografía

- Álvarez, J. (2002). *CRESPIAL en el II Congreso Internacional de Patrimonio Cultural Intangible de CICOP*. Recuperado el 30 de Abril de 2021, de <http://crespial.org/crespial-en-el-ii-congreso-internacional-de-patrimonio-cultural-intangible-de-cicop/>
- Araque, A. (2013). *Estudio de la tecnica de deconstruccion aplicada a la cocina ecuatoriana y su propuesta gastronómica*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Bravo, V. J. (2020). Las Nuevas Tendencias en la Cocina Tradicional. *Revista Vinculando.*, 6.
- Cegaho. (2018). *Definiciones: Turismo Gastronómico, Gastronomía, Rutas, Productos, Destinos y otras*. Recuperado el 27 de Marzo de 2021, de <https://cegaho.wordpress.com/2018/05/23/definiciones-turismo-gastronomico-gastronomia-rutas-productos-destinos-y-otras/>
- Díaz, J., & Pabón, A. (2015). *El turismo gastronómico*. Recuperado el 13 de Abril de 2021, de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2015/09/gastronomia.html>
- Domínguez, A. (2006). La Cocina. *Ciencia Ergo Sum*.
- Entorno Turístico. (2020). *¿Qué son las rutas gastronómicas?* Recuperado el 05 de Febrero de 2021, de <https://www.entornoturistico.com/que-son-las-rutas-gastronomicas/>
- Espinosa, R. (29 de Julio de 2013). *La matriz de análisis DAFO (FODA)*. Recuperado el 15 de Marzo de 2021, de <https://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda>
- García, M. P. (2012). *El patrimonio Cultural. Conceptos básicos*. España: Universidad de Zaragoza.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural del cantón Pujilí. (2021). *Municipio de Pujilí*. Recuperado el 03 de Mayo de 2021, de Límites geográficos: <https://www.municipiopujili.gob.ec/pujili/situacion-geografica/>

- Grajales, G. (2001). *Desarrollo y validación de metodología para evaluar con indicadores la sustentabilidad de sistemas productivos campesinos de La Asociación De Caficultores Orgánicos de Colombia–ACOC*. Uruguay: Universidad de la Republica y Redes Amigos de la tierra,.
- Hernández, R. R. (2018). Turismo Gastronómico. La gastronomía tradicional en Córdoba (España). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19.
- Hernández., Fernández y Baptista. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hil.
- Inec, Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2010). *Distribución de la población del cantón latacunga según parroquias*. Recuperado el 17 de Mayo de 2021, de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos\\_Censales/Fasc\\_Cantonaes/Cotopaxi/Fasciculo\\_Latacunga.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonaes/Cotopaxi/Fasciculo_Latacunga.pdf)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2010). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Recuperado el 05 de Mayo de 2021, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/cotopaxi.pdf>
- Instituto Tecnológico de Sonora ITSON. (2013). *¿Qué es fauna?* Recuperado el 20 de Mayo de 2021, de <https://sites.google.com/site/alepereasoto/-que-es-fauna>
- Jaramillo, A. (2012). *Animales domésticos y biodiversidad*. Recuperado el 16 de Junio de 2021, de <http://www.fao.org/3/v8300s/v8300s07.htm>
- Jeambey, Z. (2016). *Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña*. Recuperado el 23 de Enero de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88147717009.pdf>
- La Secretaría Técnica de Gestión Inmobiliaria del Sector Público. (2021). *Catastro*. Recuperado el 15 de Febrero de 2021, de <https://www.inmobiliar.gob.ec/catastro/>
- López, F. (2016). *La gastronomía tradicional, patrimonio cultural y factor de desarrollo*. Recuperado el 27 de Abril de 2021, de <http://politicasculturales.com.mx/gastronomia-tradicional.html>

- López, N., & I Sandoval, I. r. (2016). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*.
- López, T., & Margarida, M. (2011). *Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias*. Recuperado el 20 de Abril de 2021, de file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-TurismoCulturaYGastronomiaUnaAproximacionALasRutas-5018471.pdf
- MapNall. (2021). *Mapa - Cantón Pujilí*. Recuperado el 10 de Mayo de 2021, de Coordinadas geográficas: [http://www.mapnall.com/es/Mapa-Cantón-Pujilí\\_1114858.html](http://www.mapnall.com/es/Mapa-Cantón-Pujilí_1114858.html)
- Meléndez, T. J., & Cañez, G. M. (2009). La Cocina Tradicional Regional como un Elemento de Identidad y Desarrollo Local: el caso de San Pedro, México. *SciELO*, 17.
- Ministerio de Turismo . (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del ecuador* .
- Ministerio de Turismo. (2016). *La gastronomía ecuatoriana al alcance de todos*. Recuperado el 17 de Febrero de 2021, de <https://www.turismo.gob.ec/la-gastronomia-ecuatoriana-al-alcance-de-todos/>
- Miranda, R. (2020). *Modelos Explicativos del Turismo*. Recuperado el 18 de Enero de 2021, de <https://www.youtube.com/watch?v=nnEXSki3zRI>
- Montecinos, A. (2010). *Turismo Gastronómico Sostenible*. México: Cegaho.
- Navarrete, T. M., & García, M. C. (2018). Turismo Gastronómico: Sabor y Tradición. *Revista de Investigación en Turismo y Patrimonio.*, 18.
- Núñez, J. (2021). *Historia de la Cocina Ecuatoriana*. Recuperado el 13 de Abril de 2021, de <https://sites.google.com/site/cocinaecuatorianamoderna/historia/historia-de-la-cocina-ecuatoriana?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>
- OMT. (2017). *La gastronomía en los destinos*. Recuperado el 15 de Enero de 2021, de <https://www.unwto.org/es/gastronomia>

- OMT. (2018). *Guía metodológica para el desarrollo del turismo gastronómico*. Recuperado el 25 de Abril de 2021, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>
- Organización Mundial de Turismo OMT. (2021). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. Recuperado el 11 de Enero de 2021, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo OMT. (1999). *El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 16 de Julio de 2021, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419937>
- Paloma, M. (2021). *HUM-110 Tema IV: Definición del Tipo de Investigación*. Recuperado el 27 de Mayo de 2021, de <https://slideplayer.es/slide/4203784/>
- Pazos. (2010). *Permanencias culturales y culinarias del Manual de Cocina de Juan Pablo Sanz en Quito (Ecuador): protocolos, cocina tradicional y formas de preparación*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- PDyOT Saquisilí. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Buen Vivir Intercultural del Cantón Saquisilí*. Recuperado el 26 de Febrero de 2021, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/DOCUMENTO%20DIAGNOTICO%20PDyOT%20DEL%20CANT%20SAQUISIL%20D\\_15-11-2014.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/DOCUMENTO%20DIAGNOTICO%20PDyOT%20DEL%20CANT%20SAQUISIL%20D_15-11-2014.pdf)
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Saquisilí. (2019). Recuperado el 18 de Febrero de 2021, de [https://saquisili.gob.ec/wp-content/uploads/2019/03/Pan-Territorial-GADMI-CANTON-SAQUISILI\\_FINAL\\_19-04-2015\\_23-44-58.pdf](https://saquisili.gob.ec/wp-content/uploads/2019/03/Pan-Territorial-GADMI-CANTON-SAQUISILI_FINAL_19-04-2015_23-44-58.pdf)
- Querol, Á. (2010, p.20). *Manual de gestión del Patrimonio Cultural*. Madrid: Akal S.A.
- Quesada, R. (2006). *Elementos Del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a distancia. Recuperado el 23 de Enero de 2021, de <https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUlsGUC&pg=PA108&dq=turismo+alternativo&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwitraCw5MPyAhVHRzABHcS0AaEQ6AEwAXoECAQQAg#v=onepage&q=turismo%20alternativo&f=false>

- Quijano, R. (2015). *Recetas tradicionales y trismo gastronómico en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi*. Latacunga: Universidad de las Fuerzas Armadas. Recuperado el 22 de Abril de 2021, de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/10554/T-ESPEL-ITH-0029.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*. Madrid: escuela superior politécnica del litoral.
- Salas, C. (2015). *Alimentos: Historia, presente y futuro*. Recuperado el 29 de Enero de 2021, de <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL005266.pdf>
- Salas, D. (2016). *Tendencias gastronómicas predominantes*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Sánchez, A. (2021). *Gastronomía*. Obtenido de Definición de Gastronomía. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/gastronomia/>.
- Sancho, A. (2012). *Introducción al turismo*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2020, de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Secretaría de Turismo de México SECTUR. (2015). *Definición de turismo*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2020, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/laex/loranca\\_r\\_ra/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo2.pdf)
- SECTUR. (2017). *Turismo Alternativo: Una nueva forma de hacer turismo*. Recuperado el 10 de Enero de 2021, de <https://www.entornoturistico.com/turismo-alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo-pdf/>
- Semarnat. (2008). *Turismo alternativo*. Recuperado el 21 de Enero de 2021, de [https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/cd\\_compendio08/compendio\\_2008/compendio2008/10.100.8.236\\_8080/ibi\\_apps/WFServlet43c3.html#:~:text=El%20turismo%20alternativo%20se%20refiere,los%20recursos%20naturales%20y%20culturales](https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/cd_compendio08/compendio_2008/compendio2008/10.100.8.236_8080/ibi_apps/WFServlet43c3.html#:~:text=El%20turismo%20alternativo%20se%20refiere,los%20recursos%20naturales%20y%20culturales)
- Universidad Interamericana para el Desarrollo UNID. (2005). *Patrimonio cultural*. Recuperado el 24 de Enero de 2021, de <http://www.cursosinea.conevyt.org.mx/cursos/vaco/contenido/revista/vc09r.htm>

Valencia, C. (2016). *Fundación Gestión y Participación Social*. Recuperado el 29 de Junio de 2021, de <http://www.asociaciones.org/formacion/item/168-que-es-actividad-economica>

**Anexos**