



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

**CARRERA DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA**

**MONOGRAFIA GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**TEMA: “ANÁLISIS DE LA GASTRONOMÍA COMO
ATRACTIVO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE COTACACHI,
MEDIANTE LA IDENTIFICACIÓN DE PLATOS ANCESTRALES
REPRESENTATIVOS DE LA LOCALIDAD”**

AUTOR: ARIAS SÁENZ LUIS ALFONSO

DIRECTORA: ING. VELÁSQUEZ DORIS

SANGOLQUI - 2016

CERTIFICADO



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

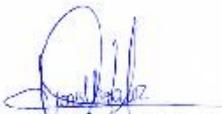
CARRERA DE TECNOLOGÍA: ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

CERTIFICADO

Certifico que el trabajo de monografía , "ANÁLISIS DE LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE COTACACHI, MEDIANTE LA IDENTIFICACIÓN DE PLATOS ANCESTRALES REPRESENTATIVOS DE LA LOCALIDAD", realizado por el señor **LUIS ALFONSO ARIAS SAENZ**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio el mismo que cumple con los requisitos teóricos, científicos técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar al señor **LUIS ALFONSO ARIAS SAENZ**, para que lo sustente públicamente.

Quito, 26 de septiembre de 2016

Atentamente,



Mcs. Doris Velásquez
DIRECTOR

AUTORIZACION DE RESPONSABILIDAD



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

CARRERA DE TECNOLOGÍA: ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo **LUIS ALFONSO ARIAS SÁENZ**, con cedula de identidad No 1002710828, declaro que este trabajo de titulación, "**ANÁLISIS DE LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE COTACACHI, MEDIANTE LA IDENTIFICACIÓN DE PLATOS ANCESTRALES REPRESENTATIVOS DE LA LOCALIDAD**", ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Quito, 26 de septiembre de 2016

**ARIAS SÁENZ LUIS A.
C.C 1002710828**

AUTORIZACIÓN



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

CARRERA DE TECNOLOGÍA: ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORIZACIÓN

Yo **LUIS ALFONSO ARIAS SÁENZ**, autorizo a la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, publicar en la biblioteca virtual de la institución, el presente trabajo de titulación, "**ANÁLISIS DE LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE COTACACHI, MEDIANTE LA IDENTIFICACIÓN DE PLATOS ANCESTRALES REPRESENTATIVOS DE LA LOCALIDAD**", realizado por el señor **LUIS ALFONSO ARIAS SÁENZ**, cuyo contenido, ideas y criterios, son de mi autoría y responsabilidad.

Quito, 26 de septiembre de 2016



ARIAS SÁENZ LUIS A.
C.C 1002710828

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres Luis Arias y Carmen Sáenz A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

El presente trabajo de investigación lo dedico con mucho amor a mi fiel esposa compañera Veronica M. Segura Ortega, que con su sabiduría e inteligencia me ayudado en todo momento para que pueda culminar con éxito mis estudios universitarios en la mención de la tecnología en administracion turística ya que su amor has sido mi soporte en todo momento, como esposa amiga y confidente, gracias por impulsarme a no desisitir, a seguir a delante a perseverar y alcanzar el objetivo planteado, por todo ello y mas gracias amor.

A mis preciosos hijos Belen, Sebastian y David que simultáneamente están en mimente y mi corazón y los quiero mucho y todo esfuerzo que un padre hace es siempre pensado en el futuro y bienestar de nuestros hijos .

AGRADECIMIENTO

Un profundo y merecedor agradecimiento a mi tutora la Master Doris Velásquez que con su apoyo a echo que se cristalicen mis sueños y de culminar esta carrera, al compartir sus valiosos conocimientos los mismos que han servido de soporte durante la elaboración de mi tesis.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, a la carrera de Administración Turística, por permitirme culminar mis estudios, al Ing. Farid Mantilla a la Sra. Abogada Duque y a todos quienes de una u otra forma han coadyuvado en la culminación de mi proyecto de grado.

Al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cotacachi en mención del Sr. Gustavo Olmedo León Director de Turismo y Cultura del Municipio del Cantón Cotacachi, y el Sr. Gustavo Navarro Jefe de comunicación del mismo.

A la casa de las Culturas del Cantón Cotacachi en mención de la Ing. Verónica Saltos Jefa de Turismo y el Sr. Diego Guzmán Jefe de Cultura y Deporte, y a toda la población cotacachence por su colaboración.

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
CERTIFICADO	I
AUTORIZACION DE RESPONSABILIDAD	III
AUTORIZACIÓN	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
INDICE DE CONTENIDOS	VII
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT	XIII
CAPITULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. IMPORTANCIA DEL PROBLEMA	1
1.2. APORTES CON RESPECTO A LA PROPUESTA ANTERIOR.....	2
1.3. OBJETIVOS	2
1.3.1. OBJETIVO GENERAL:.....	2
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	2
CAPÍTULO II	3
MARCO TEÓRICO	3
2.1. TEORÍA DE SOPORTE.....	3
2.1.1. TURISMO Y GASTRONOMÍA	3
2.2. TURISMO GASTRONÓMICO.....	4
2.3. IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA EN EL TURISMO	5
2.4. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO GASTRONÓMICO.....	6

2.5. DEFINICIÓN DE LA GASTRONOMÍA ANCESTRAL.....	7
2.6. LA GASTRONOMÍA DE COTACACHI.....	8
2.7. MARCO REFERENCIAL	10
2.8. MARCO CONCEPTUAL.....	14
2.8.1. TURISMO.....	14
2.8.2. IMPORTANCIA DEL TURISMO	15
2.8.3. TURISTA.....	16
2.8.4. TIPOS DE TURISTAS	16
2.8.5. ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	18
2.8.6. TIPOS DE TURISMO	20
2.8.7. GASTRONOMÍA	20
2.8.8. GASTRÓNOMO.....	22
2.8.9. TURISTA GASTRONÓMICO	22
2.8.10. DESTINO GASTRONÓMICO Y TURÍSTICO	22
2.8.11. PLANIFICACIÓN GASTRONÓMICA Y TURÍSTICA	23
2.9. ALIMENTOS, BEBIDAS Y UTENSILIOS TRADICIONALES:.....	24
2.9.1. ATRACCIONES Y ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS:.....	24
2.9.2. PRODUCTO GASTRONÓMICO Y TURÍSTICO	25
CAPITULO III	26
MARCO METODOLÓGICO.....	26
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
3.1.1. TIPOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.1.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	26
3.1.3. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA	27
3.2. TÉCNICAS DE MUESTREO.....	27
3.2.1. MUESTREO ALEATORIO SIMPLE.....	28
3.2.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	28
3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	29
3.3.1. MÉTODOS TEÓRICOS.....	29
3.3.2. PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCIÓN Y EL ANÁLISIS DE LOS DATOS	32

3.3.3. INSTRUMENTOS	35
CAPÍTULO IV	37
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
4.1. DESCUBRIMIENTOS PRINCIPALES SEGÚN OBJETIVOS PLANTEADOS	37
4.2. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	52
CAPÍTULO V	54
PROPUESTA	54
5.1. PLAN DE PROMOCIÓN.....	54
5.1.1. OBJETIVOS PROMOCIONALES	54
5.2. ORGANIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN	55
5.3. SELECCIÓN DE LA AUDIENCIA	55
5.4. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS.....	55
5.5. MEDIOS DE PRENSA: RADIO Y TELEVISIÓN	56
5.6. MEDIOS IMPRESOS: TRÍPTICOS Y AFICHES	57
5.7. PUBLICIDAD EN INTERNET: REDES SOCIALES	60
5.8. PROMOCIÓN DE VENTAS.....	62
5.9. MEZCLA PROMOCIONAL.....	62
5.10. PRESUPUESTO	63
5.11. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	64
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad	37
Tabla 2: Platos conocidos	38
Tabla 3: Platos que se siguen consumiendo	39
Tabla 4: Riqueza gastronómica y relación cultural	40
Tabla 5: Principal motivo de visita.....	41
Tabla 6: Gastronomía atrae turistas	42
Tabla 7: Recomendación basada en la oferta gastronómica.....	43
Tabla 8: Importancia de incluir productos olvidados en la gastronomía	44
Tabla 9: Importancia de conocer la cultura de Cotocachi.....	45
Tabla 10: Fortalecimiento de la gastronomía ancestral	46
Tabla 11: Presupuesto.....	63

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: CARNES COLORADAS (PLATO TÍPICO)	8
FÍGURA 2: CHICHA DE JORA (PLATO TÍPICO)	9
FIGURA 3: HELADO DE PAILA (PLATO TÍPICO).....	9
FIGURA 4: EMPANADAS DE MOROCHO (PLATO TÍPICO).....	10
FIGURA 5: TECNICAS DE MUESTREO.....	27
FIGURA 6: EDAD	37
FIGURA 7: PLATOS CONOCIDOS	38
FIGURA 8: PLATOS QUE SE SIGUEN CONSUMIENDO.....	39
FIGURA 9: RIQUEZA GASTRONÓMICA Y RELACIÓN CULTURAL	40
FIGURA 10: PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA.....	41
FIGURA 11: GASTRONOMÍA ATRAE TURISTAS	42
FIGURA 14: IMPORTANCIA DE CONOCER LA CULTURA DE COTOCACHI	45
FIGURA 15: FORTALECIMIENTO DE LA GASTRONOMÍA ANCESTRAL	46
FIGURA 16: MODELO DEL TRÍPTICO	58
FIGURA 17: RED SOCIAL DEL CANTÓN	60

RESUMEN

El desarrollo del presente estudio tiene como finalidad el realizar un análisis sobre la gastronomía del Cantón Cotacachi, con el objetivo de promocionar y potencializar al cantón turísticamente, además de que se dé a conocer la comida típica ancestral del lugar, ayudando a generar un mayor interés en los visitantes por llegar al lugar. Además de considerar que el turismo permite preservar y conservar el valor cultural y tradicional del lugar. El principal objetivo de la presente investigación se centra en el desarrollo e impulso turístico del cantón a través de la gastronomía ancestral, de modo que con la propuesta del plan de promoción se consiga dar cumplimiento a los intereses de primer orden. El cantón Cotacachi es más conocido como la ciudad del cuero a nivel mundial, considerando que aquí se diseñan varios productos textiles a base del cuero, los cuales son únicos, sin embargo también cuenta con diversos atractivos turísticos tanto naturales como culturales, los cuales le otorgan todo su potencial turístico. Es así que de tal forma a través del plan de promoción, se busca establecer medios promocionales que atraigan más turistas al lugar y con ello se logre posicionar turísticamente al cantón, motivo por el cual se desarrolla la propuesta a continuación.

Palabras clave:

TURISMO

GASTRONÓMICO

CULTURAL

PROMOSIÓN

ANCESTRAL

ABSTRACT

The development of this study is aimed at an analysis on the cuisine of Canton Cotacachi, with the aim of promoting and potentiate the canton touristically, plus it is given to know the typical food ancestral place, helping to generate more interest in visitors to reach the place. Besides considering that tourism can preserve and conserve the cultural and traditional value of the site. The main objective of this research focuses on the development and boost tourism in the canton through the ancestral gastronomy, so that the proposed plan is achieved promotion to comply with the interests of the first order, The Cotacachi Canton is known as the city of leather worldwide, whereas here several textile products leather base design, which are unique, but also much with diverse both natural attractions and cultural, which give all its tourism potential. Thus so through the promotion plan seeks to establish promotional means to attract more tourists to the place and thereby achieve the canton touristically position, why then the proposal develops.

Key words:

TURISM

GASTRONÓMIC

CULTURE

PROMOTION

ANCESTRAL

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Importancia del problema

La Gastronomía de Ecuador es una cocina donde predomina la variedad de ingredientes, hay que tener en cuenta que nuestro país tiene paso a diferentes tipos de regiones y por ende a variados recursos culinarios.

En Imbabura se puede deleitar de platos típicos como: hornado, pristiños, chicha de jora, fritada de cajón, carne colorada, pan de leche, helados de paila, entre otros los cuales se han ido perdiendo con el pasar del tiempo; y solo se las puede deleitar en ciertos locales o en ocasiones específicas como festividades. (Bolaños Pantoja, 2011)

Cotacachi es un cantón turístico de importancia dentro de la provincia de Imbabura, pues recibe una cifra mayor de cuarenta mil turistas al año. Esto provoca una invasión de comidas rápidas (fast food), en la mayor parte de restaurantes localizados dentro del cantón. El constante crecimiento que presentan los establecimientos con estas características es mayor al 30% al año. Lo cual genera que las condiciones en las que vive la población se vean reducidas y que se incrementen enfermedades debido a estas condiciones, tales como: la diabetes, obesidad, entre otras, considerando que en la actualidad el 33% de la población adulta sufre de alguna de estas enfermedades. (Jijón Achín, 2014).

E ahí de esta investigación, la cual no solo busca explorar la gastronomía como tal sino al contrario pretende inmiscuirse en el origen mismo, del conocimiento que las diferentes culturas indígenas locales aún conservan a pesar de los procesos globalizadores de la sociedad moderna; una buena gastronomía no solo es un plato delicioso o bien presentado, una buena gastronomía involucra el aspecto cultural, tan fundamental a la hora de construir patria. Como habitante de la ciudad de Cotacachi, se pretende

sacar a la luz este conocimiento que aún permanece relegado en rincones olvidados, para por medio de una adecuada difusión constituir a la gastronomía en un producto turístico.

1.2. Aportes con respecto a la propuesta anterior

A nivel de provincia (Imbabura), la gastronomía de Cotacachi es muy conocida, pero hace falta un poco más de promoción de este recurso turísticos, publicidad que se pretende realizar con el diseño de un material informativo que incentive al consumo de platos ancestrales , debido a que Cotacachi es un centro motor de la economía imbabureña y sería idóneo potencializarlo dado que existen en esta ciudad un sinnúmero de locales comerciales destinados a la venta de comida, pero cada vez es más notorio la venta de comida fast food en lugar de alimentos nutritivos y asociados a la cultura propia del lugar.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General:

- Diseñar un instrumento de promoción turística para potencializar la gastronomía ancestral de la ciudad de Cotacachi.

1.3.2. Objetivos Específicos:

- Investigar los principales platos de la gastronomía ancestral de la ciudad de Cotacachi.
- Identificar los principales atractivos turísticos asociados al turismo gastronómico local.
- Analizar un método publicitario para potencializar la gastronomía ancestral como producto turístico de la ciudad de Cotacachi.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Teoría de soporte

2.1.1. Turismo y gastronomía

La gastronomía es un elemento fundamental de la identidad y la cultura de una comunidad, por lo tanto, no es un hecho aislado que se incluya la comida propia de un territorio como parte del recorrido del que participa un turista. Esta vinculación es parte de una suerte de innovación en el campo turístico, ya que cuando una persona viaja a un lugar, lo más lógico, es que quiera informarse de la historia del pueblo que está visitando y parte de esa historia es el legado alimentario que han dejado los antepasados. En este sentido, existen dos clases de turistas, cuya diferencia radica en las preferencias gastronómicas para escoger o no un determinado lugar para conocer tal como se menciona a continuación: (Flavián & Fandos, 2011)

Es así que la gastronomía viene a entenderse como una parte fundamental y factor motivacional del desarrollo de las actividades de carácter turístico. Sin embargo este aspecto no se ha reconocido mayoritariamente, a pesar de ello es un aspecto que genera gran interés en el ámbito turístico, considerando que es uno de los aspectos en los cuales los visitantes invierten mayor parte de los gastos, demandando de igual forma tradición y calidad en los mismos.

Por ello la mayor parte de las promociones en los espacios potencialmente turísticos a nivel mundial no reconocen a la gastronomía como un atractivo de valor turístico, por lo cual se la ha rezagado a un segundo plano, sin embargo hay que considerar que este elemento al encontrarse en interacción con el lugar, cultura, tradición y costumbre presenta un factor esencial en el desarrollo de la actividad turística, a pesar de que no sea reconocida de tal forma.

El no reconocimiento en los modelos académicos de la gastronomía como atractivo turístico primario lleva a cuestionar la existencia del turismo gastronómico de forma clara y menospreciar su estudio. Así, urge realizar estudios que puedan cambiar esta visión y que demuestren incuestionablemente que la gastronomía es un atractivo turístico, más allá de que el turismo gastronómico sea un nicho de mercado. (Oliveira, 2011)

Sin embargo muchos turistas aseguran que desarrollan específicamente turismo de carácter gastronómico, ya que su principal motivación para conocer un lugar se centra en la degustación de los platos típicos y autoctonos de otras regiones y culturas, siendo así que dicho grupo ve como principal motivo para desplazarse el solo objeto de probar los platos que se ofrecen en un lugar determinado, sin considerar su otras características turísticas.. (Oliveira, 2011)

2.2. Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico se lo establece como todo viaje que se realiza para experimentar nuevas alternativas tanto en comidas y bebidas particulares de una región, conocer la manera de prepararlos e incluso y la manera de aplicar sus ingredientes. (Curiel, 2006)

El turismo gastronómico, junto a la variedad de los destinos existentes en todo el mundo hacen de un lugar atractivo un refugio para el turismo vacacional, de negocios y eventos, logrando de esta manera convertir a un sector llenar de oportunidades de crecimiento continuo, resaltando siempre el patrimonio cultural y natural; considerando la cultura como un elemento único que se diferencia entre productos turísticos. La gastronomía dentro de un sector específico es imprescindible como oferta turística, debido a que los visitantes siempre deberán consumir algún tipo de alimento en el lugar, creando así un consumo de los platos típicos de una región.

Constituye como una manera única de desarrollar actividad turística, en la cual la gastronomía se considera la principal motivación para realizar su

viaje. En la actualidad este tipo de turismo, se presenta hoy como una nueva opción para los viajeros, considerando que a través de ella también se pueden conocer varios lugares de una forma específica, centrada en la cultura gastronómica del lugar que se visite.

El turismo gastronómico tiene una gran relevancia en la economía gastronómica en el marco de la actividad turística, cabe recalcar que el gasto en alimentación tanto en comida y bebida representa parte fundamental en el visitante, el turista cada vez el turista está dispuesto a realizar un gasto en la degustación de las comidas típicas.

2.3. Importancia de la gastronomía en el turismo

La importancia de los alimentos en el ámbito turístico radica en que al hacer un viaje, es la comida uno de los factores que más se recordará aun cuando se hayan visto y disfrutado paisajes espectaculares o impresionantes monumentos; definitivamente el lugar va a ser permanentemente recordado por lo que se comió, incluyendo no sólo la calidad de los alimentos y bebidas sino también por la higiene, el servicio y el ambiente; todo esto en conjunto hará grata e inolvidable la experiencia de viajar. (Curiel, 2006)

El turismo es una actividad económica muy importante, a través de este no solo se obtienen ganancias, sino también el hecho promover los lugares y las costumbres tradiciones y la gastronomía de una región.

Una de las actividades que más atrae a los turistas es la gastronomía, la comida es una de las cosas que permite conseguir y despertar el interés de los turistas, capturando la esencia del sector donde se la prepara. La comida local nos da a conocer las actividades culturales de la zona, la forma en que se produce, cocina y se consume nos da una idea acerca del quehacer de una población determinado, por lo tanto la gastronomía típica representa un rasgo de autenticidad, de ahí que los turistas se sientan interesados y atraídos.

Los visitantes por lo general suelen buscar un lugar confortable que les brinde buena gastronomía, lugares atractivos llenos de historia y cultura para visitar, también la posibilidad practicar algún deporte. En este sentido la comida juega un papel importante para el turismo, ya que es un aspecto que da una primera impresión y que no se debe descuidar, por cuanto se constituye como un elemento fundamental que motiva a los visitantes a volver a visitar el sector. Se entiende que un turista satisfecho atrae a otros 10 más, es una fórmula que se está replicando exponencialmente y que no se puede dejar de desaprovechar. La comida local es algo que da que hablar, el gusto por algún platillo hace que no solo este, sino que el sector sea reconocida y promocionada.

En muchas partes del planeta se vienen realizando ferias gastronómicas que recaen en el interés masivo de los turistas, este factor constituye un segmento para dar a conocer las delicias locales e invitar a las personas a visitar el lugar donde se produce platos distintivos de la zona. La comida es una fuente de riqueza cultural que no se puede descuidar, la actividad turística.

2.4. Características del turismo gastronómico

El turismo gastronómico se lo puede considerar como una de las facetas del turismo alternativo, el cual intenta dar distintas rutas, u otras maneras de sentir el turismo en un sector determinado. El mismo va ganando mayor relevancia entre los turistas, por que plantea una manera diferente de enfocar el descubrimiento de un nuevo lugar, permitiendo conocer los lugares que se visitan no solo desde sus restaurantes y comidas típicas, sino también sus mercados y su producción de alimentos, desde adentro y despertando nuevas sensaciones en el paladar. (Quesada, 2000)

El turismo gastronómico se presenta como una alternativa única para degustar de sabores exquisitos y el mismo que puede encontrarse dirigido a

personas conocedoras en la comida tales como los chefs y cocineros especializados en esta área, pero también a todo tipo de gente dispuesta a apreciar una nueva experiencia gastronómica.

Entre las actividades que distingue la cultura se encuentra la concurrencia a comedores donde se sirven platos propios de la región, visita a espacios en los cuales se ofrecen productos alimenticios, de igual observar su preparación o en ciertos casos ser partícipes de la misma, mejorando así el turismo gastronómico, siendo así una forma muy común de atraer al visitante.

2.5. Definición de la gastronomía ancestral

Actualmente la esencia de toda cocina es la combinación de tres aspectos fundamentales dentro de la gastronomía, los cuales son: sabiduría popular, la gracia y la música. Por ello se permite definir a la gastronomía ancestral como:

Es aquel que se aplica a la comida particular y específica de una región o comunidad del planeta. Por lo general, si bien el concepto abarca completamente, se lo suele utilizar para hacer referencia a comidas o gastronomías que quedan por fuera de la típica comida rápida popularizada por Estados Unidos (aunque este tipo de comida también sea comida étnica al pertenecer a ese país). Así, las gastronomías de culturas no dominantes a nivel mundial como lo pueden ser la comida hindú, la peruana, la mexicana, la marroquí, la argentina, la brasileña o la china son todas consideradas étnicas y diferentes a la comida tradicional occidental. (Gastronomía Ancestral, 2014)

Es decir que la gastronomía ancestral es definida como los alimentos que se preparan tradicionalmente en un lugar específico, a través de la utilización de métodos tradicionales, que le permite mantener su origen y su sabor único.

2.6. La gastronomía de Cotacachi

Dentro de la Provincia de Imbabura, se encuentra situado el Cantón Cotacachi, el cual cuenta con una exquisita gastronomía muy variada, la cual genera gran interés para los turistas; entre los principales platos típicos del lugar se encuentran:

- **Carnes coloradas:** Este plato consiste en la carne mechada preparada con achiote. Estas son condimentadas y expuestas al sol hasta encontrarse secas, para una semana después de este procedimiento asarla. El platillo es acompañado con mote, papas cocinadas, aguacates y salsa de queso. (LICTUR, 2012)



Figura 1: Carnes coloradas (Plato típico)

Fuente: (LICTUR, 2012)

- **Chicha de jora:** La chicha de jora consiste en la fermentación del maíz, con panela y hierbas aromáticas, pero cabe destacar que esta lleva sólo maíz amarillo. (LICTUR, 2012)



Figura 2: Chicha de Jora (Plato típico)

Fuente: (El Mercurio, 2012)

- **Helados de paila:** Estos deliciosos helados se elaboran a base de jugo de fruta natural y clara de huevo, preparados dentro de una paila de bronce a mano, sobre hielo seco proveniente del Cotacachi. Lo elaboran de diversos sabores y no necesita refrigeración. (LICTUR, 2012)



Figura 3: Helado de Paila (Plato típico)

Fuente: (LICTUR, 2012)

- **Empanadas de morocho:** Este plato se elabora de la masa es de morocho mojado, posteriormente se la rellena con el tipo de carne que sea de mayor agrado, con refrito de cebolla, zanahoria y arvejas, una vez sellada esta preparación se las fríe en aceite. Estas son acompañadas con chicha de jora o a su vez con ají de chocho. (LICTUR, 2012)



Figura 4: Empanadas de Morocho (Plato típico)

Fuente: (Arte Ecuador, 2013)

Tal como se puede observar anteriormente la gastronomía de Cotacachi es muy variada, además de que sus sabores son únicos y propios del lugar; siendo de agrado para los paladares de los turistas que llegan a dicho lugar, a realizar diversos tipos de turismo.

2.7. Marco referencial

Para la realización del marco referencial se han tomado como referencia 3 artículos relacionados con la tesis, los cuales son los siguientes:

El primer artículo tiene como título: “Rescate del Turismo Gastronómico Ancestral, mediante la elaboración de un Manual de comida típica de la Provincia del Carchi”, realizado por Ximena Bolaños en el 2013. La cual enfatiza que el reto actual es el de insertar dentro del proceso de movilidad la preferencia gastronómica típica ancestral, hacia el consumidor local, nacional y extranjero como uno de los destinos favoritos en la Provincia, a más de los páramos, las zonas subtropicales y las ciudades que se prestan para el comercio. De la investigación realizada revela que en la última década hay un importante crecimiento económico en el área turística gastronómica del Carchi, indicando un avance social en el Rescate de la Gastronomía Ancestral por parte de establecimientos privados en ámbitos de oferta y demanda. Ley de la competitividad sostenida que requiere de estrategias diferentes para atraer al cliente. El Manual de Comida Típica de la Provincia del Carchi, se centra en exponer una visión actualizada y estratégica de la situación gastronómica ancestral de cada una de las parroquias y cantones de la Provincia, con el fin de reflexionar y estimular

cada uno de los diversos actores públicos y privados del Turismo y Ecoturismo, para convertir a la Provincia en destino turístico y asegurar un nuevo ciclo de crecimiento sostenible para este sector. (Bolaños, 2013, pág. 7)

El segundo artículo tiene por título “Gastronomía y turismo en Argentina”, desarrollado por Regina Schluter y Daniela Thiel en el 2008. El desarrollo de esta investigación se centró en hacer referencia a la evaluación que ha tenido la gastronomía ligada al turismo en Argentina, analizando principalmente las rutas alimentarias en el país, con la finalidad de resolver las dificultades de comercialización de los productos gastronómicos de la ciudad, de modo que se disfrute de los alimentos regionales como parte del patrimonio cultural, además de que se consiga el posicionamiento de los mismos y que el turismo funcione como herramienta de promoción de la gastronomía del lugar. (Schluter & Thiel, 2008, pág. 254)

Esta investigación establece como resultado que las personas efectivamente concurren a los espacios turísticos del lugar por la comida, debido a que estos afirman que se come muy bien en un ambiente distendido y tranquilo. Además establecen las autoras que el turismo gastronómico en Argentina tiene una larga trayectoria debido a la producción de vino y la celebración del trabajo, siendo la gastronomía un factor estrechamente ligado al turismo, y por ende generador de desarrollo local. Afirmando finalmente que es importante se considere el turismo gastronómico como una de las actividades más potenciales y crecientes que necesitan ser estudiadas a lo largo del mundo. (Schluter & Thiel, 2008, pág. 267)

El tercer artículo utilizado tiene por título “Análisis de las principales tradiciones gastronómicas de la Ciudad de Cuenca como atractivo turístico, elaborada por Andrea Montenegro en el 2012. Esta investigación se realizó con el fin de analizar toda la gastronomía cuencana para que forme parte de los atractivos turísticos de la ciudad, impulsando así el incremento de visitantes interesados en la degustación de comidas y bebidas típicas del

lugar. Resaltando de tal forma las principales tradiciones gastronómicas de Cuenca como un atractivo turístico, no solo para los visitantes sino también para los habitantes de la ciudad; y de tal forma fortalecer su identidad cultural. Además de que los visitantes conozcan sobre estas costumbres gastronómicas y que no se vayan perdiendo con el tiempo, de modo que las futuras generaciones también las conozcan y logren degustarlas. (Montenegro, 2012, pág. 15)

La investigación establece como resultados que la cocina cuencana típica se encuentra en riesgo de desaparecer, debido a la introducción de la comida chatarra y de diversas empresas transnacionales que ofertan productos perjudiciales para la salud y que están cambiando las costumbres gastronómicas, es decir, las personas antes bebían el café asustado, la chicha huevona, la yaguana entre otros, ahora prefieren los licores y bebidas importadas. Además de que antiguamente las recetas de los platos típicos de la ciudad se han transmitido de generación en generación, sin embargo en la actualidad con la introducción de restaurantes que ofrecen platos extranjeros, las personas ya no se preocupan de conservar la receta original de los platos, solo en ciertos casos pero es de familia a familia, evidenciando que a pesar de tener una gastronomía muy variada, está desapareciendo. Por lo cual recomienda que se apliquen rutas gastronómicas en base a la comida típica de la ciudad. (Montenegro, 2012, pág. 25)

Es así que con el establecimiento de dichos artículos, a pesar de ser diferentes y en distintos lugares, todos llegan a la conclusión de que la gastronomía es un atractivo turístico primario y de gran importancia para conseguir incrementar la afluencia de turistas al lugar, puesto que si él no se podría mantener por periodos largos a los turistas en el lugar, además de que a muchos de los visitantes les es de gran interés la gastronomía típica del lugar.

Por lo cual también para fundamentar la investigación se han considerado dos artículos científicos que respalden las investigaciones anteriores en base al tema propuesto, detalladas a continuación:

El primer artículo tiene como tema “La Gastronomía como atractivo turístico primario de un destino”, su autor es Simão Oliveira, realizado en el 2011 en Portugal. Este artículo analiza como el turismo gastronómico dentro de Portugal, ha alcanzado gran éxito, puesto que expone de forma atractiva la realidad de los destinos donde la gastronomía es la principal atracción turística, por lo cual ha sido de gran contribución tanto para el conocimiento como para el desarrollo local, pues se considera que dentro de dicho lugar el desplazamiento de visitantes por motivos gastronómicos fue en aumento. (Oliveira, 2011, pág. 738)

Luis Arias establece como resultado que la gastronomía muchas veces no es considerada como un atractivo turístico primario, sin embargo dentro de ciertos destinos la gastronomía es el principal atractivo por el cual llegan los visitantes y que por ende esta no deberá ser olvidada porque es un atractivo de vital importancia dentro de un destino turístico. Además de que a través de dicho estudio demostró que los viajeros y la gastronomía del lugar que visitan se encuentran ligados, debido a que determina que los turistas hacen un consumo turístico significativo y que si no existiera este no se conseguirá que el turista permanezca durante más tiempo dentro del sitio. (Oliveira, 2011, pág. 750)

Otro estudio realizado tomado es “La Gastronomía como Atractivo Turístico y Factor de Desarrollo, realizado por Alba Mejail y Mariela Vita en el 2008, en San Martín. Este artículo establece que el estudio tiene como finalidad impulsar el crecimiento de la actividad turística a través de la gastronomía, enmarcada al desarrollo económico de la localidad; de forma que se consiga que la localidad de Tomas Jofré, en Buenos Aires se convierta en un atractivo turístico y se potencialice el desarrollo sustentable de la localidad. Por lo cual esta investigación se centró en conocer las

motivaciones de los visitantes, la evolución y comportamiento de la oferta de servicios y el impacto que el turismo produjo en la población local, tanto desde el aspecto económico como del social. (Mejail & Vita, 2008, pág. 10)

Estableciendo como resultado que la gastronomía ligada a las particularidades del sitio se ha convertido en un centro de atracción turística, aun cuando sean turistas o visitantes. Por lo cual es importante que se considere a la gastronomía como atractivo o producto turístico que origina el desplazamiento a la localidad es una realidad en el caso estudiado. También indica que es valioso recalcar que la gastronomía desempeña un papel directo como atracción turística siendo el principal motivo de desplazamiento de los visitantes hacia la ciudad y que por ello sería de gran interés que se relacen estudios de casos similares. (Mejail & Vita, 2008, pág. 53)

2.8. Marco conceptual

2.8.1. Turismo

“El turismo es el conjunto de los fenómenos originados por los viajes. Estos se originan en un mercado forman y engrosan las corrientes turísticas y se dirigen a los núcleos receptores”. (Valdes & Ruiz, 1996)

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Ballasteros & Doris, 2007)

Se define al turismo como todas las actividades que las personas realizan cuando viajan y permanecen en un lugar específico por un corto periodo de tiempo, fuera de su entorno habitual con el fin de realizar actividades turísticas propias de la zona.

El turismo se lo puede determinar como una parte esencial en la vida de las naciones, debido a su relación directa sobre sectores sociales, culturales, educativos y económicos de la sociedad y sobre sus relaciones internacionales por todo el mundo. La expansión del turismo se encuentra relacionada con el desarrollo socioeconómico de un territorio y depende del ser humano cuando este dedica tiempo al descanso creativo, vacaciones y a su libertad de viajar, en el marco del tiempo libre.

2.8.2. Importancia del Turismo

El turismo es actualmente una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Entendemos por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. El turismo puede presentar muchas variantes ya que hay diferentes tipos de turismo: turismo cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación. Del mismo modo, también hay diferentes personas que realizan diversos tipos de turismo: turismo de jóvenes, de familias, de la tercera edad, de parejas, de amigos, etc. (Bigné, Font, & Andreu, 2000)

El turismo es sumamente importante en cualquier parte del mundo porque es una actividad que nunca acaba, las personas desean siempre conocer lugares nuevos y llamativos o poder experimentar nuevas actividades en las que se pueda adquirir nuevos conocimientos, enseñanzas, culturas, tradiciones, gastronomía, entre otros. En el mundo esta actividad en la mayoría de países es una de las fuentes de economía más grande y no solamente por sus ingresos, sino que las personas tienen nuevas expectativas de vida ya que cada cultura y país es un nuevo mundo escondido.

Un ingreso económico muy fuerte e importante para un país, es sin duda alguna el que se concibe por medio del turismo, es una fuente de dinero favorable para el desarrollo de un país, ya que es una cantidad que se queda como una ganancia para el empresario, sin embargo, también está la parte del dinero que sale del país, por lo que las cifras se encuentran en una balanza.

2.8.3. Turista

Se conoce popularmente con el término de turista a aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino, (Muñoz de Escalona, 2003)

El turista es la persona que se traslada de un lugar a otro a conocer nuevos lugares, experimentar nuevas tradiciones, costumbres y gastronomía que le permite darse cuenta de lo diferentes que pueden ser cada ciudad, estado o país, su reto es encontrar riquezas escondidas de lugares que no muchas personas las han conocido.

Tradicionalmente, la persona que se traslada de un lugar a otro y que lo realiza con objetivo fundamental de aumentar sus conocimientos de nuevas culturas, tradiciones y gastronomía, se la llamará turista, en cambio si lo que motiva el viaje es una cuestión de salud, por ejemplo, al individuo de todas maneras por cumplir con las mencionadas características de dejar su lugar natal más de 24 horas y de pernoctar en otro, también se lo llamará turista, aunque claro, su finalidad no sea la de aumentar su saber cultural.

2.8.4. Tipos de Turistas

2.8.4.1. Mochilero o turista Drifter

Este tipo de turista se suelen encontrar suelen coger el avión o el tren sin ningún tipo de planificación y el alojamiento lo buscan en el destino. Una de las opciones más populares entre los mochileros es el Interrail, que permite recorrer Europa con libertad y por poco dinero. El precio de este billete de tren varía en función de la edad del turista, del área de validez y del número de días que dure el itinerario, y su oferta abarca un total de 30 países de nuestro continente.

El Interrail es, por tradición, el viaje ideal de mochileros y de gente joven que exprime al máximo sus recursos económicos, pero hoy en día cualquier persona a la que le guste viajar y experimentar nuevas emociones puede hacerse con este pase y vivir la aventura a su ritmo.

2.8.4.2. Turista explorador

Este tipo de turista normalmente busca destinos poco masificados y lo que busca es estar en contacto con los locales y su entorno. Los amantes del turismo en contacto con la naturaleza disponen en Panamá de una oportunidad de oro para conocer todos los secretos de uno de los parajes más hermosos de América. La llamada “Ruta entre dos océanos” permite al viajero recorrer los atractivos naturales de Panamá, descubrir la fascinante biodiversidad que lo rodea, visitar bellos monumentos de la época colonial e incluso pasar el día con uno de los grupos indígenas del país.

2.8.4.3. Amantes del arte

Este tipo de viajero no pierde la oportunidad de conocer destinos diferentes en cada viaje y tienden a unirse a visitas guiadas. Algunas de las propuestas que existen en España para este tipo de turistas son las rutas que se han creado por las Ciudades Patrimonio de la

Humanidad de España, unidas en un grupo para defender el patrimonio histórico y cultural de estas ciudades. (Carrefour Viajes, 2014).

2.8.4.4. Turista gastronómico

El turista gastronómico turismo es la que la gastronomía de la región visitada es parte de la actividad preponderante durante su visita. El turismo gastronómico es una nueva opción de aventura.

En la actualidad existen muchos tipos de turistas cada uno con características diferentes y únicas que se pueden encontrar en varios lugares. Los más conocidos se podría decir que son los mochileros por su loca curiosidad viajan sin dinero y sin rumbo a lugares poco conocidos, los nocturnos que les encanta la vida en los casinos y lugares de entretenimiento sin cohibiciones, los amantes del arte que no importa en momento ni el lugar para poder conocer en vivo a sus más amadas obras de arte, y así se clasifican algunas de las características más conocidas de los turistas con sus tipos y razones de viajes.

2.8.5. Atractivos Turísticos

Es un bien tangible o intangible que provoca una motivación por parte de la demanda (visitante) para ser visitados. De otra forma, es todo recurso turístico que cuenta con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica. (Gómez, 2002)

Los atractivos turísticos tienen la lógica teórica de ser todo aquello que atrae al turista, y constituye una parte importante del turismo. Este concepto tiene una variedad de perspectivas de lo que puede ser turístico enfocado en la identidad de una Nación, su cultura, comida y otras variantes que dan el sentido de Nación, para ser conocida por nacionales o extranjeros.

Es decir, se establece como el lugar, objeto o acontecimiento de interés social ya sea el mismo nacional y/o mundial. El atractivo natural solo existe si hay motivación por parte del turista por conocer algo nuevo. La actividad turística tiene relación con los recursos naturales dando el valor de perecederos y no renovables. En este sentido surge la razón de patrimonio y conservación. Es un bien tangible o intangible que provoca una motivación por parte de la demanda (visitante) para ser visitados. De otra forma, es todo recurso turístico que cuenta con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica. (Gómez, 2002)

2.8.5.1. Atractivos Culturales

Son aquellos en los que interviene o ha intervenido la acción humana, en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales.

Según se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Atractivos históricos
- Atractivos Contemporáneos (no comerciales)
- Atractivos Contemporáneos (comerciales)
- Atractivos históricos.

Son tanto las obras de arte que han dejado las civilizaciones, como los lugares que tienen un significado en la historia sociopolítica de los pueblos, naciones y regiones. Por lo general, tienen carácter permanente. Acerca de ellos se obtiene información con relativa facilidad, ya que son manifestaciones que estudian muchas ramas de la ciencia. Los países pueden mejorar los atractivos turísticos si ponen interés en la restauración de ciudades históricas.

En este contexto, la historia juega un papel fundamental en el accionar del turismo ya que le ubica al sujeto social en el tiempo, permitiéndole identificar su origen, descendencia y trascendencia. La construcción de la identidad nacional es posible a partir de lo ya mencionado, cuyo punto de partida es el conocimiento y reconocimiento de los lugares que albergan una historia, y son entes representativos a nivel mundial.

2.8.6. Tipos de turismo

La clasificación toma en cuenta los diferentes motivos que tienen las personas para realizar viajes que se pueden dividir en grandes grupos en los que encontraremos una gran variedad como son: turismo cultural, deportivo, de placer de salud, de congresos y convenciones, ecoturismo.

- Turismo de descanso
- Turismo Deportivo
- Turismo de Aventura
- Turismo Cultural
- Turismo Comunitario
- Turismo Gastronómico

2.8.7. Gastronomía

El hacer énfasis en la trayectoria que se ha desarrollado en la gastronomía de un lugar, establece la estrecha correlación que mantiene con el avance del hombre a lo largo del proceso de civilización, en tal sentido se conceptualiza a la gastronomía como:

El conocimiento razonado del arte de producir, crear, transformar, evolucionar, preservar y salvaguardar las actividades, el consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo

que respecta al sistema alimenticio de la humanidad (Montesinos, 2013)

La Gastronomía pese a encontrarse estrechamente ligada a la comida, se debe entender a la gastronomía como la conjunción de aspectos culinarios con aspectos culturales que diferencian a cada hacen a cada sociedad o comunidad. Por tal razón la gastronomía no es simplemente un conjunto de técnicas o métodos de cocción sino también la relación que los individuos establecen con el medio que los rodea, del cual obtienen sus recursos alimenticios, el modo en que los utilizan y todos aquellos fenómenos sociales o culturales que tienen que ver con la consumición de las preparaciones culinarias. (Ruiz, 2005)

La gastronomía tiene como carácter especial la particularidad y la privacidad, convirtiéndose en uno de los principales factores que diferencia una región de otra, teniendo en cuenta que el modo en que algunos platos se preparan en un sector puede ser totalmente distinto al sector. Estableciendo que las diferencias pueden darse dentro de regiones de un mismo territorio dependiendo del tipo de recursos con los que se cuenta. Es por tal motivo que la gastronomía guarda una relación directa con el medio ambiente natural, y a su vez con aspectos sociológicos, históricos, filosóficos y antropológicos de cada región. En algunos casos, la gastronomía también puede ser comprendida desde el lugar de las matemáticas, física o química de acuerdo a los eventos que se den en cada situación.

La gastronomía es la ciencia de la mezcla de sabores y saberes, se compone de un conjunto de conocimientos y prácticas relacionadas con el arte culinario, las recetas, los ingredientes, las técnicas y los métodos, así como su evolución histórica y sus significaciones culturales.

En este sentido, la gastronomía es también una disciplina que estudia la relación del ser humano con su alimentación, el entorno natural del cual

obtiene los recursos alimenticios y la manera en que los utiliza, así como los aspectos sociales y culturales que intervienen en la relación que cada sociedad establece con su gastronomía.

2.8.8. Gastrónomo

Se lo conoce como la persona encargada de esta ciencia. Generalmente se tiene una idea incorrecta del término gastronomía, al asumir que este solo relación con la comida y el servicio de mesa. Sin embargo ésta es considerada una disciplina: en la cual no solo se reconoce y ubica a un gastrónomo sino también a una cocinera o ama de casa. La gastronomía se encarga de estudiar a la comida como parte de la cultura de un lugar específico.

2.8.9. Turista Gastronómico

Para Montesinos (2013), define el término como:

Visitante entendido en gastronomía cuyo principal motivo de desplazamiento tiene como finalidad consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria que está al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

El turismo gastronómico se lo considera como una de las formas particulares de realizar turismo, donde la gastronomía de un lugar es el atractivo principal, entendiéndolo como una nueva alternativa de turismo, despertando nuevas alternativas particulares de conocer el mundo, concentrada en la expresión de la cultura culinaria de cada región.

2.8.10. Destino Gastronómico y Turístico

Plan general integrado con programas y proyectos con una visión de largo plazo, metódicamente organizado con un proceso científico sistemático y flexible que fija directrices, para tomar decisiones adecuadas, evitar la improvisación, bajos resultados y garantizar el logro de objetivos que reporten beneficios socioeconómicos y desarrollo a la sociedad receptora, manteniendo al mismo tiempo la sostenibilidad gastronómica y turística de un país, región, localidad, comunidad o sitio. (Montecinos, 2005)

Conjunto de recursos gastronómicos que generan una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hacia él. Territorio que con una marca, un precio y un lugar en el mercado mantiene, durante una gran parte del año, un flujo de visitantes y turistas lo suficientemente numerosos como para convertir esta actividad en una de las bases de su economía y desarrollo. (Montesinos, 2016)

2.8.11. Planificación Gastronómica y Turística

Plan general integrado con programas y proyectos con una visión de largo plazo, que metódicamente organizado a través de un procedimiento científico, sistemático y flexible fija directrices, para la toma de decisiones adecuadas, evitando la improvisación, bajos resultados y garantizar el logro de objetivos que reporten beneficios socioeconómicos y desarrollo a la sociedad receptora, manteniendo al mismo tiempo la sostenibilidad gastronómica y turística de un país, región, localidad, comunidad o sitio (Montecinos, 2016).

Se lo conoce como el conjunto de productos, servicios y experiencias gastronómicas materiales e inmateriales en rutas, circuitos o itinerarios en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento

del turista, es un producto compuesto que debe ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: mercados, productos, atracciones y actividades, alojamiento, infraestructura interna y externa, estructura o equipamiento y superestructura (Montesinos, 2005).

2.9. Alimentos, bebidas y utensilios tradicionales:

Según Montesinos (2016), son: Existen por ser bienes y medios de subsistencia relacionados con la gastronomía, pero no necesariamente son considerados atractivos por la sociedad en general, aunque generan desplazamiento principalmente de excursionistas o visitantes de día que no pernoctan:

1. Ingredientes e insumos.
2. Utensilios ancestrales de preparación.
3. Platos tradicionales.
4. Bebidas tradicionales entre otros.

2.9.1. Atracciones y actividades gastronómicas:

Para Montesinos (2016), las atracciones cautivan y tienen fuerza de generar desplazamientos de excursionistas, visitantes y turistas gastronómicos, principalmente de procedencia nacional:

1. Cocina tradicional (cotidiana, festiva y ceremonial).
2. Ceremonias y rituales.
3. Centrales de abasto de alimentos y bebidas.
4. Mercados generales.
5. Mercados especializados.
6. Establecimientos gastronómicos específicos.
7. Restauración.
8. Establecimientos de bebidas.
9. Cocinas demostrativas y clases.
10. Museos Gastronómicos.
11. Museos etnográficos.
12. Sitios singulares gastronómicos.

13. Actividades gastronómicas: Agroturismo, Ecoturismo, Artesanía gastronómica, Alfarería gastronómica, Cursos de gastronomía, Senderismo gastronómico, Pesca y preparación.

2.9.2. Producto gastronómico y turístico

Montesinos (2016), citando a (Jiménez, 2003), menciona que el producto gastronómico turístico es:

Es un conjunto de productos, servicios y experiencias gastronómicas tangibles e intangibles en rutas o circuitos pertenecientes a regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista.

“Producto compuesto que debe ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: mercados, atracciones, actividades y productos, alojamiento, infraestructura interna y externa, estructura o equipamiento y superestructura” (Montesinos, 2016).

El mismo Montesinos (2016), indica que se puede generar desplazamiento de turismo internacional además de los ya mencionados. Enlistamos algunos de ellos:

1. Festivales gastronómicos.
2. Ferias gastronómicas.
3. Congresos gastronómicos.
4. Exposiciones gastronómicas.
5. Ruta productos gastronómicos temáticos.
6. Rutas paisajísticas.
7. Ruta menús temáticos.
8. Ruta productos denominaciones de origen y certificados de calidad.
9. Ruta étnica gastronómica.
10. Itinerarios de restaurantes galardonados.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación

La presente investigación se encuentra basada en la aplicación de una metodología científica, por medio de la cual se podrá recolectar la información necesaria que permitirá evidenciar cuales son los principales platos típicos ancestrales y tradicionales que ofrece la ciudad de Cotacachi, con el fin de determinar el nivel de aporte que tiene la gastronomía de la localidad para el desarrollo de las actividades turísticas, Así como también las oportunidades que generan los atractivos turísticos para el incremento de ingresos económicos de los pobladores del cantón.

Para ello será necesario realizar un estudio investigativo de todos los platos típicos que representa a la ciudad de Cotacachi, por medio de la utilización de técnicas, métodos e instrumentos investigativos que faciliten la investigación, los cuales se describe a continuación.

3.1.1. Tipología de la investigación

3.1.2. Investigación descriptiva

Mediante la utilización de la investigación descriptiva se podrá efectuar un diagnóstico adecuado de un determinado lugar con la finalidad de describir las características más relevantes del mismo, además de que este tipo de investigación facilita el alcance de un conocimiento más profundo del tema que se está investigando (Morales, 2007).

Para el desarrollo de la presente investigación se tomará los aspectos más relevantes que presenta la ciudad de Cotacachi, tales como cultura, costumbres y tradiciones que influyen directamente en la gastronomía del lugar, describiéndolos de acuerdo con los caracteres o fenómenos que permitan establecer la situación actual que existe en el cantón en relación

con la gastronomía y las actividades turísticas que ofrece, a fin de describir las particularidades que fundamentarán la investigación.

3.1.3. Investigación exploratoria

La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, razón por la cual sus resultados conforman una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento (Morales, 2007).

Por medio de la utilización de la investigación exploratoria permitirá cimentar la contextualización que se busca con el desarrollo del presente proyecto, puesto que para la realización de un análisis del aporte de la gastronomía de la ciudad de Cotacachi, como un referente de atractivo turístico, es importante contar con un amplio conocimiento de todos y cada uno de los platos típicos ancestrales de la localidad, planteando estrategias que le permita obtener mayor conocimiento sobre el tema y alcanzar el objetivo que se plantea en la investigación.

3.2. Técnicas de muestreo

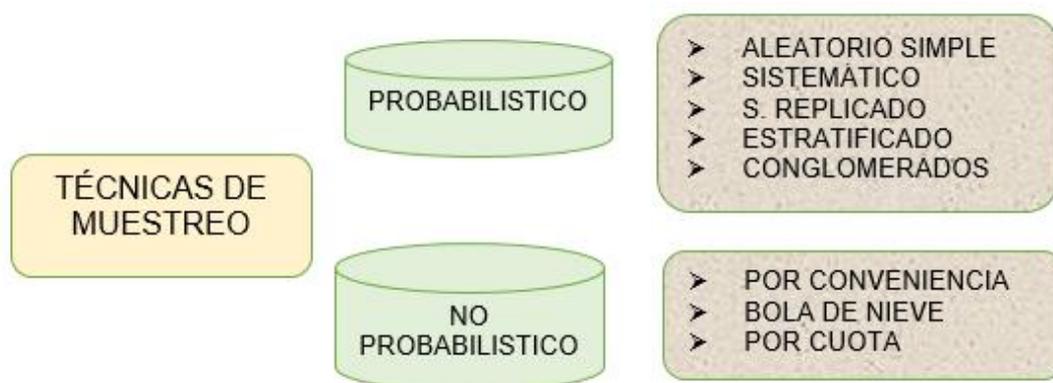


Figura 5: Técnicas de muestreo

Fuente: (Técnicas de muestreo Farid A. Mantilla)

El muestreo constituye un método en el cual se selecciona una porción del universo total de estudio, existen un dos tipos de muestreo, que dependiendo de las necesidades de la investigación se pueden en aplicar. En el caso de la presente investigación, el autor ha seleccionado el muestreo probabilístico, dentro de este se ha se ha determinado que la mejor opción es el muestreo aleatorio simple.

3.2.1. Muestreo aleatorio simple

Se utilizó este método basado en la teoría de la probabilidad, en vista que todos los elementos de la población de prestadores de servicios de Cotacachi están distribuidas en el espacio de forma regular, pudieron ser cada uno de ellos elegidos para obtener la muestra de investigación, ya que este método es conocido y nos permite proporcionar con exactitud la estimación.

3.2.2. Población y muestra

Una vez revisado las estadísticas de las personas que visitan el cantón Cotacachi al mes, se determinó que el tamaño poblacional es de 600 personas en promedio de forma mensual. A dicha población se aplicó la formula de la muestra para determinar el tamaño de la misma, dando los siguientes resultados:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

En donde:

Z= Nivel de confianza

N= Universo

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de estimación

n= Tamaño de la muestra

DATOS:

Z= 1.65 con un nivel de confianza de 90%

N= 600 personas

p= 0.5

q= 0.5

e= 5 %

$$n = \frac{1.65^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 600}{0.05^2 \times 599 + 1.65^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{2.72 \times 0.5 \times 0.5 \times 600}{0.0025 \times 599 + 2.72 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{408}{1.49 + 0,68}$$

$$n = \frac{408}{2.17}$$

$$\mathbf{n = 188}$$

Por lo tanto la muestra a establecer es de 188 personas a ser encuestados

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Métodos teóricos

3.3.1.1. Método de la observación científica

La observación científica como método se fundamenta en la percepción directa del objeto de estudio. La observación investigativa es el instrumento vital del método científico., ya que a través de la observación se puede conocer la realidad de los hechos o fenómenos investigados, por medio de la percepción directa de los objetos y fenómenos acontecidos.

Por lo tanto se considera que la observación, como procedimiento, puede utilizarse en distintos momentos de una investigación más compleja, en la fase inicial de la investigación se utiliza la observación para establecer un diagnóstico real del problema a investigar, así como también sirve como una herramienta de apoyo para el diseño de la investigación.

En el transcurso de la investigación, la observación puede transformarse en un procedimiento propio del método utilizado para la comprobación del análisis, mientras que al periodo final de la investigación, la observación facilitara las predicciones de las tendencias y desarrollo de los fenómenos, de forma más generalizada.

3.3.1.2. Método Histórico:

Por medio de la investigación de los datos históricos se puede conocer y comprender el pasado, costumbres creencias ancestrales, las cuales ha ido evolucionando con el paso del tiempo, permitiendo con esto desarrollar la primera fase del proyecto donde se centralizan los antecedentes y los puntos más notables en tema turístico y su evolución gastronómica, así como también otros aspectos relevantes relacionados con el tema de estudio.

3.3.1.3. Método Inductivo.

“El método inductivo estudia los fenómenos o problemas desde las partes hacia el todo, es decir analiza los elementos del todo para llegar a un concepto o ley. También se puede decir que sigue un proceso analítico-sintético” (Cegarra, 2012, pág. 35)

La utilización de del método inductivo permitió determinar la muestra representativa que será necesaria para la aplicación de las técnicas de investigación establecidas para el desarrollo de la presente investigación, mediante las cuales se podrá clasificar los platos típicos más conocidos de la localidad, así como también su ingredientes y el valor nutritivo que aportan para el consumo de los ciudadanos.

3.3.1.4. Método Analítico

“Consiste en la descomposición mental del objeto o fenómeno de estudio en distintas partes o elementos con la finalidad de obtener nuevos conocimientos, acerca de dicho objeto estudiado” (El Nacional, 2012)

La utilización de este método permitirá determinar del problema y en el desarrollo del análisis, con el fin de evidenciar bajo que parámetros están los establecimientos de comida tradicional, fijando los años de trayectoria. y el aporte o impacto que genera la gastronomía en el desarrollo turístico del cantón Cotacahi, provincia de Imbabura, así como también se conocerá el proceso de preparación de los platos típicos más conocidos de la zona, estableciendo la veracidad de la información proporcionado por los encuestados.

3.3.1.5. Método Dialéctico:

La utilización de este método se podrá establecer una comunicación eficiente con la comunidad ancestral del cantón a fin de poder conocer los secretos culinarios que guarda la comunidad, los cuales son traspasados de generación en generación, a fin de potencializar los ingredientes que conforman los platos típicos ancestrales, como un atractivo turístico para el desarrollo.

3.3.1.6. Método descriptivo

Consiste en realizar una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se investiga (CERVERA, 2012, pág. 35). Por medio de la ultimación de este método se podrá establecer el mecanismo que se implementa para la implantación de la gastronomía ancestral en el desarrollo del turismo de la localidad, de tal manera que se establezcan los platos más representativos que puede ofertar la comunidad a los visitantes.

3.3.1.7. Método Sintético

“Es considerado el proceso contrario al método analítico, es decir aquel mediante el cual se reconstituye el todo uniendo sus partes que fueron separadas a través del método analítico, facilitando la comprensión del objeto o problema estudiado” (Leiva, 2006, pág. 25)

Por medio de la implantación del método sintético, se pueden conocer y analizar las tradiciones culinarias y culturales, festividades más significativas que presenta la localidad de Cotacachi, con el fin de determinar los platos específicos en los establecimientos.

3.3.2. Procedimiento para la recolección y el análisis de los datos

El desarrollo del presente proyecto investigativo está basado en la aplicación adecuada de los métodos de investigación antes mencionados, con la finalidad de recopilar y procesar la información necesaria para la realización del estudio, el mismo que se encuentra constituido en las siguientes fases :

- **Fase 1**

A través de la investigación secundaria se recopilará información sobre los platos y bebidas típicas que se elaboran en el cantón para luego clasificarlas tomando en cuenta su valor nutritivo, y su posicionamiento en el mercado gastronómico que presenta el cantón Cotacachi.

- **Fase 2**

Se aplicó de forma aleatoria una encuesta conformada por nueve preguntas a la población establecida dentro del sector urbano y rural del cantón Cotacachi, por medio del establecimiento de una muestra definida sobre una muestra establecida por medio de la aplicación de la formula estadística, la misma que será detallada más adelante.

De tal manera que mediante la aplicación de la encuesta se pueda validar la información recopilada por medio de las fuentes, con la finalidad de validar la información obtenida en las fuentes secundarias,

- **Fase 3**

Por medio de aplicación de la técnica de la entrevista a las diferentes autoridades locales del cantón como el Municipio, representantes comunitarios organismos de la localidad, etc., se pudo identificar a los informantes clave para la investigación in situ.

De igual forma por medio de la aplicación de la técnica de la observación se pudo distinguir los platos, bebidas y postres más característicos de la localidad.

La recopilación de la información se realizó por medio de la aplicación de las encuestas y entrevistas, mediante cuestionarios, los cuales consistieron en preguntas abiertas referentes a ingredientes, significado, posibles combinaciones o sustitución de ingredientes y centros de acopio de los diferentes productos, productos principales para la elaboración de platos típicos y bebidas ancestrales, el calendario de fiestas y ritos que se relacionan con la preparación de comidas y bebidas típicas.

De igual forma se pudo conocer los principales actores que intervienen en la elaboración de los platos y bebidas típicas, de igual forma se evidencio

los posibles organizamos o instituciones públicas que promocionaran la cultura gastronómica de la localidad de Cotacachi.

Por medio del procesamiento de los datos se podrá conocer y establecer la capacidad competitiva que tiene el cantón en cuanto a la gastronomía y las actividades orientadas al turismo, así como también se podrá conocer la capacidad gastronómica que posee la localidad resaltando los platos y bebidas típicas propias del cantón, entre las cuales se consideró a las carnes coloradas y la chicha de jora como uno de los platos tradicionales de mayor relevancia, para el atractivo turístico.

Por otra parte mediante el análisis de la información se pudo conocer cuáles son las festividades más importantes del cantón relacionadas con la preparación de comida y bebida típica y tradicional: entre las cuales está la de:

- Abril (Semana Santa),
- Junio (Fiesta del Inti Raymi),
- Septiembre (La fiesta de la Jora)
- Noviembre (Finados).

Entre las Instituciones que promocionan la cultura gastronómica local se encuentra en primera instancia:

- El Gobierno Municipal de Cotacachi,
- La Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi (UNORCAC),
- La Asamblea de Unidad Cantonal de Cotacachi (AUCC), Runa Tupari Native Travel.

3.3.3. Instrumentos

3.3.3.1. Observación

“La observación es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, a investigar, a fin de obtener la información necesaria y registrarla para su posterior análisis (Leiva, 2006, pág. 35)”

A través de la observación se podrá determinar la situación actual en la que se encuentra la ciudad, para de este modo identificarlas costumbres y tradiciones culinarias que aún se mantiene latentes dentro del mercado gastronómico

3.3.3.2. Encuestas

Mediante este instrumento que se lo aplicará a los pobladores del cantón Cotacachi, que sean propietario de restaurantes, de modo que se identifiquen cuáles son los aspectos por mejorar y cuál es su punto de vista de implementar la gastronomía en el desarrollo del turismo de la zona, a fin de lograr que la comunidad se comprometa con el desarrollo del mismo.

3.3.3.3. Entrevista

“Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas: el entrevistador (investigador) y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de éste, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación” (Leiva, 2006, pág. 54)

Para el desarrollo del presente proyecto se realizará entrevistas a las autoridades del cantón Cotacachi, como a los habitantes que ayudan a enriquecer la gastronomía, a través de la oferta de servicios de comida típica a los visitantes

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Descubrimientos principales según objetivos planteados

1. Edad

**Tabla 1:
Edad**

DETALLE	FRECUEN CIA	PORCENT AJE
De 18 a 25 años	0	0%
De 26 a 35 años	12	40%
De 36 a 45 años	16	53%
De 45 años en adelante	2	7%
TOTAL	30	100%

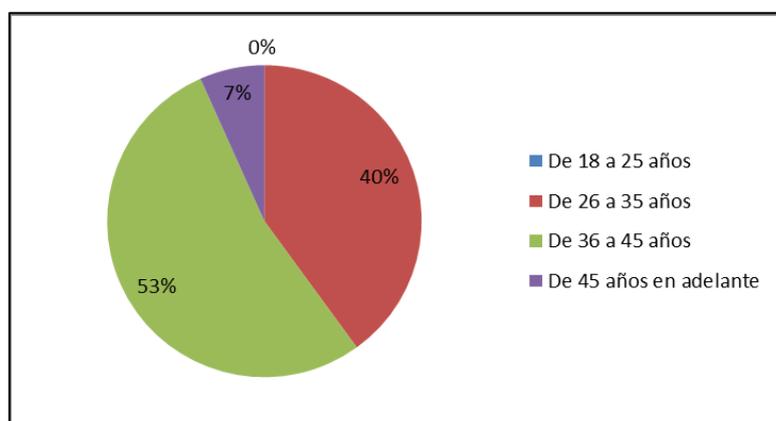


Figura 6: Edad

Análisis e interpretación

De acuerdo con la información recopilada se evidencia que el 53% de los encuestados se encuentra entre los 36 a 45 años, mientras que el 40%, tienen de 26 a 35 años y el 7% son mayores de 45 años. Evidenciando de tal forma que la mayor parte de los visitantes son personas adultas las cuales tienen intereses culturales, es decir aprender más sobre costumbre y tradiciones de dicho lugar, motivo por el cual viajaron a la ciudad. Además de que también les gustaría conocer y probar la comida típica ancestral del

lugar, afirmando que este aspecto forma parte también de la identidad cultural de los lugares que visitan.

2. ¿Cuáles de estos platos son conocidos para usted?

Tabla 2:

Platos conocidos

DETALLE	FRECUEN CIA	PORCENT AJE
Chica de jora	10	33%
Helado de paila	3	10%
Carnes coloradas	9	30%
Empanadas de Morocho	1	4%
Todos los anteriores	7	23%
TOTAL	30	100%

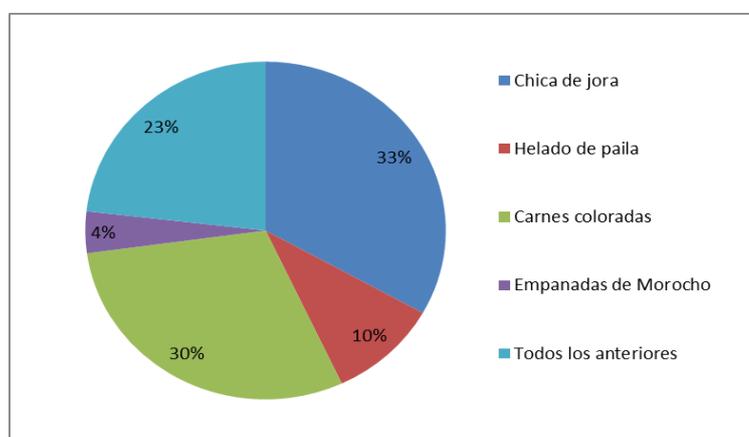


Figura 7: Platos conocidos

Análisis e interpretación

Conforme los resultados de la encuesta se observa que el 33% de los encuestados afirma que el plato más conocido es la chicha de jora, mientras que el 30% dice que las carnes coloradas, el 23% considera que todos los platos son conocidos, el 10% aseguran que el helado de paila y el 4% confirma que las empanadas de morocho. Estableciendo que el plato más conocido es la chicha de jora ya que en la mayor parte del cantón la preparan y también debido a que es de gran interés para muchos de los visitantes que llegan a Cotacachi. También considerando que la mayor parte

de los poblados conoce como se prepara y que es de gran interés para los visitantes.

3. ¿Cuáles de estos platos se siguen consumiendo hasta la actualidad?

Tabla 3:

Platos que se siguen consumiendo

DETALLE	FRECUEN CIA	PORCENT AJE
Chica de jora	9	30%
Helado de paila	1	3%
Carnes coloradas	13	43%
Empanadas de Morocho	2	7%
Todos los anteriores	5	17%
TOTAL	30	100%

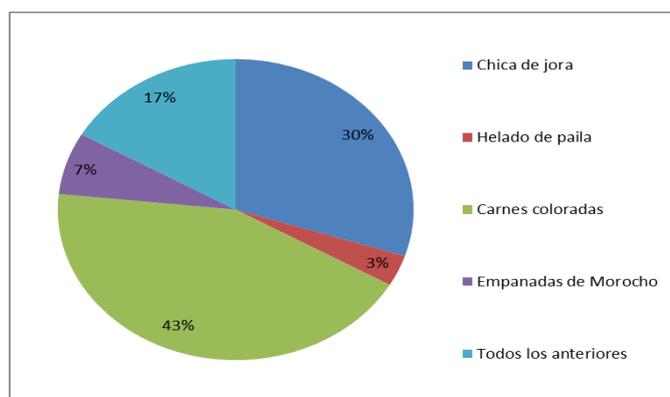


Figura 8: Platos que se siguen consumiendo

Análisis e interpretación

Según la encuesta realizada se determina que el 43% de los encuestados afirma que el plato que se consume hasta la actualidad es las carnes coloradas, mientras que el 30% dice que la chicha de jora, el 17% considera que todos los platos se consumen hasta la actualidad, el 7% aseguran que las empanadas de morocho y el 3% confirma que el helado de paila. Evidenciando que las carnes coloradas son el plato que hasta la

actualidad la mayor parte de visitantes puede degustar, no solo porque se prepara en la mayor parte del lugar, sino también porque es de interés para los visitantes que llegan al lugar degustar los platos típicos y característicos de los lugares a los que viajan.

4. ¿Considera usted que el valor gastronómico se relaciona con la tradición y la sabiduría de un pueblo?

Tabla 4:

Riqueza gastronómica y relación cultural

DETALLE	FRECUEN CUA	FRECUEN CIA
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

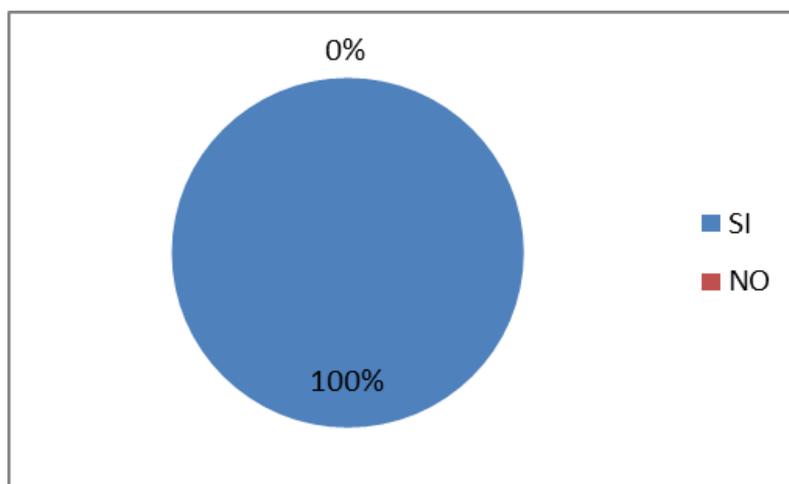


Figura 9: Riqueza gastronómica y relación cultural

Análisis e interpretación

De acuerdo con la información recopilada se evidencia que el 100% de los encuestados considera que la riqueza cultural si se relaciona con la historia y cultura de un pueblo, ya que estos afirma que rasgos como este definen y caracterizan a un lugar determinado. Evidenciando así que la gastronomía si mantiene relación con la historia y la cultura, pues transmite

rasgos característicos del lugar y permite a los visitantes degustar alimentos preparados con una esencia del lugar única. Además de que es una parte de la identidad del mismo y por ende capta la atención de muchos, considerando que los visitantes llegan a dichos destinos con la finalidad de conocer tradiciones y costumbres del lugar.

5. ¿Cuál es su principal motivo para visitar Cotacachi?

Tabla 5:

Principal motivo de visita

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por la producción Textil del Cuero	7	23%
Por la Laguna de Cuicocha	14	47%
Por la Reserva Cotacachi Cayapas	3	10%
Por su gastronomía	5	17%
Otros motivos	1	3%
TOTAL	30	100%

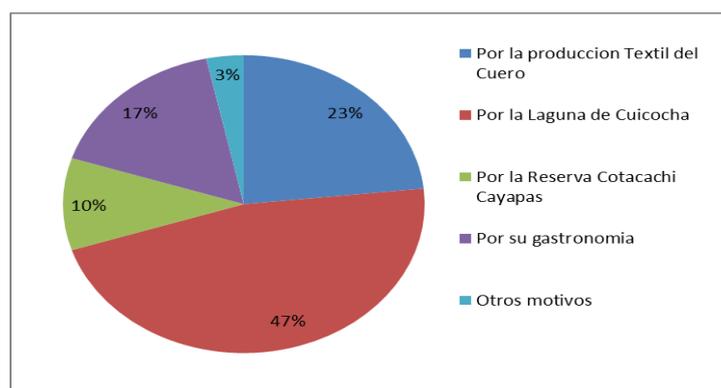


Figura 10: Principal motivo de visita

Análisis e interpretación

Conforme los resultados arrojados por la encuesta se evidencia que el 47% de los encuestados afirma que visitaron el lugar por la Laguna de Cuicocha, en un 23% asegura que por la producción textil, el 17% dice que por su gastronomía, el 10% por visitar la Reserva Cotacachi Cayapas y el 3% llegaron por otros motivos. Permitiendo establecer de tal forma que los

visitantes aseguran que la principal motivación por la cual llegaron fue por la Laguna de Cuicocha, sin embargo afirman de igual forma que les gustaría conocer más sobre la gastronomía del lugar y poder degustar dichos platos, pues es complementario a la oferta turística del cantón, también debido a que al viajar a un lugar no lo hacen por un lugar específico sino más bien por conocer toda la zona y lo que a ella se refiere.

6. ¿Usted cree que la gastronomía del lugar si atrae turistas?

Tabla 6:

Gastronomía atrae turistas

DETALLE	FRECUEN CIA	PORCENT AJE
SI	30	100%
NO	0	0%
TOTAL	30	100%

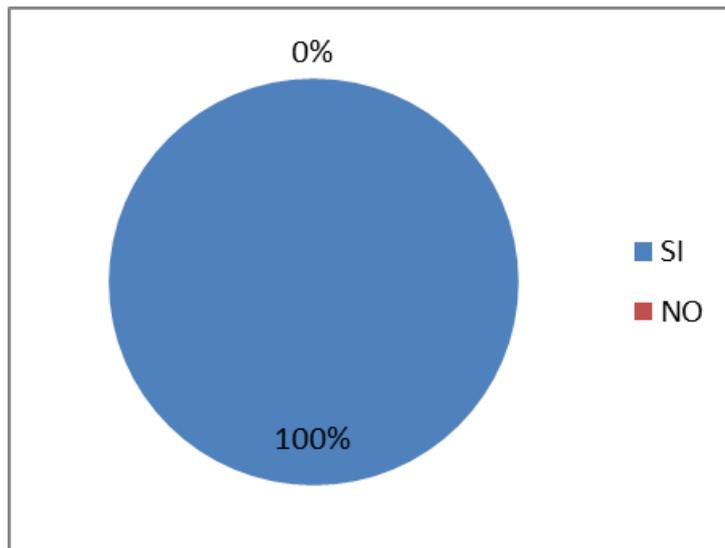


Figura 5: Gastronomía atrae turistas

Análisis e interpretación

Es así que a través de la información recopilada a través de la encuesta se determina que el 100% afirma que la gastronomía de un lugar si atrae

turistas. Evidenciando de tal forma que los visitantes afirman que un lugar con una buena gastronomía siempre es de interés, ya que en sus lugares de origen no preparan dichos alimentos, por lo cual para ellos es importante conocer y degustar los platos típicos de un lugar, ya que les brinda una mejor experiencia durante su visita al lugar.

7. ¿Recomendaría usted visitar el lugar basado en la oferta gastronómica con la que cuenta Cotacachi?

Tabla 7:

Recomendación basada en la oferta gastronómica

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A		JE
Si	30	100%
No	0	0%
TOTAL	30	100%

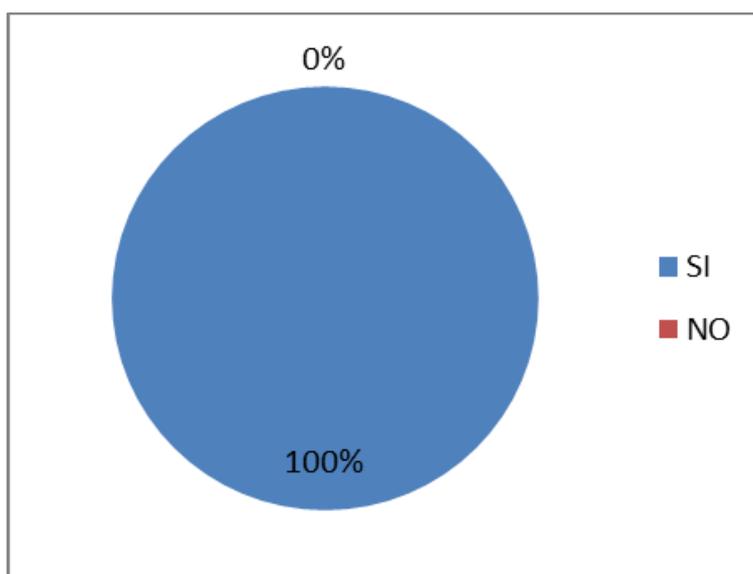


Figura 12: Recomendación basada en la oferta gastronómica

Análisis e interpretación

Conforme a los datos arrojados por la encuesta se observa que 100% de los visitantes afirma que si recomendarían el lugar basado en la gastronomía

con la que cuenta Cotacachi. De tal forma que de acuerdo a los turistas si recomendarían el lugar, ya que la gastronomía con la que cuentan es exquisita, además de que la gente es muy hospitalaria y cordial, también debido a que consideran que el sabor y la forma de preparación también es única en el lugar y forma parte importante del aspecto turístico y cultural de los lugares que son de interés turístico.

8. ¿Cree importante incluir productos ancestrales dentro de la gastronomía del cantón?

Tabla 8:

Importancia de incluir productos olvidados en la gastronomía

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	A	JE
Si	30	100%
No	0	0%
TOTAL	30	100%

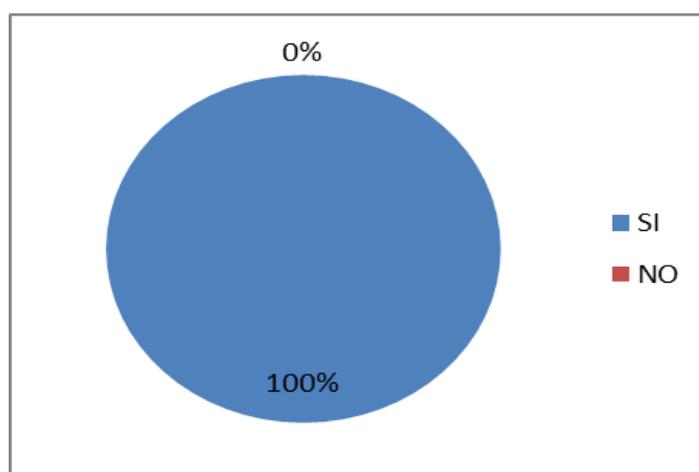


Figura 13: Importancia de incluir productos olvidados en la gastronomía

Análisis e interpretación

De acuerdo con la información recopilada se evidencia que el 100% de los encuestados dice que si es importante que se incluya productos olvidados

en la gastronomía de Cotacachi, ya que a través de ello fomentarían su utilización, además de que diversificarían mucho más su oferta gastronómica, y por ende será de mayor interés para los visitantes del lugar. También consideran que si es importante porque para muchos lugares es importante que se conserve y se fomente el rescate del valor cultural de los lugares de modo que no se pierdan ni costumbres ni tradiciones y puedan transmitirse a las futuras generaciones.

9. ¿Es importante que el turista conozca la tradición y costumbres del cantón Cotacachi?

Tabla 9:

Importancia de conocer la cultura de Cotacachi

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	30	100%
No	0	0%
TOTAL	30	100%

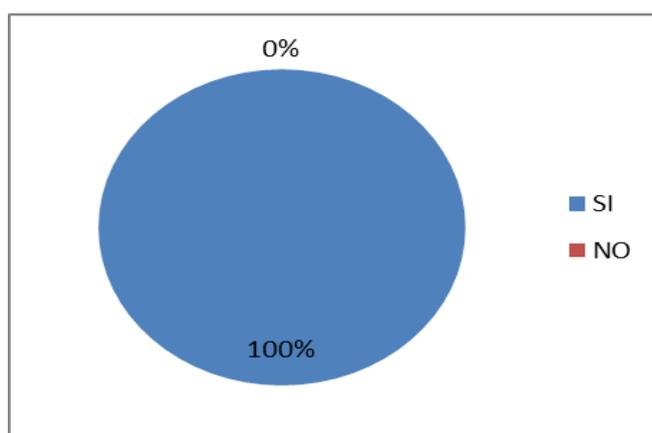


Figura 14: Importancia de conocer la cultura de Cotacachi

Análisis e interpretación

Conforme a la información recopilada se evidencia que el 100% de los encuestados considera que si es importante para los turistas conocer la cultura de Cotacachi. Evidenciando así que los visitantes consideran que es

necesaria para ellos conocer la cultura del lugar que visitan, pues así tendrán más conocimiento del lugar y de las costumbres y tradiciones de su gente, además de que estos aspectos son para muchos el razón de su visita a un lugar, puesto que les interesa conocer distintas a las que viven cotidianamente, por ello visitar otros lugares con distinta gastronomía y valor cultural es de gran interés para ellos.

10. ¿Considera usted fundamental el uso de estrategias que fortalezcan el turismo gastronómico ancestral?

Tabla 10:

Fortalecimiento de la gastronomía ancestral

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	30	100%
No	0	0%
TOTAL	30	100%

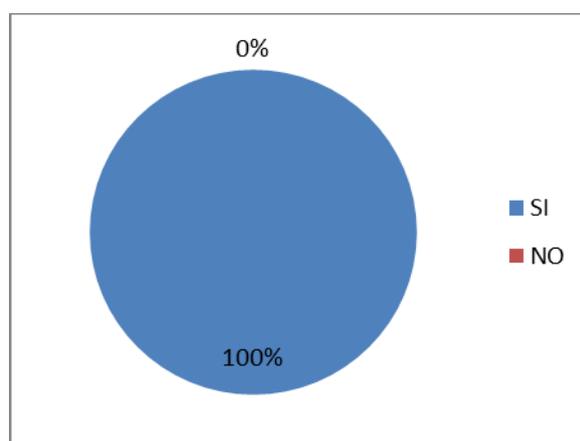


Figura 15: Fortalecimiento de la gastronomía ancestral

Análisis e interpretación

De acuerdo con la encuesta se observa que el 100% de los encuestados dice que si es importante el uso de estrategias que fortalezcan el turismo

gastronómico ancestral. Permittedo establecer que los visitantes consideran que si es importante que se fomente el turismo a través de la gastronomía de un lugar y que por ende las estrategias para el mismo son imprescindibles, además de afirmar que para varios visitantes la gastronomía es uno de los principales intereses, por ello si debería fortalecerse para incrementar la afluencia de visitantes al lugar. También es importante porque a través de ello se puede diversificar la oferta gastronómica y turística que ofrece el cantón, de modo que se consiga impulsar el valor turístico del lugar.

1.1. Análisis e interpretación de resultados de la entrevista a las autoridades

AUTORIDAD	Diego Guzmán de Jefatura de Cultura y Deporte	Verónica Salto de Jefa de Turismo	Cynthia Gonzales Propietaria del Restaurant e La María "Carnes Colorada"	Edison Navarro Jefe de Comunicación	Gustavo Olmedo León Director de Turismo y Cultura	CONCLUSIÓN
N° Pregunta						
1.- ¿El gobierno descentralizado del Cantón Cotacachi cuenta con presupuesto para promocionar la cultura del pueblo de Cotacachi?	Si	Si se apoya en la realización de eventos culturales y turísticos	Si	Cuenta con un presupuesto anual que se dispone en relación al proyecto	Si, el GAD Municipal cuenta con presupuesto en general para promocionar la cultura y el turismo del territorio	Se evidencia que todos afirman que si existe dentro del GAD un presupuesto anual otorgado para la promoción cultural y turística del lugar, en el cual se apoya el desarrollo de eventos culturales y turísticos dentro de las fechas representativas para el cantón, de modo que los visitantes que llegan al lugar conozcan la oferta del territorio.
2.- ¿Usted considera importante que se fortalezca la promoción de la gastronomía?	Si muy necesario promover la gastronomía propia a fin de fortalecer la identidad y fomentar el turismo inclusivo	Es muy importante fortalecer y recuperar la gastronomía típica	Si	Es importante el producto identitario y turístico del cantón	La gastronomía es importante para fortalecer el turismo	Se afirma que si es importante y necesario promocionar la gastronomía propia del lugar, ya que de este modo se fortalecerá la identidad del cantón Cotacachi y además se fomentara el turismo inclusivo. De tal forma que poco a poco se vaya recuperando la gastronomía típica del lugar, considerando que es un
					Continua	dentro del



						producto turístico e identidad cultural del cantón.
3.- ¿Hay iniciativas que se desarrollen desde el GAD del Cantón para preservar la ancestralidad y promover el turismo?	Si existen proyectos listos a realizarse sobre el cuidado patrimonial y practicas ancestrales	Si se realizan ferias gastronómicas, ferias de intercambio de productos ancestrales	Si	Existe el proyecto "4 Raywis" en torno al cual se promociona y fortalece el turismo	En la actualidad, se está creando la dirección de turismo y cultura para promocionar el cantón	Se afirma que si existen estudios y proyectos desarrollados los cuales están a la espera de ser aplicados, además de ferias en las cuales se promueve la gastronomía y el cuidado patrimonial del lugar. Así mismo existen proyectos que se realizan con el objetivo de impulsar y fortalecer el turismo y con ello la cultura del cantón.
4.- ¿Considera importante potencializar a la gastronomía ancestral como parte de la promoción turística?	Si es muy importante ya que Cotacachi elaboro una guía de tres libros pequeños sobre gastronomía	Es muy importante y necesario	Si	Sí, es uno de los elementos centrales en la difusión turística	Sí, es importante para impulsar las actividades del territorio	Se evidencia que si es importante y necesario que se potencialice la gastronomía del cantón, ya que esta forma parte de los elementos de vital importancia en cuanto a la promoción y difusión turística, además de que se encuentra estrechamente relacionado con el desarrollo del turismo comunitario en la zona, por ende es importante que se conserve y se fomente la misma en las
					Continua 	y de tal forma no poder un aspecto relevante del

						cantón.
5.- ¿Cómo se ha visto modificada la oferta gastronómica del cantón Cotacachi?	Cada vez crece la oferta gastronómica y eso es bueno	La oferta gastronómica se ha modificado de acuerdo al segmento de mercado	Por campañas a nivel nacional	Con el crecimiento de los visitantes y el incremento de habitantes extranjeros	Existe la oferta de comida ancestral sin embargo no cuenta con una nueva dieta	Se determina que si se ha modificado considerablemente la oferta gastronómica en los restaurantes del cantón, ya que con el paso del tiempo la oferta gastronómica ha ido creciendo y por ende se ha ido modificando según las necesidades de los visitantes que llegan a Cotacachi, sin embargo también en la oferta gastronómica también se ha visto la introducción de platillos extranjeros que son de gusto de los visitantes de las diferentes nacionalidades que llegan al lugar, intensificando así la oferta gastronómica del lugar.
6. ¿Cuáles son los platos que se ofrecen principalmente en las festividades del cantón?	Carne coloradas Chicha de jora Empanadas de queso	Carne colorada Chicha de jora Caldo de gallina Cuy	Chicha de jora Carne colorada	Carne colorada Papas con cuero Hornado Cuy	Chicha de jora Carne colorada	Los platos que se sirven en la actualidad son: Carnes coloradas Chicha de jora Empanada de gallina Empanadas de morocho Estableciendo que la oferta gastronómica del cantón es variada, y que la comida ancestral esta presente dentro de las

Continúa

						festividades del lugar.
7. ¿Por qué medio sería el idóneo para dar a conocer la cultura gastronómica y la promoción turística de Cotacachi?	Medios impresos, medios digitales, medios radiofónicos, medios televisivos, medios sociales	Medios de comunicación, redes sociales, material impreso, ferias, eventos	Tv, revistas, periódicos, eventos y ferias	Medios de comunicación, revistas especializadas en turismo y gastronomía, ferias y festivales	Tv, internet y prensa escrita	Los medios de promoción turística es a través de medios impresos, a través de las redes sociales, ferias y eventos internacionales, además de los medios de comunicación más utilizados como la televisión y la prensa escrita. Consideran que estos medios son los más apropiados ya que son de uso de la mayor parte de personas, además de que los turistas al antes de visitar un lugar buscan información sobre el mismo a través de medios electrónicos como el internet ya que su accesibilidad es fácil.

4.2. Discusión de los resultados

De acuerdo con la información recopilada a través de las encuesta se determina que la mayor parte de los visitantes son adultos y se encuentran entre los 36 a 45 años, además de que consideran que el plato ancestral más conocido es la chicha de jora, sin embargo el plato de mayor consumo en la actualidad son las carnes coloradas, ya que son el plato que se prepara en mayor parte de la zona y el más conocido al igual que la chicha e jora que también se encuentra presente en casi toda la zona.

De igual forma se concluye que la principal motivación por la cual llegaron a Cotacachi fue por visitar la Laguna de Cuicocha, sin embargo afirman de igual forma que les gustaría conocer más sobre la gastronomía del lugar y poder degustar dichos platos, pues es un elemento indispensable en cuanto al desarrollo del turismo, ya que a pesar de que la motivación no sea principalmente la gastronomía al llegar les gusta probar algo típico del lugar y poder conocer un poco más acerca del lugar, por lo cual para ellos es importante conocer y degustar los platos típicos de un lugar, ya que les brinda una mejor experiencia durante su visita al lugar.

Se establece de acuerdo a la encuesta que la mayor parte de los visitantes si recomendarían el lugar, ya que la gastronomía con la que cuentan es exquisita, además de que la gente es muy hospitalaria y cordial, así mismo que por este motivo es importante conocer la cultura del lugar que visitan, pues así tendrán más conocimiento del lugar y de las costumbres y tradiciones de su gente, puesto que así podrán adaptarse a ella y entenderla.

Se determina de acuerdo a la entrevista realizada a las autoridades del lugar que si existe un presupuesto que permita la promoción de proyecto y fomenten la promoción del turismo y la cultura del cantón, por lo cual además consideran que la promoción y difusión de la gastronomía es imprescindible para potencializar el turismo en la zona.

De igual forma se establece mediante la entrevista que los platos de mayor consumo con las carnes coloradas y la chicha de jora, considerando que en todas las festividades representativas siempre están presentes, sin embargo con la diversificación de la gastronomía del lugar si se ha visto modificada de cierta forma la gastronomía del lugar, puesto que se han introducido platillos que no son de la zona, pero les permiten a los visitantes tener una oferta amplia de la misma.

Además consideran que esta promoción turística y fortalecimiento cultural del cantón necesita promoción siendo el internet, los medios impresos y los medios de comunicación los más idóneos, ya que son de mayor uso por parte de los usuarios y mediante estos pueden informarse acerca del lugar de una forma más específica y clara.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

El desarrollo de la presente propuesta se realiza con la finalidad de dar a conocer la gastronomía ancestral del cantón Cotacachi, de modo que se establezcan estrategias para promocionar y potencializar la misma, a través de medios informativos útiles para proporcionar información pertinente.

El potencializar la gastronomía como parte del potencial turístico de un lugar es fundamental, ya que esta forma parte de los saberes ancestrales y las costumbres de la comunidad, siendo así un elemento importante dentro de la actividad turística.

Es así que la gastronomía mantiene una estrecha relación con el turismo, considerando que esta se considera como un elemento clave para la misma, además de que para muchos es de interés no solo conocer los atractivos turísticos del lugar sino también degustar la comida típica del lugar de forma que se lleven una experiencia completa y satisfactoria a lo largo de su visita a la zona. Es así que por tal motivo es indispensable que se promocióne y potencialice la gastronomía ancestral del cantón Cotacachi.

5.1. Plan de promoción

Para el desarrollo de la propuesta es importante que se establezcan estrategias, que permitan promocionar y potencializar el turismo en el cantón Cotacachi a través de la gastronomía ancestral del lugar.

Para ello se establece principalmente un plan de promoción, a fin de determinar la oportunidad para promocionar la gastronomía de Cotacachi, partiendo principalmente de los recursos que posee de modo que se complemente la falta de promoción turística del mismo.

5.1.1. Objetivos promocionales

- Dar a conocer la gastronomía del cantón Cotacachi
- Aumentar en un 15% la afluencia de turistas del extranjero
- Aumentar en un 25% el número de turistas de origen nacional

5.2. Organización de la promoción

Para dar cumplimiento a los objetivos promocionales es indispensable que se establezca cuáles son los recursos gastronómicos con los cuales cuenta el cantón Cotacachi, de modo que así se establezcan cuáles son los medios necesarios para su promoción.

Es así que se establece que la promoción de la oferta gastronómica del cantón se realizará sobre los platos de:

- Chicha de jora
- Carnes coloradas
- Empanadas de morocho
- Helado de paila
- Cuy

5.3. Selección de la audiencia

Para el establecimiento de la audiencia se consideró el análisis de las encuestas aplicadas a los visitantes al cantón Cotacachi con respecto a su vivista y el interés por la gastronomía del lugar, del cual se establece que la audiencia está compuesta por personas adultas de entre 36 a 45 años, los cuales se encuentran atraídos por la cultura y gastronomía del lugar, además de otros atractivos ubicados dentro de la zona.

5.4. Estrategias publicitarias

Las estrategias publicitarias se encuentran orientadas a promover y fomentar el turismo tanto de visitantes nacionales y extranjeros, para lo cual se establecen los siguientes medios:

Para la promoción estratégica es importante que se cuente con los siguientes elementos:

- El mensaje que llevara la publicidad
- La marca turística ya que es la encargada de transmitir la identidad corporativa.

De acuerdo con lo establecido y tomando en consideración el producto que se busca promocionar, se ha expuesto que el mensaje para realizar la promoción del lugar y la gastronomía será:

VIAJA A COTACACHI

“Tradición y Cultura”

Este se plasmara a lo largo de todos los elementos publicitarios, de modo que se reconozca el slogan para la promoción y se identifique a la zona.

A continuación se establecen los medios que se utilizarán para realizar la promoción del lugar y la gastronomía:

5.5. Medios de prensa: radio y televisión

A través de estos medios se proporcionara información sobre el cantón Cotacachi y la gastronomía que ofrece el mismo, potencializando así el turismo a través de estos medios, además de que sin de uso por la mayor parte de personas.

Esta promoción se la realizará con ayuda de instituciones interesadas en promover el turismo dentro del cantón, ya que personalmente los recursos para realizarla son insuficientes.

5.6. Medios impresos: trípticos y afiches

La elaboración de los trípticos y afiches se encargaran de promocionar turísticamente el cantón brindando información sobre aspectos importantes y sobre la gastronomía del mismo. El afiche tendrá información esencial y se lo colocara en lugares de gran concurrencia.

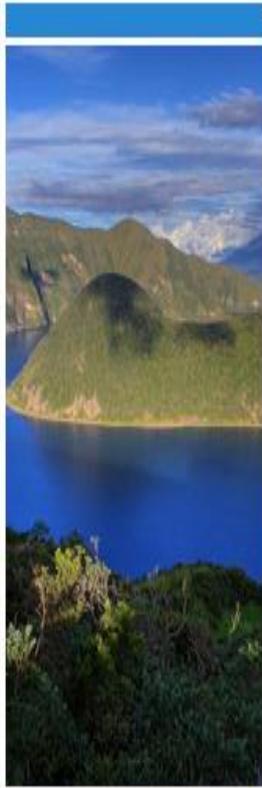
		<p>COTACACHI "Tradición y cultura"</p>
<p>Cotacachi, cuenta con una gran oferta no solo turística sino cultural, por lo cual es recomendable viajar a un lugar en donde se encuentra desde espacios turísticos naturales como culturales, además de su gastronomía única.</p>	<p><i>Viaja a Cotacachi</i></p> <p>Para mayor información ingresa al sitio web</p> <p>http://www.cotacachi.gob.ec/index.php/turismo</p>	
<p>http://www.cotacachi.gob.ec/index.php/turismo</p>	<p>http://www.cotacachi.gob.ec/index.php/turismo</p>	<p>http://www.cotacachi.gob.ec/index.php/turismo</p>

Figura 166: Modelo del tríptico



Feria Textil de Cotacachi

Cotacachi es considerada como la ciudad del cuero a nivel mundial, en esta los expositores han instalado 101 pabellones, donde exhiben artículos de cuero, artesanías y proyectos productivos, textiles y otras novedades de la zona. Cotacachi es centro de producción de estos artículos porque los artesanos traen el cuero de diferentes zonas, lo curten, tiñen y elaboran las prendas.

Cotacachi cuenta con varios atractivos de interés turístico tales como:

- Laguna de Cuicocha
- Volcán Cotacachi
- Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas
- Lagunas de Piñán,



GASTRONOMÍA

CHICHA DE JORA



CARNES COLORADAS



EMPANADAS DE MOROCHO



5.7. Publicidad en internet: Redes sociales

La publicidad en internet se realizara a través de redes sociales, ya que en la actualidad son un medio de comunicación utilizado por la mayor parte de personas. Además de que es de fácil acceso y permitirá brindar información característica del lugar. Sedar año promoción en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.

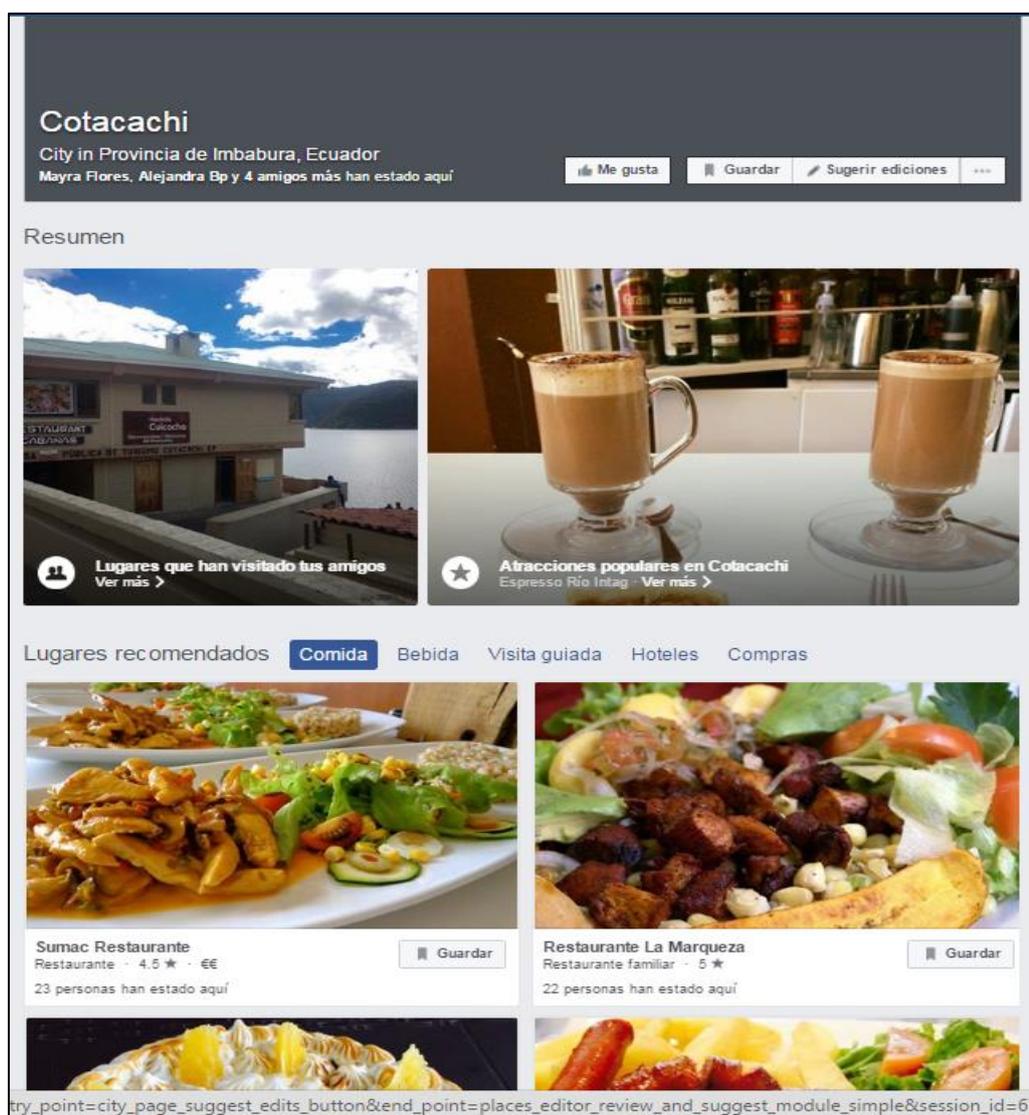


Figura 77: Red social del cantón

Fuente: (pagina de Facebook del cantón)

Además de las redes sociales se utilizará como otro medio las páginas web, considerando que estas son más confiables, y la información se encuentra con mejor detalle. Para ello no se diseñará una página web sino se mejorará la página con la que cuenta el cantón mismo que tiene como dirección URL: <http://www.cotacachi.gob.ec/>



Figura 188: Pagina web del cantón

Fuente: (pagina web del cantón)

5.8. Promoción de ventas

La promoción se encuentra dirigida a los turistas que tienen interés por conocer la cultura y gastronomía del cantón Cotacachi. Para ello la promoción se realizará de la siguiente forma:

- Los establecimientos turísticos contarán con trípticos que brindaran información sobre todo a los turistas.
- Las personas que ayuden a la promoción turística y gastronómica del lugar recibirán un 5% de comisión.
- Se realizaran convenios con los prestadores de servicios turísticos a fin de realizar una promoción y oferta más amplia.

5.9. Mezcla promocional

La mezcla promocional a realizar se encuentra determinada de la siguiente forma:

- Un 15% de la promoción se realizara a través de los medios de prensa, es decir en radio y televisión; considerando que estos se realizaran con el apoyo de instituciones interesadas en impulsar el turismo en el cantón, ya que los costos que incurre este tipo de publicidad son sumamente altos.
- El 60% de la publicidad se realizará a través de medios impresos, es decir a través de los trípticos y afiches, mismos que se colocaran en oficinas de turismo, agencias de viajes y lugares de gran concurrencia, a fin de informar a las personas sobre el potencial turístico de Cotacachi.
- El 25% restante de la publicidad se realizará a través de redes sociales, ya que es un medio de fácil accesibilidad y dentro del también se puede delimitar toda la información necesaria sobre el lugar. Además de considerar que las redes sociales son de gran acercamiento a las personas y no incurren un costo alto para realizar la promoción deseada.

5.10. Presupuesto

El presupuesto se establece en base a todos los gastos que incurre la promoción del lugar y la gastronomía, tal como se muestra a continuación:

Tabla 11:
Presupuesto

PRESUPUESTO PROMOCIONAL			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
	AD		
MEDIOS IMPRESOS			
Afiches	\$ 400,00	\$ 0,30	\$ 120,00
Trípticos	\$ 4.000,00	\$ 0,50	\$ 2.000,00
MEDIOS SOCIALES			
Revista local	1 carilla	\$ 380,00	\$ 380,00
Red social	1 página	\$ 120,00	\$ 120,00
MEDIOS DE PRENSA			
Espacio de radio	3 espacios	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
TOTAL			\$ 5.020,00

Se evidencia que el presupuesto que se necesita para realizar la promoción del cantón Cotacachi y la gastronomía del mismo, se necesita un valor de \$5.020.00 dólares, mismo que serán financiados a través de la ayuda de instituciones interesadas en potencializar turísticamente al cantón.

5.11. Implementación de la estrategia de promoción

Para la implementación de la estrategia de publicidad desarrollada anteriormente para promocionar la gastronomía del Cantón Cotacachi se establece en base al fomento de campañas que permitan la intervención de grupos o instituciones interesadas en potencializar turísticamente el cantón y la gastronomía ancestral del mismo.

Además de considerar que la campaña publicitaria para el cantón y lo que comprende turísticamente se realizará a lo largo de un año, tomando en cuenta que los primeros meses se realizara la mayor cantidad de publicidad posible, a través de los distintos medios publicitarios establecidos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El cantón Cotacachi cuenta con una gran oferta turística y gastronómica, los cuales son de gran interés para los turistas que llegan al lugar o lugares aledaños.
- Se concluye que a la mayor parte de turistas consideran que la gastronomía es un elemento indispensable para el desarrollo del turismo, ya que consideran que este es parte complementaria del mismo y por ello si es de su interés que cuando visitan un lugar degustar los platos característicos del mismo.
- Se determina que la promoción de un lugar y su gastronomía es imprescindible para el desarrollo turístico del mismo, ya que así se dará a conocer no solo su valor turístico, sino cultural y gastronómico, mismo que es de interés para muchos turistas.
- Con la aplicación de las encuestas y entrevistas a las autoridades se determinó que la necesidad de publicidad y promoción del lugar es grande, ya que muchos desconocen sobre el lugar y al no contar con información no les permite desenvolverse turísticamente en el cantón.

Recomendaciones

- Es imprescindible que se promocioe la gastronomía y cultura de Cotacachi, ya que a través de este se puede conocer información relevante sobre el mismo y de interés de los turistas.
- Se recomienda se desarrollen más planes de promoción que sean de interés para los turistas, de modo que se posicione el cantón como uno de los lugares con mayor potencial turístico a nivel nacional.
- Se recomienda desarrollar paquetes turísticos que incluyan a la gastronomía ancestral del lugar como parte de los principales atractivos turísticos del lugar.
- En las ferias gastronómicas del cantón se debe fomentar el uso de productos ancestrales dentro de la gastronomía de modo que esta ni pierda su valor.

BIBLIOGRAFÍA

- Analuisa, G. (2012). *Promoción Turística del Balneario de Banchal Parroquia Cascol Canton Pajan Provincia de Manabí*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Arte Ecuador. (2013). *Empanadas de Morocho*. Obtenido de Cocina del Ecuador: <http://www.artecuador.com/empanadas-de-morocho-35.html>
- Ballasteros, E., & Doris, C. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito: Abya-Yala.
- Bigné, E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Madrid: ESIC Editorial.
- Bolaños, X. (2013). *Rescate del Turismo Gastronómico Ancestral, mediante la elaboración de un Manual de comida típica de la Provincia del Carchi*. Tulcán: Universidad Politécnica estatal del Carchi.
- Cebrián, A. (2001). *Turismo cultural y desarrollo sostenible. Análisis de áreas patrimoniales*. España, Universidad de Murcia.
- Cegarra, J. (2012). *Los Métodos de Investigación*. Madrid- España: Dias de Santos.
- CERVERA, D. R. (2012). *Métodos y técnicas de investigación*.
- Curiel, J. d. (2006). *Turismo Gastronómico y Enológico*. Madrid : Dykinson.
- El Mercurio. (07 de Octubre de 2012). *La chicha de jora: identidad cultural y gastronómica*. Obtenido de Diario El Mercurio: <http://www.elmercurio.com.ec/351923-la-chicha-de-jora-identidad-cultural-y-gastronomica/#.V3b9X9LhCCg>

- El Nacional. (2012). *Paradigmas Y Metodos de Investigacion en Tiempos de Cambios*. ISBN.
- Flavián, C., & Fandos, C. (2011). *Turismo Gastronómico Estrategias de marketing y experiencias de éxito*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza .
- Gastronomía Ancestral. (2014). *Definición de Comida Ancestral*. Obtenido de Diccionario ABC: <http://www.definicionabc.com/general/comida-ancestral.php>
- Gómez, B. (2002). *Regionalización turística del Mundo*. Barcelona: Ediciones Universitaria de Barcelona.
- Jiménez, C. (2003). *Productos y Destinos Turísticos Nacionales e Internacionales* . Madrid : Thomson.
- Leikis, M. (2007). *Diseño de espacios para gastronomía* . Buenos Aires : Nobuko.
- Leiva, F. (2006). *Metodología de la investigación*.
- LICTUR. (Agosto de 2012). *Gastronomía de Imbabura*. Obtenido de LICTUR de ESPOL: <http://blog.espol.edu.ec/lictur/2009/08/06/gastronomia-de-imbabura/>
- Mejail, A., & Vita, M. (Abril de 2008). El caso de Tomás Jofré. *La gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo*. San Martín, Buenos Aires, Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Montecinos, A. (2005). *Modelo de Planificación Gastronómica y Turística Regional*. México: Figueroa.

- Montenegro, J. (Julio de 2012). Análisis de las principales tradiciones gastronómicas de la Ciudad de Cuenca como atractivo turístico. *Trabajo de investigación previa la obtención del título de Ingeniera en Turismo*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad de Cuenca.
- Morales, F. (2007). *La academia* . Obtenido de Tipos de Investigación : http://www.academia.edu/4646164/Tipos_de_Investigaci%C3%B3n
- Muñoz de Escalona, F. (2003). *El turismo explicado con Claridad*. Madrid: Diaz de Santos.
- Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal . *Estudios y Perspectivas en Turismo* , 752.
- Quesada, R. (2000). *Elementos del Turismo* . Costa Rica : Euned.
- Ruiz, R. (2005). *Conceptos Básicos sobre cocina Principios culinarios* . México: Limusa .
- Schluter, R., & Thiel, D. (2008). Gastronomía y Turismo en Argentina. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 265.
- Valdes, L., & Ruiz, A. (1996). *Turismo y promoción de destinos turísticos* . Oviedo: Universidad de Oviedo .