



**Potencialización gastronómica en las Parroquias Rurales de la Administración
Zonal Los Chillos**

Garzón Flores, Leslye Carolina; Gordon Bedoya, Juana de los Angeles; Guallo Pérez, Carol Ivonne; Guayasamín Guamialamá, Johana Belén; Guerra Barahona, Nicole Camila; Guisha Diaz, Jennifer Michelle; Guzmán Tasinchana, Pamela Vanessa; Lliquin Narvaez, Jennifer Alexandra

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del
Comercio Carrera de Turismo

Trabajo de integración curricular, previo a la obtención del título de Licenciado/a en
Turismo.

Ing. Suárez Velasco, Jenny

Elizabeth. PhD.

Informe de originalidad

NOMBRE DEL CURSO

Revisión de Tesis

NOMBRE DEL ALUMNO

NICOLE CAMILA GUERRA BARAHONA

NOMBRE DEL ARCHIVO

NICOLE CAMILA GUERRA BARAHONA - Entrega de Tesis para análisis de Similitud del documento

SE HA CREADO EL INFORME

26 ene 2023



Resumen

Fragmentos marcados	0	0 %
Fragmentos citados o entrecuillados	1	0,3 %
Coincidencias de la Web		
sld.cu	1	0,3 %

1 fragmento

Fragmento del alumno **CITADO**

La Organización Mundial del Turismo (2022) define a un destino como un espacio físico donde el visitante permanece y consume al menos una noche, e incluye diversos tipos de productos, servicios y...

Mejor coincidencia en la Web

Esta insuficiencia es superada con la definición de **la**, al definirlo **como un espacio físico donde el visitante permanece y consume al menos una noche; incluye diversos tipos de productos, servicios y...**

El carácter complejo de la competitividad en destinos turísticos rurales http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000300225



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Turismo

Certificación

Certifico que el trabajo de titulación "Potencialización gastronómica en las Parroquias Rurales de la Administración Zonal los Chillos" fue realizado por las señoritas **Garzón Flores, Leslye Carolina; Gordon Bedoya, Juana de los Angeles; Guallo Pérez, Carol Ivonne; Guayasamin Guamialamá, Johana Belén; Guerra Barahona, Nicole Camila; Guisha Diaz, Jennifer Michelle; Guzmán Tasinchana, Pamela Vanessa; Lliquin Narvaez, Jennifer Alexandra**, el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Sangolquí, 26 de enero del 2023

Firma:



MSc. Jenny Elizabeth Suárez Velasco, PhD.

C.C: 1712506912



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Turismo

Responsabilidad de Autoría

Nosotras, **Garzón Flores, Leslye Carolina** con C.I. 1722973235, **Gordon Bedoya, Juana de los Angeles** con C.I. 1752655280, **Guallo Pérez, Carol Ivonne** con C.I. 1725969594, **Guayasamin Guamialamá, Johana Belén** con C.I. 1725679110, **Guerra Barahona, Nicole Camila** con C.I. 1751975242, **Guisha Diaz, Jennifer Michelle** con C.I. 1726810672, **Guzmán Tasinchana, Pamela Vanessa** con C.I. 1725531121, **Lliquin Narvaez, Jennifer Alexandra** con C.I. 1752022093, declaramos que el contenido, ideas y criterios de este trabajo de integración curricular denominado **"Potencialización gastronómica en las Parroquias Rurales de la Administración Zonal los Chillos"** es de nuestra autoría y responsabilidad, y ha sido elaborado cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos y de investigación existentes establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando en las citas bibliográficas.

Sangolquí, 26 de enero de 2023

X 

Garzón Flores Leslye Carolina
C.I. 1722973235

X 

Gordon Bedoya Juana de los Angeles
C.I. 1752655280

X 

Guallo Pérez Carol Ivonne
C.I. 1725969594

X 

Guayasamin Guamialamá Johana Belén
C.I. 1725679110

X *Nicole*

Guerra Barahona Nicole Camila
C.I. 1751975242

X *Jennifer Diaz*

Guisha Diaz, Jennifer Michelle
C.I. 1726810672

X *Pamela Guzmán*

Guzmán Tasinchana, Pamela Vanessa
C.I. 1725531121

X *Jennifer Narvaez*

Liquin Narvaez, Jennifer Alexandra
C.I. 1752022093



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Turismo

Autorización de Publicación

Nosotras, Garzón Flores, Leslye Carolina; Gordon Bedoya, Juana de los Angeles; Guallo Pérez, Carol Ivonne; Guayasamín Guamialamá, Johana Belén; Guerra Barahona, Nicole Camila; Guisha Diaz, Jennifer Michelle; Guzmán Tasinchana, Pamela Vanessa; Lliquín Narvaez, Jennifer Alexandra, con cédulas de ciudadanía n° 1722973235, 1752655280, 1725969594, 1725679110, 1751975242, 1726810672, 1725531121, 1752022093, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, publicar el trabajo de integración curricular "Potencialización gastronómica en las Parroquias Rurales de la Administración Zonal los Chillos" en el Repositorio institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad

Sangoquí, 26 de enero del 2023

X

Garzón Flores Leslye Carolina
C.I. 1722973235

X

Gordon Bedoya Juana de los Angeles
C.I. 1752655280

X

Guallo Pérez Carol Ivonne
C.I. 1725969594

X

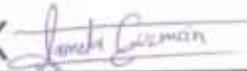
Guayasamín Guamialamá Johana Belén
C.I. 1725679110

X *Nicole*

Guerra Barahona Nicole Camila
C.I. 1751975242

X 

Guisha Diaz, Jennifer Michelle
C.I. 1726810672

X 

Guzmán Tasinchana, Pamela Vanessa
C.I. 1725531121

X 

Liquin Navarez, Jennifer Alexandra
C.I. 1752022093

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, quienes siempre me apoyaron en las buenas y en las malas, gracias por dedicarme su vida, su historia, por creer en mí, por sentirse orgullosos de mis avances, de mis logros, también agradezco a toda mi familia quienes estuvieron pendientes de mí, me aceptaron y alentaron en mi carrera y por último a mis amigos que siempre estuvieron presentes en la mejor etapa de la vida que es la universidad.

Leslye Carolina Garzón Flores

Dedico el resultado de este trabajo a Dios por forjar mi camino y acompañarme en cada uno de mis tropiezos. A toda mi familia, especialmente a mis padres Rosita y Aníbal por brindarme su apoyo incondicional y sus consejos para hacer de mí una mejor persona. A mi hermano Washington por enseñarme a no bajar la cabeza ante cualquier adversidad y jamás darme por vencida. También quiero dedicar este trabajo a todos mis amigos y conocidos que de una u otra forma han estado presentes a lo largo de toda mi vida estudiantil, gracias por sacarme una sonrisa en los peores momentos.

Juana de los Angeles Gordon Bedoya

Le dedico este trabajo a Dios por nunca abandonarme en este trayecto estudiantil, por darme la sabiduría suficiente para enfrentar cada obstáculo que se presentó, y poder llegar a la meta planteada. A mis padres Washington y Lourdes por brindarme su apoyo incondicional y motivarme a seguir adelante, por nunca dejarme sola y acompañarme en cada paso que doy, por los valores y consejos para ser una persona de bien y superarme, por su esfuerzo y dedicación para educarme personal y profesionalmente. A mi hermano el Cap. Jairo Guallo por ser mi ejemplo a seguir, por brindarme su apoyo y acompañarme en cada etapa, por impulsarme a seguir adelante y creer en mí y en mis sueños, a mi hermana la Dra. Alejandra Guallo que de alguna manera aportó en este proceso. A mis Abuelas que siempre están pendientes de mi bienestar, a mi familia y amigos que siempre estuvieron preocupados por mí.

Carol Ivonne Guallo Pérez

Dedico el presente trabajo de titulación en primer lugar a Dios por la sabiduría que me ha dado para culminar con esta etapa académica, a mi hija Domenica quien ha sido mi pilar fundamental para seguir adelante, a mis padres Segundo y Clara que me han apoyado incondicionalmente a lo largo de mi carrera universitaria. A mi Abuelita Ercelina y a mis hermanas por brindarme su apoyo cuando lo he necesitado. Finalmente, a esas grandes amistades que formé durante esta etapa, quienes han sido cómplices de buenos momentos e inigualables experiencias.

Johana Belén Guayasamín Guamialamá

Quiero dedicar este trabajo a las personas que incondicionalmente me han acompañado a lo largo de la carrera que son mis padres, Jaime y Jimena, los que me han dado la fuerza, los ánimos, el coraje y su apoyo en todo aspecto. A mis hermanos: Isa, Sam y Dan, que de una u otra forma siempre estaban aportando y alentando a seguir. A mis mejores amigos: Sr. Andrés Aguirre Dávila, Dr. Andres Cargui, a las Seis y Francis Constante, que han estado ahí para darme ánimos, desearme lo mejor y ayudarme incondicionalmente. A mis abuelos que están y estarían orgullosos de mí. A mi familia y amigos más cercanos que han aportado en mi crecimiento profesional. Agradezco a Dios por darme la oportunidad de haber atravesado todo este proceso, pero sobre todo agradezco por permitirme ser parte de la generación que conoció a One Direction y que vio a Lionel Messi alzar una copa del Mundo.

Nicole Camila Guerra Barahona

Este trabajo le dedico principalmente a Dios por protegerme y cuidarme en mi vida estudiantil, a mi querida madre Fani Diaz, que ha sido mi pilar fundamental en el transcurso de mi carrera universitaria, gracias a su apoyo, dedicación y el gran esfuerzo que ha hecho para darme el estudio. También quiero agradecer de todo corazón a mi papi y a mis hermanos que han estado animándome en este largo camino, para no desfallecer y convertirme en una gran profesional.

Jennifer Michelle Guisha Diaz

Quiero dedicar el presente trabajo a las personas fundamentales que han estado en el transcurso de mi vida, mis padres Juan Carlos y Martha personas elementales en mi vida particular como en mi proceso universitario, motivándome día a día a enfrentarme y superar cualquier obstáculo, además de poder contar con su apoyo incondicional. De igual manera, a mi abuelita Clarita mi ser de luz para llegar a este punto de mi carrera profesional. A mis amigos y a Brandon, que han hecho mucho más fácil este difícil pero satisfactorio proceso, para cada una de las personas que me encontré en este camino y que me han permitido llegar a ser la gran persona que sé que soy y la excelente profesional que acaba de formarse.

Pamela Vanessa Guzmán Tasinchana

Quiero dedicar este trabajo a Dios por siempre estar conmigo en mi vida y en esta etapa estudiantil, a mi madre Narciza Narvaez por siempre ser un apoyo incondicional, quien me ha brindado ánimo y siempre ha estado alentándome para seguir adelante y obtener mi título universitario. A mis abuelitos Hortensia Caisa y Lorenzo Narvaez por ser un eje fundamental en mi vida, ya que, siempre han estado pendientes de mi bienestar y me han apoyado en todo momento. A mi prima Nicol Tipán quien ha sido como una hermana para mí y ha estado alentándome a lo largo de mi vida y carrera universitaria, dándome apoyo y motivándome de risa en risa a seguir adelante y ser la mejor. De igual manera, agradezco a mi familia y amigos por haber estado de alguna forma en este proceso académico, dándome su ayuda, fuerzas y positivismo que me han permitido llegar a ser la persona que soy.

Jennifer Alexandra Lliquin Narvaez

Agradecimiento

En primer lugar, damos gracias a Dios por permitirnos tener tan buena experiencia dentro de la universidad, por conocer a grandes personas que a lo largo del trayecto se han convertido en piezas fundamentales de nuestra vida.

A nuestra prestigiosa Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, le damos las gracias de formar grandes profesionales en el área de Turismo, los cuales han sido educados con principios y valores éticos.

A nuestros docentes que a lo largo de la carrera nos han enseñado lo necesario para defendernos en el ámbito laboral, con sus experiencias e historias de esta maravillosa carrera que es el Turismo.

Agradecemos también a nuestra tutora académica la Ingeniera Jenny Suárez, por compartir sus conocimientos y guiarnos en el proceso del presente proyecto de titulación.

Gracias a cada una de las personas que forman parte de las seis parroquias de la Administración Zonal Los Chillos, por participar y ayudarnos con nuestro trabajo, que sin su apoyo este proyecto no se hubiera realizado.

Finalmente, quiero agradecer a mis compañeras y el esfuerzo que hicieron para alcanzar los objetivos que se propusieron al iniciar la carrera.

Índice

Resumen.....	22
Abstract	23
Introducción.....	24
Capítulo I.....	25
Marco Teórico	25
Teoría De La Sustentabilidad	25
Teoría De La Competitividad En Destinos Rurales.....	26
Teoría Del Desarrollo Local	29
Marco Referencial.....	31
Caso De Estudio España.....	31
Caso De Estudio Argentina.....	33
Caso De Estudio Perú.....	35
Caso De Estudio Ecuador.....	36
Resumen Matriz Casos De Estudio.....	39
Marco Conceptual.....	43
Planteamiento Del Problema	46
Contextualización Del Problema	46

Pregunta.....	46
Objetivo General.....	46
Objetivos Específicos	47
Determinación De Variables.....	48
Capítulo II.....	51
Metodología De La Investigación	51
Metodología Descriptiva.....	51
Metodología Cualitativa.....	51
Instrumentos De Recolección	52
Muestra.....	52
Macroambiente	54
Factor Geográfico.....	54
Factor Demográfico.....	55
Factor Político Legal	56
Factor Ecológico.....	57
Factor Tecnológico.....	57
Factor Económico	58
Microambiente	59

Marco Metodológico.....	65
Encuesta Para Visitantes	65
Entrevista Para Autoridades De Las Parroquias.....	69
Análisis De Datos	71
<i>Análisis De Encuestas.....</i>	<i>71</i>
<i>Análisis De Entrevistas.....</i>	<i>87</i>
Capítulo III.....	107
Propuesta.....	107
Beneficiarios directos	108
Beneficiarios indirectos	109
Acciones Y Presupuestos Requeridos Para La Implementación De La Feria	
Gastronómica	111
<i>Definición De Actividades Y Actores.....</i>	<i>111</i>
<i>Resumen de actividades, actores, duración y lugar de desarrollo de evento.</i>	<i>113</i>
<i>Ficha resumen de actividades para ejecutar el evento</i>	<i>115</i>
<i>Descripción de los cargos de la feria gastronómica</i>	<i>116</i>
<i>Mapa de ubicación de la feria</i>	<i>121</i>
<i>Logo De La Feria.....</i>	<i>122</i>

<i>Modelo De Los Stands Y Mantelería</i>	<i>125</i>
<i>Creación De La Página Web Promocional</i>	<i>126</i>
<i>Uniforme Para Los Feriantes</i>	<i>127</i>
<i>Reglamento De Operatividad</i>	<i>129</i>
<i>Presupuesto Requerido Para Implementar La Feria</i>	<i>131</i>
Capítulo IV	135
Conclusiones.....	135
Recomendaciones	136
Bibliografía	138
Apéndice	146

Índice De Tablas

Tabla 1 <i>Matriz de casos de estudio</i>	39
Tabla 2 <i>Determinación de variables</i>	48
Tabla 3 <i>Población de las parroquias rurales AZCH</i>	55
Tabla 4 <i>Perfil de las personas entrevistadas</i>	87
Tabla 5 <i>Involucramiento en el Desarrollo de ferias gastronómicas</i>	93
Tabla 6 <i>Importancia de las ferias gastronómicas</i>	95
Tabla 7 <i>Organización de las ferias gastronómicas</i>	98
Tabla 8 <i>Fortalecimiento de la gastronomía en la conservación de la cultura</i>	101
Tabla 9 <i>Dificultades para el desarrollo de ferias gastronómicas</i>	103
Tabla 10 <i>Actividades y Actores</i>	111
Tabla 11 <i>Cronograma</i>	113
Tabla 12 <i>Resumen de actividades del evento</i>	114
Tabla 13 <i>Ficha de resumen de actividades</i>	115
Tabla 14 <i>Gastos de la feria gastronómica</i>	132
Tabla 15 <i>Publicidad</i>	133
Tabla 16 <i>Implementos del cuidado personal</i>	134

Índice De Figuras

Figura 1 Día de la Gastronomía sostenible ONU.....	26
Figura 2 Miembros de la Corporación Grupo Salinas.....	37
Figura 3 Plano de Ferias Raíces 2022	38
Figura 4 Ubicación Geográfica de la Administración Zonal Los Chillos.....	54
Figura 5 Microambiente Alangasí.....	59
Figura 6 Microambiente Amaguaña	60
Figura 7 Microambiente Conocoto.....	61
Figura 8 Microambiente Guangopolo.....	62
Figura 9 Microambiente La Merced.....	63
Figura 10 Microambiente Píntag.....	64
Figura 11 Encuesta para visitantes	65
Figura 12 Entrevista para las Autoridades de las Parroquias.....	69
Figura 13 Procedencia de los encuestados	71
Figura 14 Rango de edad de los encuestados.....	72
Figura 15 Género de los encuestados	73

Figura 16 Nivel Académico de los encuestados	74
Figura 17 Ocupación de los encuestados	75
Figura 18 Parroquias Rurales de la AZCH más visitadas.....	76
Figura 19 Formas de viajar de los encuestados	77
Figura 20 Razón de visita de los encuestados a la AZCH.....	78
Figura 21 Preferencia de los encuestados en servicios de A&B.....	79
Figura 22 Asistencia de los encuestados a ferias gastronómicas en AZCH.....	80
Figura 23 Medios de difusión de los encuestados	81
Figura 24 Preferencia de medios de comunicación	82
Figura 25 Preferencia de los encuestados en comida.....	83
Figura 26 Rangos de precios en servicios de alimentación.....	84
Figura 27 Nivel de promoción de las ferias gastronómicas AZCH	85
Figura 28 Sugerencia para dinamizar las ferias gastronómicas en la AZCH.....	86
Figura 29 Feria Gastronómica 24.09.....	108
Figura 30 Beneficiarios directos feria gastronómica 24.09.....	109
Figura 31 Emprendimientos locales en La Merced.....	110
Figura 32 Cooperativa de Transporte Termas Turis.....	110

Figura 33 <i>Reunión con la directiva GAD La Merced</i>	117
Figura 34 <i>Reunión con la presidenta feria gastronómica 24.09</i>	117
Figura 35 <i>Montaje de carpas y visita de feriantes</i>	118
Figura 36 <i>Montaje de carpas</i>	119
Figura 37 <i>Montaje de cada puesto de feriantes</i>	119
Figura 38 <i>Prueba de sonido</i>	120
Figura 39 <i>Limpieza de cada puesto a cargo de cada feriante</i>	120
Figura 40 <i>Ubicación de los Stands</i>	121
Figura 41 <i>Vista panorámica feria gastronómica 24.09</i>	122
Figura 42 <i>Logo de la feria</i>	122
Figura 43 <i>Descripción del logo</i>	124
Figura 44 <i>Logo feria gastronómica 24.09</i>	124
Figura 45 <i>Modelo de stands para ferias gastronómicas</i>	125
Figura 46 <i>Stands mediante estructuras metálicas feria gastronómica 24.09</i>	126
Figura 47 <i>Diseño de página web para ferias gastronómicas en AZCH</i>	127
Figura 48 <i>Delantal para los feriantes</i>	128
Figura 49 <i>Camisa de polo manga larga para los feriantes</i>	128

Figura 50 *Camisa y delantal feriantes de la feria gastronómica 24.09*..... 129

Resumen

El presente trabajo que lleva como título Potencialización gastronómica en las Parroquias Rurales de la Administración Zonal Los Chillos, tiene como propósito diseñar una feria gastronómica aplicable a las parroquias rurales pertenecientes al Distrito Metropolitano de Quito ubicadas en el Valle de los Chillos, con el objetivo de potencializar el desarrollo turístico sostenible mediante la implementación del diseño de una feria gastronómica. Para ello se ha dividido en tres capítulos: en el primer capítulo se encuentran tres teorías base para la realización de la propuesta, casos de éxito palpables y aplicables, un banco de conceptos que servirán para una mejor comprensión lectora, se define también el contexto del problema, los objetivos, las variables y se da a conocer la metodología de la investigación; el segundo capítulo contiene información macro y micro en cuanto a factores geográficos, demográficos, políticos, ecológicos, tecnológicos, económico y turístico de cada parroquia, se realiza también un diagnóstico de la potencialización gastronómica con el uso de instrumentos como encuestas y entrevistas, y el análisis de las mismas; en el capítulo tres se presenta la propuesta y el diseño de una feria gastronómica aplicable en cada parroquia mediante 12 pasos. Con lo antes mencionado este proyecto aportará con acciones, estrategias y lineamientos que fortalezcan y dinamicen el patrimonio gastronómico de las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos.

Palabras clave: potencialización gastronómica, ferias gastronómicas, administración zonal Los Chillos, diseño.

Abstract

The present work, entitled Gastronomic Potentialization in the Rural Parishes of the Zonal Administration of Los Chillos, aims to design a gastronomic fair applicable to rural parishes belonging to the Metropolitan District of Quito located in the valley of Los Chillos, with the objective of Potentiating sustainable tourism development through the implementation of a gastronomic fair design. For this purpose, it has been divided into three chapters: in the first chapter there are three base theories for the realization of the proposal, palpable and applicable success cases, a bank of concepts that will serve for a better reading comprehension, the context of the problem is also defined, the objectives, the variables and the methodology of the research is made known; The second chapter contains macro and micro information in terms of geographic, demographic, political, ecological, technological, economic and touristic factors of each parish, a diagnosis of the gastronomic potential is also made with the use of instruments such as surveys and interviews, and the analysis of the same. With the above mentioned, this project will contribute with actions, strategies and guidelines that strengthen and dynamize the gastronomic heritage of the rural parishes of the Zonal Administration of Los Chillos.

Key words: gastronomic empowerment, gastronomic fairs, Los Chillos zonal administration, design.

Introducción

El Distrito Metropolitano de Quito, distinguido por ser el cantón más poblado del país, donde se encuentra dividido en 9 distritos zonales tales como: Administración Zonal La Delicia, Calderón, Eugenio Espejo, Manuela Sáenz, Eloy Alfaro, Quitumbe, Tumbaco, La Mariscal y por último la Administración Zonal Los Chillos, en la cual se ha centrado esta investigación.

Las parroquias de Alangasí, Pintag, Guangopolo, La Merced, Conocoto y Amaguaña, son sitios que comprenden una amplia gama de atractivos culturales, naturales y en especial gastronómicos, en donde a través de sus platos típicos, las personas pueden disfrutar y conocer más sobre las tradiciones y costumbres.

Es por esta razón que para la presente investigación se ha tomado en cuenta la relevancia de la potencialización del turismo gastronómico en las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos, a través de, un intensivo análisis de la situación actual de las parroquias referente al desarrollo gastronómico y preservación de su cultura por medio de la gastronomía, el establecimiento de facilidades y apoyo a la comunidad, la participación de los Gad's parroquiales respectivos para el planteamiento de estrategias que fomenten el turismo gastronómico y captar en mayor porcentaje a la población en actividades relacionadas al turismo con la finalidad de mejorar su economía y calidad de vida.

Capítulo I

Marco Teórico

Teoría De La Sustentabilidad

En cuanto a la sustentabilidad y la relación que tiene con la cocina, se debe tomar en cuenta la siguiente definición, en la cual se establece que la gastronomía es el arte que estudia las relaciones del ser humano con su forma de alimentarse y con el entorno cultural en el que se desarrolla. (Alfaro, 2021)

Por lo tanto, la gastronomía al ser una expresión cultural se conecta con la diversidad natural y cultural del mundo. Además, se enfatiza que las culturas y civilizaciones son capaces de cooperar al progreso sustentable. (Gastronomía & Cía, s.f.)

El término de “gastronomía sustentable” se introdujo en Europa en 1986 para proteger los recursos naturales y los ecosistemas, con el fin de garantizar el bienestar social a través de prácticas responsables, tomando en cuenta el origen de los ingredientes, cómo se cultivan, cómo llegan a los mercados y finalmente como llegan a nuestros platos. (Barcelona Culinary y Hub, 2021)

La gastronomía sustentable está comprometida con la protección ambiental, ya que, ha impulsado con éxito a productores, chefs, restaurantes, agricultores y consumidores a defender la identidad culinaria de los productos naturales de la región. Es decir que al promover el uso de técnicas ambientales sustentables se beneficia la industria de la cocina, la comunidad y sobre todo el medio ambiente. (Barcelona Culinary y Hub, 2021)

Cabe mencionar que la Asamblea General de las Naciones Unidas el 21 de diciembre de 2016, establece el 18 de junio de cada año como el Día de la Gastronomía Sostenible, con

el fin de centrar la atención en la necesidad de crear una cocina más sostenible que permita alcanzar los ODS, en la que se incluye la promoción del desarrollo agrícola, la seguridad alimentaria, la nutrición, la producción sostenible de alimentos y la preservación de la biodiversidad. (Gastronomía & Cía, s.f.)

Figura 1

Día de la Gastronomía sostenible ONU



Nota. Adaptado de Día de la Gastronomía Sostenible – 18 de junio, por Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, s.f.

Teoría De La Competitividad En Destinos Rurales

En la década de 1990, el concepto de competitividad de destino comenzó a desarrollarse significativamente, sin embargo, se aprecia que en el medio no se encuentra desarrollado. Asimismo, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación en las últimas décadas hasta convertirse en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento en el mundo, lo que determina objetivamente las razones para que se encuentre un destino más atractivo que la necesidad de otros, por otra parte, Molina (1991), propone que el

destino turístico está compuesto por los recursos del mismo, pudiendo ser naturales, arquitectónicos, soporte físico, entre otros y su oferta como tal sería el entretenimiento, eventos, gastronomía, etc.

Así mismo Alexandra Parra, en su investigación en 2020 refiere a la competitividad de destinos como la capacidad de proporcionar una mayor calidad de vida a los actores involucrados, búsqueda de sostenibilidad, prosperidad económica, promocionar productos sean bienes o servicios con un óptimo funcionamiento y con un valor añadido, que contenga innovación, especialización y hasta personalización, y sobre todo el aprovechamiento de los recursos que un destino posee. Y concluye destacando tres aspectos fundamentales:

- La competitividad en relación a la posición del destino en el mercado turístico.
- La perspectiva de cadena de valor.
- Sostenibilidad de la actividad turística. (Parra, 2021)

La Organización Mundial del Turismo (2022) define a un destino como un espacio físico donde el visitante permanece y consume al menos una noche, e incluye diversos tipos de productos, servicios y atractivos dentro de un radio de influencia.

A partir de esto se puede decir que un destino turístico está integrado de prestaciones, elementos tangibles e intangibles que ofrecen beneficios al turista como respuesta a la demanda o la expectativa. Un destino turístico dependiendo de su ubicación geográfica se puede clasificar en dos grandes categorías el turismo urbano y el turismo rural, esta última es caracterizada por sus modalidades como lo son el turismo comunitario, el agroturismo, turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura entre otros que tienden a ser lo contrario a un turismo

urbano. El interés por esta categoría turística surge con el deseo de huir de las masificaciones, por lo que este tipo de turismo es una posible solución a los efectos negativos del turismo de masas en los países en vías de desarrollo, convirtiéndose en una estrategia competitiva de la propia comunidad, apoyada por organismos internacionales como la OMT, que tiene como objetivo el empleo, la propiedad, la preservación de los recursos naturales y culturales, el desarrollo económico y social, junto a la calidad de experiencia del visitante. (Parra, 2021)

El desarrollo gastronómico en estos destinos también tiene una fuerte competitividad, buscando elevar los estándares, contando con calidad y variedad en productos, servicios y experiencias, de esta manera se podrá competir directamente con otros establecimientos muchas veces de renombre. Jonathan Rojas, expone en su artículo las acciones que un destino, o establecimiento puede desarrollar para destacar dentro del mundo gastronómico, algunos de ellos son:

- Anticipación.
- Adaptabilidad de la oferta.
- Mejorar la experiencia del cliente.
- Eficiencia Operativa.
- Adopción de la tecnología.
- Excelente talento humano.
- Capital eficiente.

Se puede partir de estos cambios dentro de la estructura operativa de un establecimiento gastronómico, para que tenga un mayor rango de competitividad, más aún si se trata de un destino en la ruralidad. (Rojas, 2021)

Teoría Del Desarrollo Local

El desarrollo local, tuvo importancia en las decisiones del estado a partir de los años setenta, puesto que el gobierno no tomaba en cuenta su capacidad como ente central al proveer de condiciones de vida óptimas hacia la población, a partir del surgimiento de la globalización y la descentralización de las decisiones públicas. Posteriormente ya se toma en cuenta el desarrollo endógeno, siendo este un proceso territorial, de construcción social, en el que la capacidad emprendedora e innovadora es el mecanismo de acción hacia la transformación de la empresa y la comunidad local. En ella se integran la economía y el ámbito sociocultural en un proyecto sustentable que involucra a la localidad teniendo como objetivo mejorar la calidad de vida de la población. (Gambarota & Lorda, 2017)

En América Latina es tomado en cuenta, a través de:

- Programas promovidos por organismos de planificación nacional y regional.
- ONG que cumplen el rol de ayuda, búsqueda y financiamiento hacia la sociedad civil.
- Incorporación del territorio en modalidades de turismo alternativo como ecoturismo, turismo gastronómico y rural.

Es así que, con respecto al recurso gastronómico, frente a otros que se ofertan dentro de un producto turístico local, podemos destacar que este mantiene la ventaja de poder

contar con un producto físico, como es la degustación de la comida y un producto inmaterial siendo este la experiencia y la trascendencia ancestral de generaciones. Promoviendo así la autenticidad de un territorio mediante sus platos típicos que han sido preservados a lo largo de la historia y ayudan a forjar una interrelación entre el turista y la cultura local reflejada en la degustación de comida. (Clemente, Hernández, & López, 2014)

Por otra parte, para (Jiménez, 2015) la gastronomía se posiciona con un factor clave para la gestión turística de los territorios, ya que, promueve una segmentación de mercado, donde se puede tener ya información precisa de su oferta basada en los tres ejes de sostenibilidad, dando realce así a lo siguiente:

- Comunidad local.
- Medioambiente.
- Autenticidad.
- Patrimonio cultural.

Marco Referencial

Caso De Estudio España

España es uno de los grandes referentes al momento de hablar sobre turismo rural, culturalmente es una de las opciones más relevantes al momento de elegir un destino, prefiriendo regiones apartadas, generalmente pueblos o villas, con un distinto estilo de vida, cultura, del que se pueda aprender algo nuevo. (Caballero, 2022)

Asturias, comunidad autónoma de este país es un destino que cumple con las características territoriales que convierten a la región en un producto turístico rural. Este destino busca el beneficio del medio ambiente, de la población autóctona y del propio viajero, su oferta se fundamenta en la diversión y la educación, poniendo en práctica diversos tipos de turismo entre ellos: ecoturismo, agroturismo, turismo verde, aventura, deportivo, cultural y gastronómico. (Alonso, 2020)

Enfatizando en este último es reconocido como uno de los principales destinos de turismo gastronómico en España. La sidra, el queso y la fabada se han posicionado como tres de los grandes productos de esta región, y cuenta con diversas rutas por toda la comunidad. (IFEMA, 2022)

El éxito de esta comunidad se fundamentó desde las legislaciones políticas, ya que, se crearon leyes de apoyo en pro de un desarrollo turístico sostenible en el ámbito rural, posicionado competitivamente como un destino consolidado en relación a los productos, destinos y servicios que este ofrece. Además, de las facilidades de realización de las constantes ferias gastronómicas, de una fuerte promoción, cohesión, apoyo y unión por parte de la comunidad para la ejecución de las mismas, de esta manera logran una fortaleza en

cuanto a su patrimonio gastronómico, a sus métodos de cocción, a su cultura, etc. (Molleda, 2022)

Otro caso de éxito es la Comunidad Valenciana, que sin lugar a dudas es un destino lleno de contrastes, esto se puede comprobar visitando los maravillosos atractivos que esta comunidad posee. De acuerdo a estudios realizados se puede decir que la Comunidad Valenciana ha atravesado por grandes transformaciones, en lo que hoy por hoy, se encuentra en una fase de transición con un gran potencial turístico.

Esta comunidad ha sido apoyada por el programa LEADER, la cual es una propuesta comunitaria para el desarrollo rural, creando iniciativas turísticas tomando en cuenta el aprovechamiento de los recursos naturales, locales y humanos, la promoción de su cultura, el impulso de la agricultura y la potenciación del destino.

El producto turístico rural de la comunidad dispone de un gran número de alojamientos que generan riqueza y un importante conjunto de actividades que disfrutar en un entorno rural, comprendiendo no sólo los relativos a ecoturismo, turismo verde, agroturismo, deporte, etc., sino que combinan actividades tales como lo cultural, el turismo de pueblos y ciudades, gastronómico, etc.

El éxito de esta comunidad se centra en el alojamiento turístico y la degustación gastronómica, al igual que otros tipos de turismo que aquí se desarrollan. En cuanto al alojamiento turístico, destacan los alojamientos rurales que son una gran opción para aquellos turistas que son amantes al turismo rural y natural. Asimismo, la gastronomía se caracteriza por la utilización de pescados y mariscos frescos que se extraen de sus costas, contando con uno de los platos reconocidos a nivel mundial, que es la Paella valenciana. Siendo esta una ventaja competitiva ante otros destinos y logrando potenciar la riqueza de las comunidades rurales,

favoreciendo a que los habitantes de la comunidad tengan mayores posibilidades de generar ingresos, lo que da paso al desarrollo turístico sostenible y fortalecimiento económico de estas zonas. (Muedra, 2019)

Caso De Estudio Argentina

El turismo rural en Argentina es considerado una modalidad que tiene lugar en zonas no urbanas, donde se permite al turista conocer de forma directa la vida en el campo y aprender sobre tradiciones y costumbres propias de las comunidades. En estos espacios se abordan diversas actividades recreativas como aprender técnicas agrícolas, realizar excursiones, trekking y fotografía. Con el fin de fortalecer el nivel de sostenibilidad ambiental y viabilidad económica considerándolo como motor de crecimiento local.

La Asociación Sabores de la Patagonia Cálida realizada en la provincia de Río Negro se crea en el año 2006, se encuentra integrada principalmente por productores de alimentos locales de la zona noreste de la Patagonia, la misma cuenta con el apoyo del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria), organismo que busca fortalecer el trabajo grupal de los emprendedores.

El Proyecto da a conocer rutas alimentarias donde 8 microempresas trabajan para el programa Saborea Río Negro, las mismas que se enfocan en dos acciones:

- Crear una red que unifique a todos los socios de establecimientos, donde se ofrezca un circuito turístico productivo y gastronómico, siendo el público el principal visitante de estos establecimientos.
- Comercialización de los productos locales, a través de, una caja de madera rústica, la cual contiene un set de degustación y folletos de los establecimientos dedicados al agroturismo.

Mediante este programa se evidencia un resultado de éxito, puesto que los productores destacan la integración de la vida rural posibilitando una consolidación de una identidad local que diversifica los ingresos y las actividades. Además de crear nichos de mercado para la comercialización de los productos locales y como apoyo el lanzamiento de un sitio web institucional donde se da a conocer las actividades de la Asociación. (Roman, 2009)

El siguiente caso de éxito que destaca en el territorio argentino es el desarrollo de la Ruta Gastronómica de Chubut "Corazón de la Patagonia" la cual muestra la gran diversidad encontrada en la zona, donde los habitantes han planteado una ruta con siete lugares primordiales a visitar, acerca de su cocina nacional y sus huertas orgánicas, a la vez la variedad de su materia prima y calidad de la misma, en donde destaca los productos del mar, las carnes gourmet, lácteos, cervezas, vinos artesanales, entre otros.

En esta ruta se invita a conocer la marca como provincia enfocada en las distintas etnias, además, de la vida de personajes relacionados con la cocina, la producción local y turismo, con el fin de disfrutar de las fiestas y eventos gastronómicos tales como ferias en las cuales se demuestra el potencial de los productos de la zona.

Dentro de la ruta gastronómica, se contempla en primer lugar el Camino de Puerto Madryn y Península Valdés, lugar donde se propone degustar el asado de cordero patagónico y productos del mar tales como mariscos y pescados. Otra de las opciones que se contempla en la ruta es el Camino de los Galeses el cual permite recorrer diferentes Casas de Té, donde se puede probar la reconocida torta negra galesa y productos locales ahumados como el queso de leche de oveja acompañado de miel.

El siguiente punto a destacar es el Camino del Mar a la Cordillera dado que en este lugar es famoso el sándwich de jamón crudo de los altares y los asados tanto de chivo como de

cordero. Es así que casi finalizando la ruta se llega al Camino de los Alerces y pueblos que honran sus ríos, los cuales son reconocidos por su chocolate artesanal, hongos de ciprés, trucha y salmón del Pacífico. Concluyendo la ruta se da el Camino de la Comarca Andina, zona conocida por ser los mejores asados de carne vacuna, rutas de cerveza y la bodega más austral del mundo. (Sorba, 2011)

Caso De Estudio Perú

La feria gastronómica Perú, Mucho Gusto, fue fundada en 2008 por Gastón Acurio, un reconocido chef peruano y embajador de la gastronomía peruana.

A partir del 2009 ya se la nombra Mistura siendo un evento reconocido a nivel internacional, dando así realce al boom gastronómico. Esta feria vinculada al proceso de apreciación de la identidad nacional, ha producido varios beneficios para Perú, como el retorno de la paz y equilibrio social, el crecimiento económico, mejores vías e infraestructura, y la presencia de una comunidad de chefs y amantes de la gastronomía peruana.

Además de los productos que se exponen en la feria se realizan concursos y premiaciones, a través de, las distintas delegaciones de cocineros internacionales y expositores, teniendo como reconocimientos; mejor cocinero joven, mejor panadero, mejor pastelero joven, el interescuelas, entre otros. (APEGA, 2013)

Otro caso de éxito es la Ciudad Blanca de Arequipa, posee una de las cocinas más variadas y sabrosas del Perú, prueba de ello son sus picanterías, esta deliciosa gastronomía nace de la tradición de su pueblo que es heredada de generación en generación, hasta convertirse en la comida más importante del país. Además, este lugar es reconocido por su arquitectura colonial, paisajes hermosos e imponentes volcanes.

Cabe mencionar que el progreso y evolución de estos establecimientos, dio como resultado la independencia económica de la mujer, siendo ellas las que sacarían adelante a sus familias. (Díaz, 2022)

Caso De Estudio Ecuador

El Salinerito ubicado en la parroquia rural de Salinas de Guaranda, es un claro ejemplo de economía solidaria y turismo sostenible. Inició en 1970 con la aplicación del cooperativismo como la forma efectiva y democrática de enfrentar la pobreza y marginación, es así que crean la cooperativa de ahorro y crédito para que el dinero que se obtenía se quede en la zona, ya que, su primer objetivo fue comprar las tierras de las minas de sal donde trabajaban y no eran dueños. Para 1975, se impulsa el proyecto Suizo Queserías Rurales instruyendo a los pobladores en técnicas de elaboración de quesos maduros y semimaduros, para así comenzar con su emprendimiento propio. Cabe destacar que dentro de sus estrategias empresariales se encuentra el manejo de una economía solidaria, donde el 60% de los excedentes son reinvertidos y el 40% genera valor a los miembros de la comunidad, además, el 65 % de sus ingresos se quedan dentro de Salinas. (Ekos, 2017)

Además, con respecto a su gestión turística podemos destacar que cuentan con una oferta variada para turistas nacionales y extranjeros, donde el visitante podrá conocer las fábricas comunitarias que elaboran, quesos, chocolates, turrone, embutidos y textiles. Al igual, de realizar caminatas por las minas de sal principal atractivo de la parroquia rural, los farallones entre otros. (Gruppo Salinas, 2022)

Figura 2

Miembros de la Corporación Gruppo Salinas



Nota. Adaptado de *Miembros de la Corporación Gruppo Salinas*, por Gruppo Salinas, 2022.

Otro caso de éxito es el Festival Gastronómico Raíces, creado en el año 2004 en la ciudad de Guayaquil, donde se realizó la primera edición del evento que tenía como objetivo dar a conocer el trabajo que se realizaba en las huecas de Guayaquil, actualmente se encuentran en la 9na feria, la misma que se ha distinguido por su particular sabor, lo cual ha permitido a los emprendimientos ser partícipes de concursos donde seleccionan al mejor plato típico. Además, al ser microempresas se les ha permitido situar 70 huecas como sitios gastronómicos, a través de financiación pública y gestión de certificaciones de calidad, con el fin de ofrecer un servicio óptimo tanto para los pobladores y turistas. (Muñoz , Uribe, Pérez, & Ríos, 2017)

Esto ha generado un impacto positivo hacia el destino y los prestadores de servicios, puesto que ha incrementado el valor simbólico de los platos tradicionales como son el seco de

pollo, la guatita o el caldo de bola. En los siguientes años han financiado la mejora de sus instalaciones con la finalidad de convertirlos en referentes gastronómicos para los turistas que visitan la Perla del Pacífico y, lógicamente, para la propia comunidad local. Cabe destacar que este evento tiene como objetivo dar a conocer los platos típicos, las formas de preparación, los dulces tradicionales y los alimentos autóctonos del Ecuador.

Figura 3

Plano de Feria Raíces 2022



Nota. Tomado de Feria Raíces Ecuador, 2022.

Resumen Matriz Casos De Estudio

Tabla 1

Matriz de casos de estudio

Caso de estudio	Sustentabilidad	Competitividad del destino rural	Desarrollo local
<p data-bbox="296 651 407 683">España</p> 	<p data-bbox="709 651 1129 1138">Las empresas han comenzado a asumir un papel central en la implementación del desarrollo sostenible y la agenda 2030, integrando el desarrollo sostenible en sus estrategias comerciales y convirtiendo los desafíos en nuevas oportunidades de negocio.</p>	<p data-bbox="1157 651 1520 829">Destino consolidado en relación a los productos, destinos y servicios que este ofrece.</p>	<p data-bbox="1549 651 1871 1032">Facilidades de realización de las constantes ferias gastronómicas, fuerte promoción, cohesión, apoyo y unión por parte de la comunidad para la ejecución de las mismas</p>

Caso de estudio	Sustentabilidad	Competitividad del destino rural	Desarrollo local
Argentina 	<p>Se crea una red unificada de establecimientos gastronómicos los cuales mediante el desarrollo local manejan la comercialización de los productos locales.</p>	<p>Refuerza la integración de la vida rural. Cuenta con un sitio web institucional con las actividades a realizarse.</p>	<p>Participación de productores de alimentos locales de la Patagonia. Tiene una identidad local definida.</p>
Perú. 	<p>Mediante las ferias gastronómicas, el crecimiento sostenible en Perú contribuye a la transformación de la sociedad, además aporta optimismo, inspiración y orgullo a sus pobladores.</p>	<p>El turismo rural o comunitario se enfoca en preservar la cultura y tradiciones de los pueblos originarios del Perú. Mediante el apoyo de Asociaciones, con los cuales se pretende generar fuentes de empleo y así mejorar la distribución de sus riquezas</p>	<p>Se fomenta la alianza cocinero campesino y se busca promover el consumo de los productos autóctonos de la zona, además, de preservar la agro biodiversidad y superar la pobreza de las zonas más vulnerables del Perú.</p>

Caso de estudio	Sustentabilidad	Competitividad del destino rural	Desarrollo local
 <p data-bbox="296 688 422 717">Ecuador</p>	<p data-bbox="709 362 1129 643">Mediante la autogestión y el desarrollo de una economía popular y solidaria, que permite cubrir necesidades y generar ingresos en los sectores más vulnerables.</p>	<p data-bbox="1157 362 1503 943">Es un destino rural competitivo, ya que, se caracteriza por ser un sólido circuito productivo, donde ofrecen diversidad de actividades comunitarias, así como su fábrica de lácteos reconocida por ser la primera y más exitosa empresa agroindustrial rural.</p>	<p data-bbox="1549 362 1881 794">Han fortalecido el desarrollo comunitario, por medio del manejo de una economía solidaria y la planificación de proyectos comunitarios que brindan una mejor calidad de vida a sus pobladores.</p>

Caso de estudio	Sustentabilidad	Competitividad del destino rural	Desarrollo local
 <p data-bbox="296 646 422 675">Ecuador</p>	<p data-bbox="709 362 1129 740">Se dan, a través de un manejo eficiente de sus recursos turísticos gastronómicos, el desarrollo local, la consolidación de establecimientos gastronómicos de calidad y huecas certificadas.</p>	<p data-bbox="1157 362 1520 837">Refuerza la identidad cultural y promueve el desarrollo de emprendimientos pequeños como son las huecas, además cuenta con un portal web oficial que ayuda a su difusión y comercialización del evento.</p>	<p data-bbox="1549 362 1898 789">La comunidad participa en el desarrollo y promoción de la feria junto con el apoyo de entes gubernamentales, cada año ayudan con financiamiento y la inclusión de más emprendimientos.</p>

Marco Conceptual

1. *Atractivos*

Son espacios interesantes y adaptados para generar que los turistas tengan un mayor interés. Además, hay varias atracciones que se ajustan a los distintos perfiles turísticos. (Ceupe Turismo, 2021)

2. *Comunidad*

Es un grupo de personas que tienen en común varias características y objetivos, como, por ejemplo: la extensión en la que viven, valores, idioma o creencias y las tareas. (Cocepto , 2015)

3. *Conservación*

Es el hecho de mantener, proteger o resguardar las costumbres, tradiciones y saberes ancestrales, para que perduren en el tiempo. (Pérez & Merino, 2021)

4. *Demanda Turística*

Es el grupo de clientes potenciales en adquirir un bien o servicio turístico con el fin de satisfacer sus necesidades de ocio y recreación. (Socatelli, 2013)

5. *Desarrollo*

Es el proceso en el que una sociedad progresa y de la misma forma crece en los medios económicos, culturales, sociales y de política. Su inclinación principal es al punto económico con la creación de bienes y servicios. (Pérez J. , 2015)

6. *Desarrollo Sostenible*

Hace referencia a que se tiene la capacidad de utilizar los recursos de tal manera que se cubran las necesidades de una sociedad, sin que esté comprometida o agotada para las siguientes generaciones. (Ivette, 2020)

7. *Destino*

Es un espacio geográfico situado en un lugar lejano, el cual cuenta con una gran afluencia de turistas, rodeado de atractivos, permitiendo a su vez la apreciación por parte del mercado. (Ucha, 2010)

8. *Gastronomía*

Es el arte y la ciencia de transformar los alimentos en exquisitos platillos a través de diferentes técnicas de cocción, que son parte de tradiciones que conforman la cultura de un lugar. (Sánchez, 2022)

9. *Innovación*

Es un movimiento referente a lo nuevo, lo descubierto o lo antes no realizado, está relacionado con el desarrollo, nuevos procedimientos y métodos, partiendo de conocimientos previos, con el motivo de mejoría de algo que ya es existente. (Significados, 2013)

10. *Potencialización*

Es el ejercicio de impulsar o dar realce a un proyecto por medio de estrategias que sirvan de ayuda para lograr los objetivos establecidos.

11. Producto

Es el motivo a ofertar por parte de una entidad, buscando un beneficio económico o no, y se encuentra expuesta dentro de un mercado en el cual será consumido por un consumidor. (Thompson, 2005)

12. Recurso

Son elementos que tienen el potencial de convertirse en un lugar turístico, sin embargo, no cuentan con las facilidades necesarias, es decir no se ha desarrollado proyectos que permitan a este convertirse en un producto. (Entorno Turístico, 2016)

13. Servicio

Son actividades no tangibles de una entidad que tienen el fin de cumplir un objetivo con el cliente, es decir satisfacer, mejorar la experiencia o facilitar las necesidades del usuario. (Editorial Etecé, 2021)

14. Sostenibilidad

Es la capacidad de satisfacer a una sociedad y sus necesidades, sin comprometer los recursos de las futuras generaciones, de tal manera que se asegure que van a estar equilibrados y garantizado su uso a través del tiempo. (Acciona, 2020)

15. Zona rural

Son consideradas las zonas alejadas de las grandes urbes y que precisan de las actividades económicas del sistema de producción agraria, contando con una densidad poblacional menor, pero con un área geográfica mayor. (Lugo, s.f.)

Planteamiento Del Problema

Contextualización Del Problema

El Distrito Zonal de Los Chillos, es una región con tierras cálidas ubicada en la parte suroriental de la ciudad de Quito, compuesta por las parroquias rurales de Alangasí, Píntag, Guangopolo, La Merced, Conocoto y Amaguaña, todas estas parroquias se encuentran limitadas por el cantón Rumiñahui que históricamente ha sido denominado como el "Granero de Quito", título que adquirió por la producción del afamado "maíz de chillo" (de grano grande y amarillo), siendo esta actividad económica hasta la actualidad una competencia directa con respecto al turismo y lo que conlleva.

Los paisajes naturales y la poca intervención urbanística sobresalen en cada una de las parroquias, al igual que la gastronomía, sin embargo, carece de un desarrollo turístico sostenible destacable dentro de todas las parroquias rurales pertenecientes a la Administración Zonal de Los Chillos. La deficiente planificación que manejan las parroquias significa un reto para el desarrollo de la actividad turística, sin embargo, la gastronomía puede ser considerada una herramienta que fomente la visita de estas zonas, permitiendo al turista vivir una experiencia inigualable al identificar y degustar la gastronomía del sector.

Pregunta

¿Cómo se puede desarrollar el turismo sostenible en base al empoderamiento de los pueblos rurales a través de ferias gastronómicas?

Objetivo General

Potencializar el desarrollo Turístico sostenible de las Parroquias Rurales de la Administración Zonal Los Chillos en base al diseño de una feria gastronómica.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación de atraktividad turística en base al análisis del macro y microentorno de la gastronomía de las parroquias Rurales de la Administración Zonal Los Chillos.
- Aplicar la metodología de la investigación, a través de, métodos, población, muestra, encuestas, entrevista e interpretación de resultados con el fin de obtener información precisa sobre el desarrollo, potencialidad y apertura que se puede tener al aplicar la propuesta.
- Diseñar la estructura de una feria gastronómica y su difusión, a través, de redes digitales con enfoque sostenible en las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos.

Determinación De Variables

Tabla 2

Determinación de Variables

Objetivos Específicos	Variable	Tipo	Dimensión	Indicadores	Ítems	Fuentes
Diagnosticar la situación de atractividad turística en base al análisis del macro y microentorno de la gastronomía de las parroquias Rurales de la Administración Zonal Los Chillos.	Desarrollo Turístico Parroquias Rurales de la Administración Zonal Los Chillos	Dependiente - Independiente	Social – Económica - Ambiental	Oferta gastronómica Identidad gastronómica Eventos	Numero de emprendimientos gastronómicos Identidad, riqueza y diversificación de la gastronomía Numero de ferias realizadas, programadas al año.	GAD parroquial rural de Alangasí, Amaguaña, Conocoto, Guangopolo, La Merced y Píntag.

Objetivos Específicos	Variable	Tipo	Dimensión	Indicadores	Ítems	Fuentes
Aplicar la metodología de la investigación, a través de, métodos, población, muestra, encuestas, entrevista e interpretación de resultados con el fin de obtener información precisa sobre el desarrollo, potencialidad y apertura que se puede tener al aplicar la propuesta.	Desarrollo Turístico Parroquias Rurales de la Administración Zonal Los Chillos	Dependiente - Independiente	Social – Económica - Ambiental	Estudio de campo	Encuestas Entrevistas Población y muestra	Estudio de campo

Objetivos Específicos	Variable	Tipo	Dimensión	Indicadores	Ítems	Fuentes
Diseñar la estructura de una feria gastronómica y su difusión, a través, de redes digitales con enfoque sostenible en las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos.	Desarrollo Turístico Parroquias Rurales de la Administración Zonal Los Chillos	Dependiente - Independiente	Social – Económica - Ambiental	Estructura organizacional de ferias Marketing promocional Practicas sostenibles	Diseño de ferias gastronómicas Difusión, promoción, mercadeo a través de medios digitales Implementación de buenas prácticas	Propia

Capítulo II

Metodología De La Investigación

Esta investigación se basa en la metodología descriptiva, cuantitativa y cualitativa. Estos enfoques de investigación ayudaran a obtener información sobre las ferias gastronómicas realizadas en la Administración Zonal Los Chillos, y a la vez recopilar información acerca de: población, riqueza gastronómica y principales atractivos turísticos, al igual que datos estadísticos que ayuden a la realización de los objetivos.

Metodología Descriptiva

Por medio de esta metodología se detallará el comportamiento de la población y sus características, recopilando datos mediante el análisis vivencial, que permitirá evidenciar su gastronomía desde su producción, preparación y consumo, información que será relevante al momento de llevar a cabo una feria gastronómica.

Metodología Cuantitativa

Este método se enfoca en la recolección de datos que sean medibles y calculables, partiendo de toma de muestras a través de, encuestas, las cuales servirán como base para un análisis de variables que se pueden representar de manera gráfica donde se facilite su comprensión.

Metodología Cualitativa

Con esta metodología se observará el punto de vista de los participantes dentro de una feria gastronómica, para así analizar el producto, él porque es importante y las variables no medibles que llevan al consumidor y productor a ser partícipe de estos eventos.

Instrumentos De Recolección

- Entrevista es un instrumento de recolección de información que se realiza a manera de conversación con la finalidad de discutir un tema y recolectar la mayor información posible. (Pérez Porto & Gardey, 25)
- La encuesta es una herramienta de recolección de datos dirigida a un segmento específico de personas, que se basa en la utilización de preguntas concisas previamente analizadas con el fin de reflejar información de aprovechamiento para el estudio. (Editorial Etecé, 2021)

Muestra

Para calcular la muestra, se ha tomado como base el número de habitantes de la Administración Zonal Los Chillos, teniendo en cuenta las seis parroquias rurales que lo integran; Alangasí, Amaguaña, Conocoto, Guangopolo, La Merced y Píntag. Estos datos se encuentran en el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), y serán de utilidad para el cálculo del tamaño de la muestra mediante la siguiente formula:

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

Donde:

n = Tamaño de muestra =?

Z = Nivel de confianza =1,96

N = Población total = 166 812

P= Probabilidad a favor = 50%

Q = Probabilidad en contra = 50%

e = Error de estimación = 5%

Reemplazando los datos obtenemos:

$$n = \frac{166\,812 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (166\,812 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{160206.24}{417.98}$$

$$n = 383$$

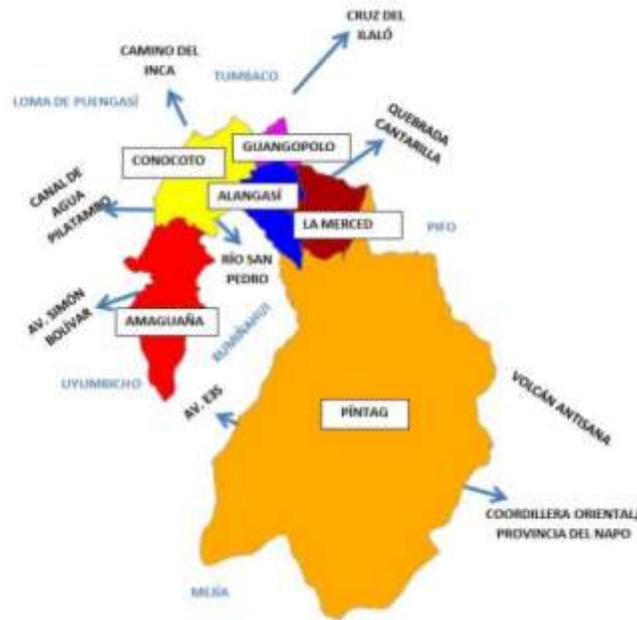
La cifra obtenida una vez reemplazada la formula será la muestra, es decir 383 personas serán encuestadas teniendo en cuenta la población de 166 812, de esta forma se estructurará y promocionará de mejor manera las ferias gastronómicas ya planificadas y realizadas.

Macroambiente

Mapa del Distrito Zonal Los Chillos

Figura 4

Ubicación Geográfica de la Administración Zonal Los Chillos



Nota. Municipio de Quito. (2019). Proceso de rendición de Cuentas 2019.

Factor Geográfico

La Administración Zonal Los Chillos se encuentra localizada en la zona sur oriental de la ciudad de Quito, sobre la cuenca hidrográfica de Guayllabamba a 2500 msnm, cuenta con una superficie de 66.938 hectáreas y una población de 166.812 habitantes. Se encuentra constituida por seis parroquias rurales: Alangasí, Amaguaña, Conocoto, Guangopolo, La Merced y Píntag. (GAD Parroquial La Merced, 2015)

La Administración Zonal Los Chillos limita al norte con la Administración Zonal de Tumbaco, al sur con el cantón Mejía, al este con la Administración Zonal Quitumbe y Eloy Alfaro, y al oeste limita con la Provincia del Napo.

Factor Demográfico

En base a los datos del censo “INEC” 2010, la Administración Zonal Los Chillos cuenta con una población aproximada de 166.812 habitantes, distribuyendo el total de la población para las seis parroquias que lo conforman se obtiene lo siguiente, la parroquia de Alangasí con 24.251 habitantes, Amaguaña con 31.106 habitantes, Conocoto con 82.072 habitantes. Guangopolo con 3.059 habitantes, La Merced con 8.394 habitantes y Píntag con 17.930 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2010).

Tabla 3

Población de las parroquias rurales AZCH.

POBLACIÓN SEGÚN CENSOS					
PARROQUIA	1974	1982	1990	2001	2010
ALANGASÍ	4.878	7.530	11.064	17.322	24.251
AMAGUAÑA	12.066	16.472	16.779	23.584	31.106
CONOCOTO	11.960	19.884	29.164	53.137	82.072
GUANGOPOLO	1.27	1.622	1.670	2.284	3.059
PÍNTAG	7.483	9.335	11.484	14.487	17.930
LA MERCED	2.470	3.431	3.733	5.744	8.394

Factor Político Legal

La República de Ecuador es un país que se fundamenta en una democracia representativa constitucionalmente establecida, la Constitución Política de la República y sus reformas como, Norma Jurídica Suprema secciona sus poderes públicos en judicial, electoral, legislativo, ejecutivo y transparencia y control social. (Chuquimarca, 2013)

La Constitución decreta que el estado ecuatoriano se ordena en cinco niveles de gobierno, el gobierno central y cuatro gobiernos autónomos descentralizados: regiones, provincias, municipios y parroquias rurales. Dentro de las funciones de cada GAD se encuentran competencias de índole político, administrativo y financiero.

Asimismo, la norma suprema del Ecuador establece sistemas de gobernanzas particulares como: el consejo de gobierno de la provincia de Galápagos; las circunscripciones territoriales de pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias y los distritos metropolitanos. (Aguirre, 2008)

La ciudad de Quito pertenece al régimen especial de distrito metropolitano desde 1993 por sus particularidades demográficas y políticas, desde aquel momento adquirió nuevas competencias y para un mejor desarrollo se dividió en ocho administraciones zonales: La Delicia, Calderón, Norte Eugenio Espejo, Centro Manuela Sáenz, Eloy Alfaro, Quitumbe, Tumbaco y Los Chillos. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2012)

La gestión de la Administración Zonal Los Chillos es diversa y compleja dada a la irregularidad del territorio, entre barrios y zonas urbanizadas y barrios rurales. (GAD Parroquial La Merced, 2015)

Factor Ecológico

El Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) es una zona diversa puesto que abarca una gama amplia de ecosistemas que contiene numerosas especies de animales y plantas silvestres.

En este territorio se asientan el mayor número de especies endémicas del Ecuador, es el hábitat de una gran variedad de especies de aves, mamíferos, anfibios y reptiles, inclusive por encima del Parque Nacional Yasuní. Aquí existen varias especies que se encuentran en peligro de extinción, así como el mamífero más grande de América del sur, el oso andino, de igual manera con la rana marsupial andina, que hace algunos años eran fáciles de hallar en los charcos y quebradas de las zonas residenciales de Quito, sin embargo, la desaparición de su hábitat ha provocado la reducción de su población en más del 50 % durante las tres últimas generaciones. (Carrera, Bustamante, & Sáenz, 2016)

Por lo cual, conservar la biodiversidad y el patrimonio natural del DMQ, que engloba toda la variedad de la vida, incluyendo tres grandes niveles: ecosistemas, especies y genes, son primordiales en el abastecimiento de bienes y servicios ambientales para beneficio de la sociedad.

A través de los servicios ecosistémicos más importantes del DMQ se encuentran la regulación y provisión de agua, el turismo y la recreación, producción alimentaria, al igual que la reproducción de energía. (Carrera, Bustamante, & Sáenz, 2016)

Factor Tecnológico

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, por medio del Plan Infocentros Comunitarios, trabaja para formar a más personas de áreas rurales a las Tecnologías de la Información y Comunicación, ya que el uso de estas ayudará al proceso de

desarrollo económico y social. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2015)

La Administración Zonal Los Chillos cuenta con Infocentros comunitarios los cuales permiten a los habitantes tener internet al alcance de sus manos. Estos espacios tecnológicos ofrecen capacitación digital a la población, apoyo a la producción, actividades de promoción de la comunidad y telefonía pública. Además, se disminuye la incapacidad que tienen muchos de acceder a las TIC y se incentiva a la procreación de emprendimientos, que produzcan ingresos para las personas locales, a través del uso dinámico de las TIC, contribuyendo al progreso de todas las parroquias. (Comunicación Social R.T., 2013)

Factor Económico

Dentro de la población de las parroquias de la Administración Zonal Los Chillos se evidencia un fuerte posicionamiento de microempresas, debido a que un gran porcentaje de la población que cuenta con un trabajo es dentro de este tipo de empresas, siendo relevante de igual manera el tipo de actividades que realizan como son el comercio al por menor, no obstante, dentro de sus actividades económicas también resaltan el tema de enseñanza, el servicio de alimentos y bebidas y la atención en salud humana.

De igual forma por mencionar otras ramas en cuanto a actividades económicas se refiere dentro de las parroquias es la industria de la construcción aunque el servicio no se ofrece netamente en el sector sino en la ciudad de Quito es un método de ingreso económico para la población, además de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, incluyendo el tema de la industria manufacturera haciendo alusión principalmente a trabajos textiles, la reparación de vehículos o los trabajos artesanales en madera. (GAD Parroquial La Merced, 2015)

Microambiente

Figura 5

Microambiente Alangasí

Parroquia	Referenciación	Comunidad Receptora	Facilidades Turísticas	
<p style="text-align: center;">Alangasí</p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Instituto Espacial Ecuatoriano, Mapa Base Alangasí</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Superficie: cuenta con una superficie de 29.43 Km², con una altitud de 2.613 msnm. Límites: con las parroquias de Guangopolo, Tumbaco, Píntag, la Merced, Conocoto, y con Municipio de Rumiñahui. Clima: Templado, su temperatura oscila entre los 14.6°C y 16.7°C (GAD Parroquial Alangasí, 2015) 	<p>Esta parroquia ha sido históricamente conocida como un pueblo productor ganadero y sobre todo agrícola, dentro de sus principales productos encontramos maíz, hortalizas, cereales, ganado vacuno, cuenta con aproximadamente con 30.126 habitantes, y al menos 448 personas trabajan o están relacionadas con el sector turístico. (GAD Parroquial Alangasí, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Servicios básicos: Agua potable, luz, alcantarillado, internet. Conexión con la vía E-35 y Autopista Gral. Rumiñahui. Transporte desde el Playón de la Marín: Cooperativa Termas Turis, Cooperativa de Taxis Alangasí, Cooperativa de Busetas Huiracchuro. Restaurantes: Horno de leña, Tres Pintas, Mercado de Alangasí, Plaza Gastronómica El Tingo. Alojamiento: Hostería Carolina, Quinta "La Candelaria", Quinta la Merced". 	
	Atractivos	Plato Típico	Manifestaciones Culturales	
<p>Parque central</p>  <p>Volcán Ilaló</p> 	<p>Iglesia de Alangasí</p>  <p>Complejo El Tingo</p> 	<p>Hornado</p>  <p>Mixto de la abuela</p> 	<p>Cafe de haba</p>  <p>Fritada</p> 	<p>Corpus Cristi (8 de junio) (después del 29 de junio)</p>  <p>Fiestas San Pedro (24 de julio)</p>  <p>Fiestas Virgen de La Merced (24 de septiembre)</p> 

Figura 7

Microambiente Conocoto

Parroquia	Referenciación	Comunidad Receptora	Facilidades Turísticas	
<p style="text-align: center;">Conocoto</p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: GADPP - DGPLA - MAPA BASE Parroquia Conocoto</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Superficie: aproximadamente de 51.48 km², su punto más elevado es 3.175 msnm y el más bajo está a 2.390 msnm • Límites: al Norte con la ciudad de Quito y Cumbayá, al Sur con Amaguaña y el cantón Rumiñahui, al Este con Guangopolo y Alangasí. • Clima: cálido, la temperatura oscila entre los 8° y los 27° <p>(GAD Parroquial Conocoto, 2015)</p>	<p>La población de Conocoto al 2010 era de 82.072 habitantes, su principal actividad económica se desarrolla en el centro de la Parroquia y en los barrios, en el cual se puede observar el desenvolvimiento del comercio y la microempresa, un ejemplo de esto es: restaurantes, micro mercado, tiendas, bares, karaokes, estaciones de servicio, etc.</p> <p>(GAD Parroquial Conocoto, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios Básicos: agua, luz, alcantarillado, internet. • Vía de acceso directo a la autopista Gral. Rumiñahui • Transporte desde el playón de la Marín: Coop. Transportes "Amaguaña", Libertadores del Valle S.A., Azblan S.A. • Taxi Conocoto S.A. • Restaurantes: La Esquina del sabor, Mercado Central, Parque Central. • Hospedaje: Hostería Quinta Paraíso y Hostería "Los Chillos". 	
Atractivos		Plato Típico		Manifestaciones Culturales
<p>Iglesia de San Pedro "La Moya"</p>  		<p>Hornado Caldo de gallina</p>  		<p>Toma de la Plaza (29 de junio) Semana Santa (domingo 2 de abril)</p>  
		<p>Mondongo de Res</p> 		<p>Homenaje a la puerta del cielo (1 y 2 de noviembre)</p> 

Figura 8

Microambiente Guangopolo

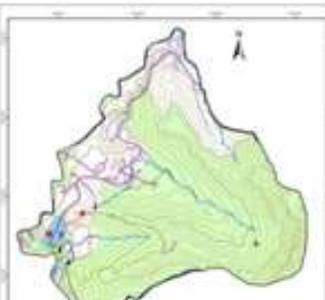
Parroquia	Referenciación	Comunidad Receptora	Facilidades Turísticas																
<p style="text-align: center;">Guangopolo</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Superficie: aproximada es 29.95 Km² con una altitud promedio de 2.400 m.s.n.m. • Límites: al norte con Cumbayá y Tumbaco, al sur con Conocoto y Alangasí, al este con Tumbaco y Alangasí y al oeste con el DMQ. • Clima: húmedo y una temperatura anual promedio de 18 °C. 	<p>La población de la parroquia de Guangopolo cuenta con 3.059 habitantes (1.528 hombres y 1.531 mujeres) de acuerdo a los datos obtenidos en el CENSO del 2010. Según Hernández y Vásquez (2015) en la parroquia el 51.95% de la población económica activa (PEA) se encuentra trabajando en el sector terciario (comercio y servicios), el 40.49% en el sector secundario (industrias), y el 7.56% se dedica al sector primario (agricultura).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios básicos: Agua, luz, alcantarillado. • Accesibilidad: la vía Sebastián de Benalcázar y la vía Intervalles. • Transporte: No existe transporte público, dispone del servicio de camionetas y taxis. • Restaurantes: Parrilladas al paso 2, Ruku Itailó-Fast Food & Grill, Fast Food Campo Azul. <p>(Gobierno de Pichincha & GAD Parroquial de Guangopolo, 2012)</p>																
<p>Fuente: CONDET</p>	<p style="text-align: center;">Atractivos</p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="567 958 798 982">I. Santísima Trinidad</td> <td data-bbox="819 958 1008 982">Parque Central</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td data-bbox="567 1144 798 1169">Piscina San Luis</td> <td data-bbox="819 1144 1008 1169">Cedacero</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </table>	I. Santísima Trinidad	Parque Central			Piscina San Luis	Cedacero			<p style="text-align: center;">Plato Típico</p> <p style="text-align: center;">Habas Calpo con pescado</p>  <p style="text-align: center;">Parrilladas</p> 	<p style="text-align: center;">Manifestaciones Culturales</p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="1480 958 1627 1015">Corpus Cristi (junio)</td> <td data-bbox="1638 958 1858 1015">Parroquialización (11 de noviembre)</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1470 1169 1858 1226">Fiestas del Cedazo y de la cometa (marzo/abril)</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="1575 1226 1711 1323"></td> </tr> </table>	Corpus Cristi (junio)	Parroquialización (11 de noviembre)			Fiestas del Cedazo y de la cometa (marzo/abril)			
I. Santísima Trinidad	Parque Central																		
																			
Piscina San Luis	Cedacero																		
																			
Corpus Cristi (junio)	Parroquialización (11 de noviembre)																		
																			
Fiestas del Cedazo y de la cometa (marzo/abril)																			
																			

Figura 9

Microambiente La Merced

Parroquia	Referenciación	Comunidad Receptora	Facilidades Turísticas		
<p style="text-align: center;">La Merced</p>  <p>Fuente: GADPP - DGPLA - Elaboración: ETP-GADPP</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Superficie: aproximadamente 31.78 km² y su altitud es de 2.598 msnm • Límites: al Norte con Tumbaco, al Sur y Oeste con Alangasí y al Este con la Píntag. <p>Clima: cuenta con un clima templado con una temperatura promedio anual de 18°C</p>	<p>La parroquia de la Merced cuenta con 8.394 habitantes, de los cuales 4.272 son mujeres (50.89%) y 4.122 (49.11%) son hombres. Sin embargo, la parroquia presenta como principal problemática la deficiente integración de los habitantes, evidenciando una escasa participación y organización social, teniendo que intervenir entidades institucionalizadas con el fin de fortalecer a los actores sociales de la parroquia (GAD Parroquial La Merced, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios básicos: luz eléctrica, alcantarillado, agua potable y desechos sólidos. • La red vial que conecta a la parroquia se da principalmente a través de la vía Ilaló, con una longitud de 4 km y un ancho de 20 m. • Transporte: Termas Turis, rutas: La Merced - San Rafael - Quito y Quito - La Marín - La Católica - La Merced - Tumbaco • Restaurantes: Salivando Restobar, Rincón del Moncho 		
Atractivos					
P. Central de La Merced	Termas La Merced	Mashcasango	Hornado	V. de La Merced (24 de septiembre)	Parroquialización (4 de mayo)
					
Ilaló	Ferias gastronómicas	Locro de cuy	Chicha de jora	Corpus Christi (21 de junio)	Semana Santa (abril)
					
Plato Típico				Manifestaciones Culturales	

Figura 10

Microambiente Píntag

Parroquia	Referenciación	Comunidad Receptora	Facilidades Turísticas														
<p style="text-align: center;">Píntag</p>  <p>Fuente: DMQ, 2019 - INEC, 2012.- Elaboración: David Vizúete</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Superficie: 490.14 km², con una altura que va desde los 2400 a 4500 m.s.n.m. • Límites: al norte con Tumbaco, La Merced, Alangasí y Pifo, al sur con el cantón Mejía, al este con la provincia del Napo y al oeste con el cantón Mejía y Rumiñahui. • Clima: templado en la parte occidental. <p>(Gobierno de Pichincha & GAD Parroquial de Píntag, 2012)</p>	<p>Las actividades económicas predominantes en Píntag son la minería, agricultura y la ganadería especialmente de ganado bravo. Las zonas donde existen cuerpos de agua naturales se dedican a la cría de truchas, estas mismas zonas se explotan con fines turísticos. También, se la conoce por ser cuna de hábiles talabarteros que crean monturas de caballo y zamarros; de igual manera se crean tambores, pingullos y redoblantes. Cuenta con 17.930 habitantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios Básicos: Agua, luz, alcantarillado, telefonía móvil. • Conexión Vial: E35. • Transporte: Cooperativa General Píntag y Expreso Antisana (Playón Marín). • Hosterías: Ponderosa, Puerta del Cielo, Guaytara, San Isidro y Centro Turístico Isla del Amor. <p>(Gobierno de Pichincha & GAD Parroquial de Píntag, 2012)</p>														
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <th data-bbox="758 854 873 876" style="width: 25%;">Atractivos</th> <th data-bbox="1209 854 1346 876" style="width: 25%;">Plato Típico</th> <th data-bbox="1549 854 1850 876" style="width: 50%;">Manifestaciones Culturales</th> </tr> <tr> <td data-bbox="604 881 1024 1198"> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">Parque Central </td> <td style="text-align: center;">Volcán Antisana </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Laguna Secas </td> <td style="text-align: center;">Laguna de Muertepungo </td> </tr> </table> </td> <td data-bbox="1056 881 1482 1198"> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">Papas con zarza y cuy </td> <td style="text-align: center;">Chicha de Píntag </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Pan Carlitos </td> <td style="text-align: center;">Hornado </td> </tr> </table> </td> <td data-bbox="1524 881 1860 1237"> <p style="text-align: center;">Corpus Christi (08 de junio)</p>  <p style="text-align: center;">Parroquialización (29 de mayo)</p>  </td> </tr> </table>				Atractivos	Plato Típico	Manifestaciones Culturales	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">Parque Central </td> <td style="text-align: center;">Volcán Antisana </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Laguna Secas </td> <td style="text-align: center;">Laguna de Muertepungo </td> </tr> </table>	Parque Central 	Volcán Antisana 	Laguna Secas 	Laguna de Muertepungo 	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">Papas con zarza y cuy </td> <td style="text-align: center;">Chicha de Píntag </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Pan Carlitos </td> <td style="text-align: center;">Hornado </td> </tr> </table>	Papas con zarza y cuy 	Chicha de Píntag 	Pan Carlitos 	Hornado 	<p style="text-align: center;">Corpus Christi (08 de junio)</p>  <p style="text-align: center;">Parroquialización (29 de mayo)</p> 
Atractivos	Plato Típico	Manifestaciones Culturales															
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">Parque Central </td> <td style="text-align: center;">Volcán Antisana </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Laguna Secas </td> <td style="text-align: center;">Laguna de Muertepungo </td> </tr> </table>	Parque Central 	Volcán Antisana 	Laguna Secas 	Laguna de Muertepungo 	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">Papas con zarza y cuy </td> <td style="text-align: center;">Chicha de Píntag </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Pan Carlitos </td> <td style="text-align: center;">Hornado </td> </tr> </table>	Papas con zarza y cuy 	Chicha de Píntag 	Pan Carlitos 	Hornado 	<p style="text-align: center;">Corpus Christi (08 de junio)</p>  <p style="text-align: center;">Parroquialización (29 de mayo)</p> 							
Parque Central 	Volcán Antisana 																
Laguna Secas 	Laguna de Muertepungo 																
Papas con zarza y cuy 	Chicha de Píntag 																
Pan Carlitos 	Hornado 																

Marco Metodológico

Encuesta Para Visitantes

Figura 11

Encuesta para visitantes

 <p>Encuesta sobre la Potencialización gastronómica en las parroquias rurales de la AZCH</p>
<p>Objetivo: Recopilar información acerca de las Ferias Gastronómicas en la Administración Zonal Los Chillos.</p> <p>Instrucciones:</p> <ul style="list-style-type: none">- Conteste las siguientes preguntas con responsabilidad y honestidad.- Marque con una x para señalar la respuesta que considera correcta
<p>Fecha:</p>
<p>1. Procedencia:</p>

Nacional

Extranjero

2. Género:

Femenino

Masculino

3. Edad:

15 a 25 años

26 a 35 años

36 a 45 años

Más de 45 años

4. Nivel Académico:

Primaria

Secundaria

Tercer

Nivel

Cuarto Nivel

5. Ocupación:

Estudiante

Empleado Público

Emprendedor

Empleado Privado

6. De las siguientes parroquias de la Administración Zonal Los Chillos

¿Cuál conoce usted?:

Conocoto

Guangopolo

La Merced

Amaguaña

Alangasí Píntag

7. Usualmente cuando visita la o las parroquias, ¿usted lo realiza?

Solo En Pareja Con Familia Con Amigos

8. Motivación de visita:

Cultural Gastronomía Turismo de Aventura

Agroturismo

9. Al momento de visitar una parroquia en cuanto a servicios de A&B usted prefiere consumir alimentos en:

Restaurantes Ferias Mercados

10. Ha asistido a ferias gastronómicas desarrolladas dentro de la Administración Zonal Los Chillos:

Sí No

11. En el caso de haber asistido a una feria gastronómica dentro de la AZCH, ¿A través de qué medio se enteró de la misma? (Si su respuesta a la pregunta 10 fue "NO" marcar la opción NINGUNA):

Redes Sociales Páginas Web

Recomendaciones GAD Parroquial

Folletos Revistas

Ninguna

12. A través de qué medio le gustaría recibir información sobre las Ferias Gastronómicas en las parroquias de la Administración Los Chillos:

Redes Sociales Revistas

Páginas Web Televisión

Recomendaciones Agencias de Viaje

GAD Parroquial Radio

13. De acuerdo a su gusto, ¿qué tipo de comida prefiere servirse en las ferias gastronómicas?:

Tradicional/Típica Orgánica Comida Rápida

Dulces tradicionales

14. Cómo considera los precios por el servicio de alimentación en ferias gastronómicas:

Precios Bajos (\$1 - \$3)

Precios Regulares (3\$ - \$6)

Precios Altos (\$6 - \$10)

15. Dentro de las parroquias de la Administración Zonal Los Chillos, ¿Cómo considera la promoción de ferias gastronómicas?

Baja Regular Alta Inexiste

16. Según su criterio ¿Cuál es su sugerencia para que las Ferias Gastronómicas se dinamicen en las parroquias de la AZCH?

Entrevista Para Autoridades De Las Parroquias

Figura 12

Entrevista para Autoridades de las parroquias



Entrevista dirigida a las Autoridades de las parroquias rurales de la AZCH

Tema: Potencialización gastronómica en las Parroquias Rurales de la Administración Zonal Los Chillos

Objetivo: Obtener información sobre la gestión turística dentro de las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos.

Fecha:

Nombre:

Cargo:

Entrevistador:

1. ¿Cuál es su rol y las funciones que desempeña dentro de la gestión turística de la parroquia?

2. Considera que las Ferias Gastronómicas contribuyen al desarrollo sostenible de la parroquia.

3. ¿Qué tan involucradas están las autoridades de la parroquia en el desarrollo de Ferias Gastronómicas en relación al presupuesto asignado?

4. Según su criterio, ¿Qué tan importantes son las ferias gastronómicas con relación al turismo en la parroquia?

5. ¿Cree usted que las ferias gastronómicas que se desarrollan en la parroquia están bien organizadas? Sí/No ¿Por qué?

6. Considera que la gastronomía fortalece la conservación de la cultura de las parroquias.

7. ¿Cuál es la mayor dificultad que existe para desarrollar las ferias gastronómicas en la parroquia?

Análisis De Datos

Análisis De Encuestas

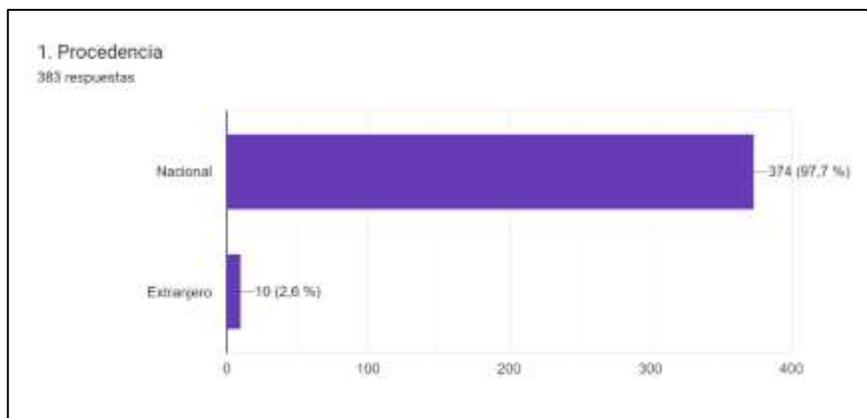
Las encuestas se realizaron a 383 personas, tomando en cuenta la población de las seis parroquias, con la finalidad de ahondar en temas gastronómicos y turísticos, las encuestas estuvieron dirigidas a pobladores y visitantes.

Resultados De La Encuesta:

1- Procedencia.

Figura 13

Procedencia de los encuestados

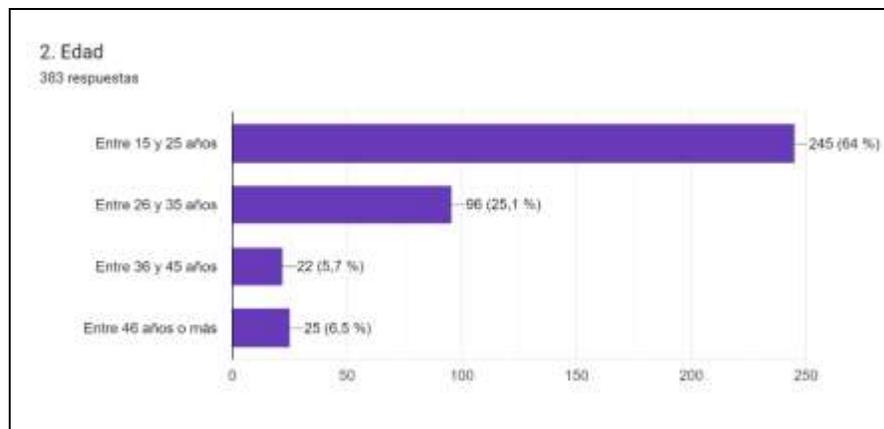


Interpretación. Los resultados muestran que el 97,7% son de procedencia nacional, y un 2,6% son extranjeros. Este primer resultado se refiere la procedencia de las personas que realizaron la encuesta, por lo tanto, estos reflejaran las opiniones y experiencias de un visitante nacional. Donde podemos concluir, que en las parroquias rurales de la AZCH es importante tomar en cuenta este tipo de turista al momento de ofertar una feria gastronómica.

2- Edad.

Figura 14

Rango de edad de los encuestados

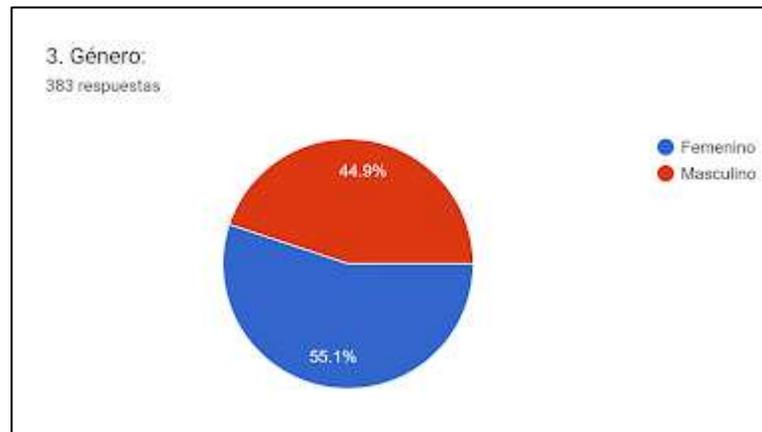


Interpretación. En esta pregunta se refleja el rango de edad de los encuestados, en donde el 64% se encuentra entre los 15 y 25 años, el 25,1% entre 26 y 35 años, discerniendo estos datos se sugiere para las parroquias tomar en cuenta el nicho de mercado joven donde se tendrá que prevalecer sus necesidades, esto implicaría diseñar estrategias que ubiquen y difundan a este segmento. Sin embargo, existen porcentajes similares entre las edades de 36 a 45 años y 46 o más, que también deben ser tomados en cuenta al momento de realizar estrategias que dinamicen las ferias gastronómicas.

3- Género.

Figura 15

Género de los encuestados

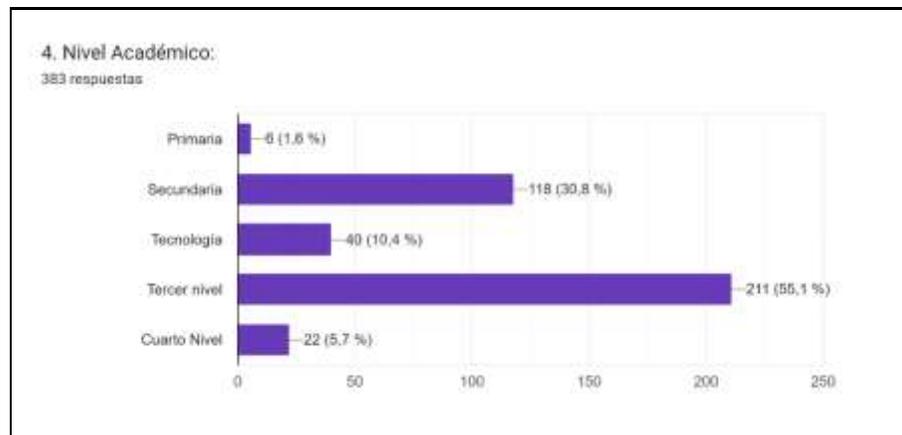


Interpretación. El gráfico indica que el porcentaje mayoritario de los visitantes de las parroquias rurales de la AZCH pertenece al género femenino. Debido a esta predominancia entre géneros se concluye que debe existir un enfoque de promoción específico para mujeres y hombres, en el cual se usará el neuromarketing en la promoción de ferias gastronómicas a fin de persuadir a los consumidores asumiendo que las mujeres se influyen del conocimiento, la percepción y la intuición, mientras que el hombre se guía por lo que puede visualizar.

4- Nivel Académico.

Figura 16

Nivel académico de los encuestados

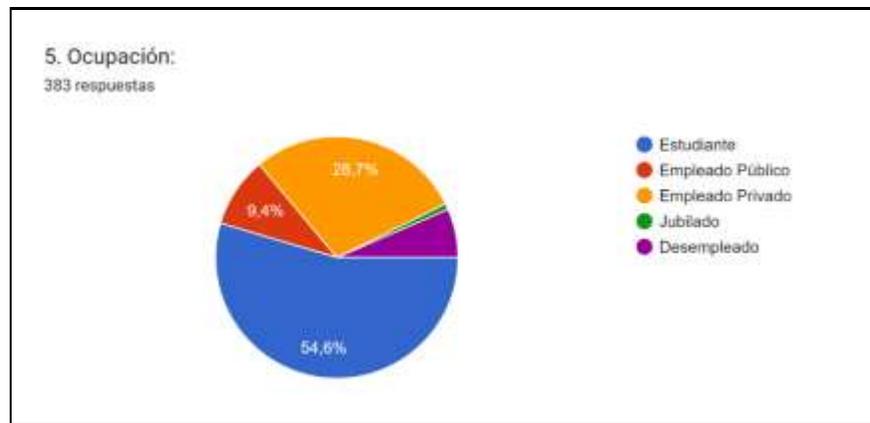


Interpretación. El gráfico indica que el porcentaje mayoritario de los visitantes de las parroquias rurales de la AZCH pertenece a personas que cuentan con una formación académica hasta Tercer Nivel. De acuerdo con estos resultados se puede persuadir a los consumidores jóvenes con prácticas sustentables, estrategias que rescaten el valor gastronómico, cultural y ambiental de las parroquias dentro de las ferias gastronómicas, además de contar con diversificación de platillos que satisfagan las necesidades del consumidor.

5- Ocupación.

Figura 17

Ocupación de los encuestados



Interpretación. La ocupación de las personas que visitan las parroquias rurales de la AZCH, en su mayoría son estudiantes con un 54,6 % lo que representa un poco más de la mitad de los encuestados, es así que, al momento de realizar las diferentes estrategias de promoción, estas tendrán que estar enfocadas en un público con tendencias más actuales en redes sociales con el fin de atraer su atención en la oferta gastronómica de cada una de las parroquias.

6- De las siguientes parroquias de la Administración Zonal Los Chillos ¿Cuál conoce usted?

Figura 18

Parroquias rurales de la AZCH más visitadas

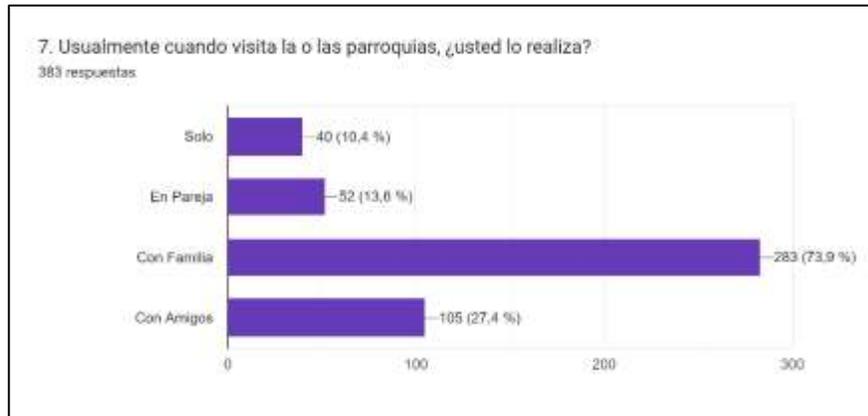


Interpretación. En cuanto a los resultados obtenidos en esta pregunta, es importante resaltar que las parroquias más visitadas por los encuestados son Conocoto 72,9% seguida de Amaguaña 56,4%, lo que indica que el resto de las parroquias carecen de publicidad, es así que al momento de plantear las estrategias se deberá tomar en cuenta las debilidades del resto de las parroquias que no reciben muchos turistas. Y considerar las fortalezas de las otras como un elemento clave para la gestión y promoción de las menos visitadas.

7- Usualmente cuando visita la o las parroquias, ¿usted lo realiza?

Figura 19

Formas de viajar de los encuestados

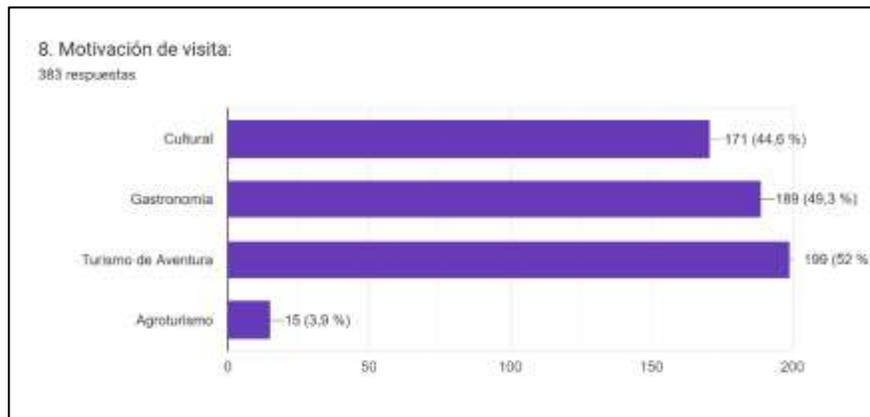


Interpretación. Como se puede observar en las respuestas, la opción con el porcentaje más alto en cuanto con quien se visita la o las parroquias del Distrito Zonal Los Chilllos, es con la familia con un 73,9%, así reconociendo que los turistas buscan experiencias seguras, gratificantes y educativas, además de actividades adaptadas al núcleo familiar.

8- Motivación de visita.

Figura 20

Razón de visita de los encuestados a la AZCH

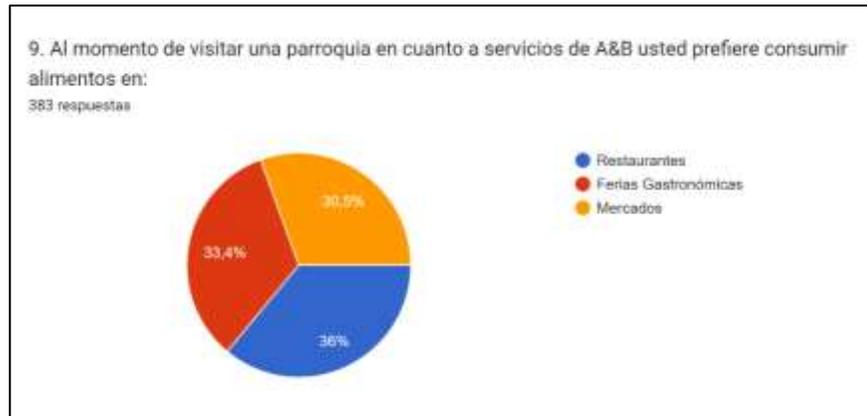


Interpretación. Como se puede observar en las respuestas, la opción con el porcentaje más alto en cuanto a motivación de la visita en el Distrito Zonal Los Chillos, es el turismo de aventura con un 52%, así reconociendo que los turistas prefieren realizar actividades recreativas y deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, mientras que el 49% elige estas parroquias para visitar ferias gastronómicas y restaurantes locales donde puedan degustar de platos típicos y así conocer más de sus culturas y tradiciones.

9- Al momento de visitar una parroquia en cuanto a servicios de A&B usted prefiere consumir alimentos en:

Figura 21

Preferencia de los encuestados en servicios de A&B

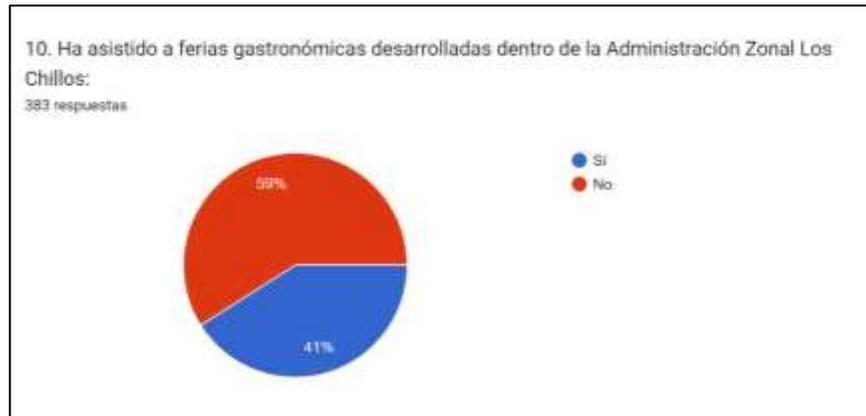


Interpretación. En el gráfico se evidencia que en mayor porcentaje los consumidores prefieren adquirir el servicio de A & B en restaurantes al momento de visitar una parroquia de la Administración Zonal Los Chillos. Sin embargo, las respuestas muestran un equilibrio entre los distintos establecimientos que ofertan estos servicios, pudiendo concluir que los consumidores siempre están interesados en degustar platos típicos de la zona que forman parte de la cultura gastronómica y que se pueden encontrar en cualquiera de los servicios de A&B.

10- Ha asistido a ferias gastronómicas desarrolladas dentro de la Administración Zonal Los Chillos:

Figura 22

Asistencia de los encuestados a ferias gastronómicas en AZCH

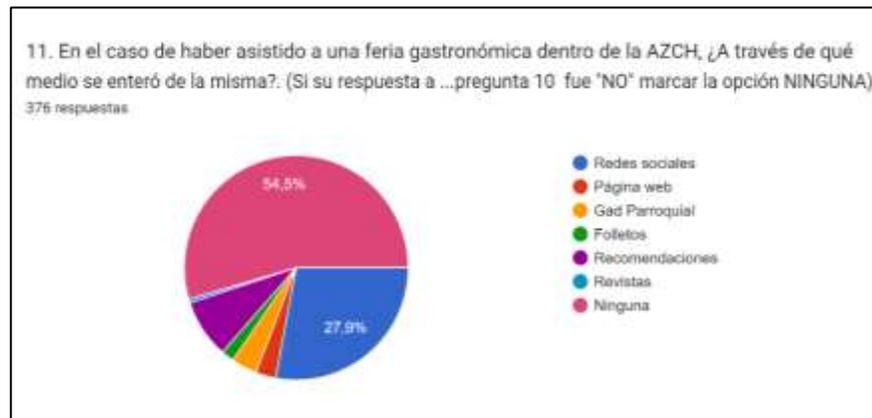


Interpretación. El 59% de las personas encuestadas no han asistido a ferias gastronómicas dentro de la AZCH. Esto demuestra la falta de gestión y apoyo en cuanto a la difusión del desarrollo de las ferias gastronómicas por parte de la Administración Zonal Los Chillos. Además, representa una oportunidad para crear estrategias de promoción que ayuden a difundir a un mercado objetivo como son los jóvenes las nuevas experiencias al momento de visitar las parroquias y poder degustar un plato típico de calidad.

11- En el caso de haber asistido a una feria gastronómica dentro de la AZCH, ¿A través de qué medio se enteró de la misma? (Si su respuesta a la pregunta 10 fue "NO" marcar la opción NINGUNA).

Figura 23

Medios de difusión de los encuestados

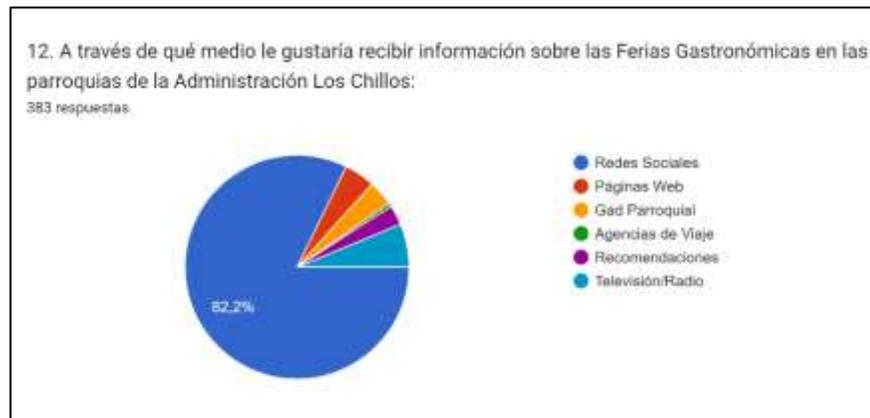


Interpretación. Los encuestados en su mayoría no han asistido a ninguna de las ferias gastronómicas desarrolladas en la AZCH, por tal motivo no tienen conocimiento de las mismas mediante canales de comunicación. Sin embargo, de las personas que sí han asistido 27,9% han receptado información mediante redes sociales, puesto que en la actualidad es un medio digital que atrae a los jóvenes adultos al momento de seleccionar un destino, donde la gastronomía juega un papel importante en su experiencia de viaje.

12- A través de qué medio le gustaría recibir información sobre las Ferias Gastronómicas en las parroquias de la Administración Los Chillos:

Figura 24

Preferencia de medios de comunicación

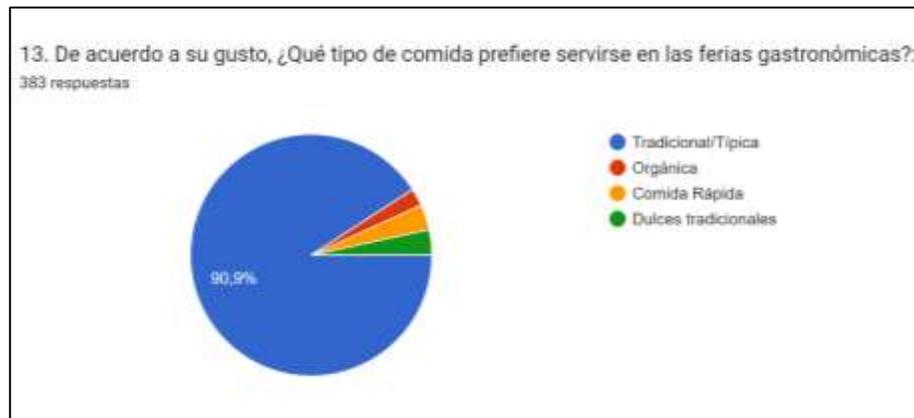


Interpretación. Como se observa claramente en el gráfico la mayoría de los encuestados prefieren recibir información sobre las ferias gastronómicas a través de las redes sociales, debido a que en la actualidad es el medio por el cual están al tanto de todas las novedades que ocurren en el mundo. Cabe mencionar que la mayoría de las personas encuestadas se encuentran en un rango de 15 a 25 años los cuales están en contacto directo con la tecnología.

13- De acuerdo a su gusto, ¿Qué tipo de comida prefiere servirse en las ferias gastronómicas?

Figura 25

Preferencia de los encuestados en comida

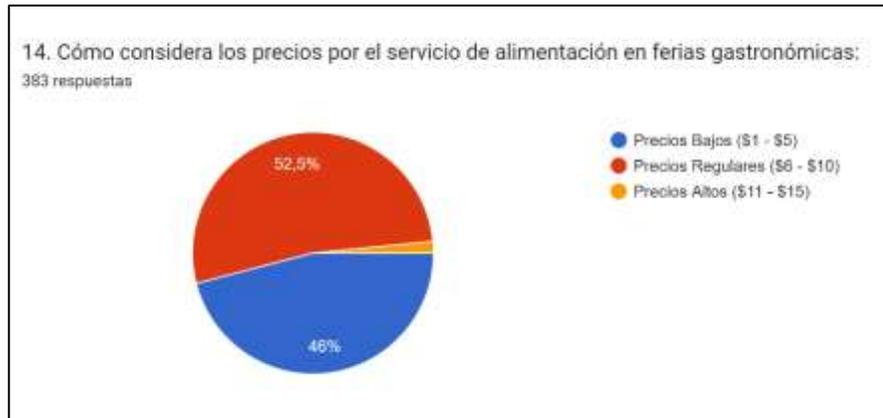


Interpretación. El 90.9% de encuestados han indicado que prefieren servirse comida tradicional/típica en las ferias gastronómicas, por lo tanto se debe incentivar a los emprendedores que hacen parte de estos sectores, a que la comida típica sea la base fundamental del emprendimiento, sin embargo entre las tres respuestas restantes existe una mínima diferencia entre porcentajes, es decir que también debe existir ese tipo de comida en las ferias como opción para los para las personas que desean ingerir estos alimentos, puesto que la gastronomía se basa en platos realizados tanto de sal como de dulce.

14- Cómo considera los precios por el servicio de alimentación en ferias gastronómicas:

Figura 26

Rango de precios en servicio de alimentación

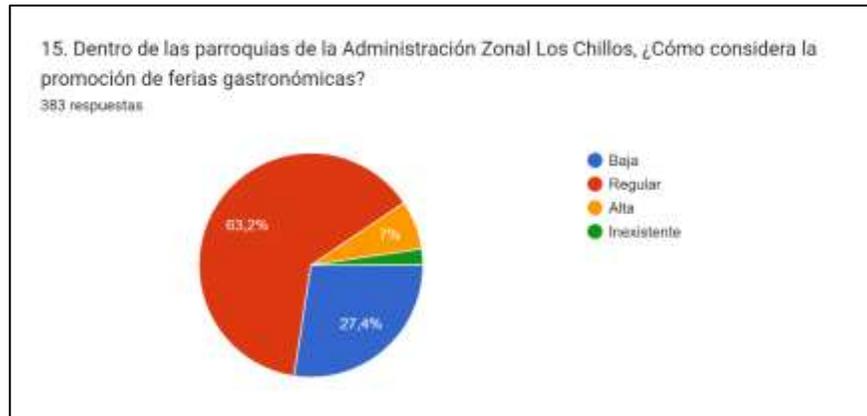


Interpretación. El 52.5% de los encuestados, ha respondido que el precio de la comida es regular, sin embargo, el 46% respondió que son bajos, por esta razón se debería realizar un promedio, entre las dos para sacar un precio adecuado para los consumidores, que sea beneficiario para el turista y para el emprendedor.

15- Dentro de las parroquias de la Administración Zonal Los Chillos, ¿Cómo considera la promoción de ferias gastronómicas?

Figura 27

Nivel de promoción de las ferias gastronómicas AZCH

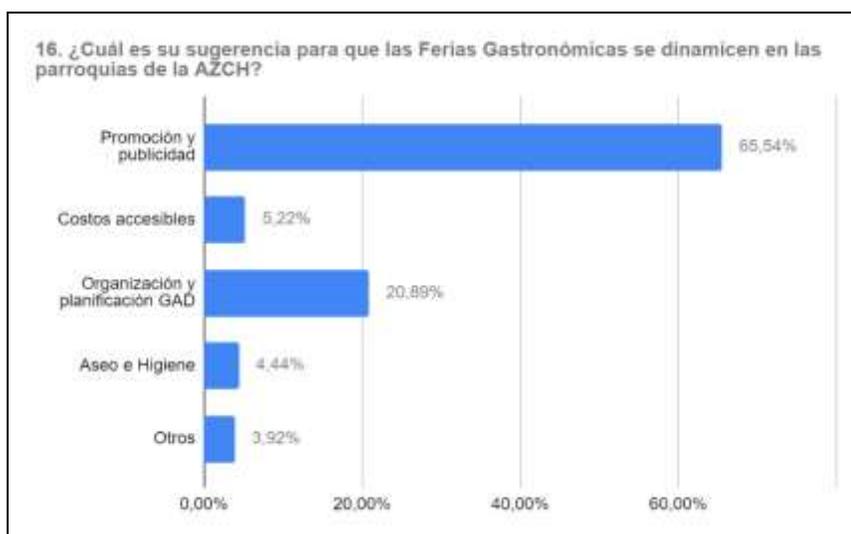


Interpretación. El 63,2, % de los encuestados consideran que la promoción de las ferias gastronómicas es regular, lo cual indica que los eventos han sido promocionados a baja escala, teniendo así una mayor difusión a nivel interno de las parroquias, es así que se recomienda a las autoridades gestionar nuevas herramientas de difusión que sean alcanzables hacia el nicho de mercado joven por medio de redes sociales y propagandas que impacten a los turistas en visitar la Administración Zonal Los Chillos.

16- Según su criterio ¿Cuál es su sugerencia para que las Ferias Gastronómicas se dinamicen en las parroquias de la AZCH?

Figura 28

Sugerencia para dinamizar las ferias Gastronómicas en la AZCH



Interpretación. Las principales recomendaciones de los encuestados se encuentran basadas en Promoción y Publicidad con un 65,54% en la cual se aspira que se tome en cuenta el uso de redes sociales y folletos informativos a la hora de brindar información sobre una feria gastronómica. El 20,89% opta por una mayor Organización y Planificación por parte de los Gad's, donde ellos tengan mayor involucramiento en la estructuración del evento y provean de los recursos necesarios para su realización. El 5,22% le atribuye más importancia al Aseo e Higiene por parte de los emprendimientos gastronómicos, ya que, este factor es relevante en la salud de los turistas, además que demuestra mayor calidad de los productos e imagen. El 3,92% corresponde a otros, donde existen varias opiniones con respecto a mayor seguridad, parqueaderos y demostraciones gratis.

Análisis De Entrevistas

Tabla 4

Perfil de las personas entrevistadas

Parroquia	Nombre	Área	Perfil Profesional	1.- Función - Gestión Turística
<i>Alangasí</i>	<i>Sr. Washington Flores</i> 	Vocal principal del GAD Parroquial de Alangasí. Comisión de cultura y género.	Sr. Washington Flores, tiene una formación en cuanto Antropología, Cine y Comunicación, dentro de su experiencia laboral, ha trabajado como analista en el Tribunal Supremo Electoral y Técnico en la Dirección de Cultura de la Prefectura de Pichincha y Consultor y asesor Independiente. Posee experiencia en planificación y elaboración de proyectos, es Músico Cantautor y Gestor Cultural.	Elaboración de proyectos culturales.

Parroquia	Nombre	Área	Perfil Profesional	1.- Función - Gestión Turística
<i>Amaguaña</i>	Mgtr. Jesús Loachamín	Presidente del GAD Parroquial de Amaguaña.	<p>Jesús José María Loachamín Paucar, con una formación profesional en Filosofía y Pedagogía y su máster en Docencia Universitaria y Administración Educativa. Ejerció la docencia en los Colegios Nacional Atahualpa, La Salle, Nacional Jacinto Jijón (Sangolquí), entre otros. Obtuvo el cargo de presidente del Comité Pro-mejoras del Barrio San José, en dos períodos. Además fue el Fundador y Coordinador de los campamentos vacacionales infantiles en Amaguaña.</p>	<p>Propiciar el desarrollo en el ámbito gastronómico.</p> <p>Establecer planes, proyectos y programas basados en el Plan de Desarrollo Parroquial de Amaguaña.</p> <p>Gestionar cursos de capacitación en diferentes áreas, como catering, manipulación de alimentos, guianza.</p>



Parroquia	Nombre	Área	Perfil Profesional	1.- Función - Gestión Turística
Conocoto	Sra. Margarita Acosta	<p data-bbox="837 358 1079 488">Vicepresidenta del GAD de Conocoto.</p> <p data-bbox="837 623 1079 906">Comisión de mesa y Fomento a la producción, turismo y economía popular y solidaria.</p>	<p data-bbox="1108 358 1556 841">Economista, graduada en la Universidad Central del Ecuador, emprendedora y defensora de los derechos humanos, impulsora de la reactivación económica y turística de la parroquia de Conocoto, encargada de la comisión de mesa y comisión de fomento a la producción, turismo y economía. popular y solidaria.</p>	<p data-bbox="1587 358 1894 542">Gestión de ferias de emprendedores locales para promocionar su gastronomía y cultura</p> <p data-bbox="1587 594 1881 724">Promoción de eventos de la parroquia en redes sociales</p> <p data-bbox="1587 776 1894 954">Apoyo a los artistas locales en todas las ferias y eventos que se realizan</p> <p data-bbox="1587 1006 1894 1187">Proporciona y coordina los equipos necesarios para la realización de eventos en la parroquia</p>



Parroquia	Nombre	Área	Perfil Profesional	1.- Función - Gestión Turística
<i>Guangopolo</i>	Sr. Marco Guamantica 	Presidente del GAD Parroquial Guangopolo.	Sr. Marco Guamantica, con una formación profesional de bachiller técnico en electricidad y chofer profesional a lo largo de su experiencia laboral, ha sido teniente político de la parroquia durante 4 años, de igual manera ha desempeñado la función de vicepresidente del Gad de Guangopolo y actualmente es el presidente de la misma, otro cargo que desempeña es como gerente general de la compañía de transporte escolar Transmafer S.A.	Establecer planes, proyectos y programas basados en el Plan de Desarrollo Parroquial de Guangopolo.

Parroquia	Nombre	Área	Perfil Profesional	1.- Función - Gestión Turística
<i>La Merced</i>	Sr. Joel Valencia	Administrador de la Feria Gastronómica 24.09.	Sr. Joel Valencia con formación académica en la Universidad Central del Ecuador en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, no obstante, cuenta con una amplia experiencia en el sector de alimentos y bebidas pues a lo largo de su vida ha estado relacionado en con el servicio al cliente y la preparación de alimentos. Su experiencia le ha permitido desarrollarse como administrador de la Feria Gastronómica 24.09 desarrollada en la parroquia de la Merced hasta la actualidad.	<p>Dirigir la Feria.</p> <p>Mediador entre los feriantes y el GAD Parroquial.</p> <p>Solvencia en procesos legales.</p> <p>Dotación de infraestructura para la realización de la feria.</p> <p>Registro de avances, mediante actas.</p>



Parroquia	Nombre	Área	Perfil Profesional	1.- Función - Gestión Turística
<i>Píntag</i>	Sra. Alondra Díaz 	Primera Vocal del GAD Parroquial Píntag. Comisión de cultura.	Sra. Alondra Díaz con formación académica bachiller, fue reina de la parroquia de Pintag en el año 2015. Ahora desempeña el cargo de vocal principal en el GAD parroquial y es gestora cultural y de deportes.	Vinculación con el catering de la parroquia y con la asociación San Isidro relacionada al aspecto gastronómico.

Tabla 5*Involucramiento en el Desarrollo de ferias gastronómicas*

Parroquia	Nombre	2.- ¿Qué tan involucradas están las autoridades de la parroquia en el desarrollo de Ferias Gastronómicas con relación al presupuesto asignado?
<i>Alangasí</i>	<i>Sr. Washington Flores</i> <i>Vocal principal del GAD</i> <i>Parroquial de Alangasí.</i>	Las autoridades trabajan en pro de utilizar los recursos de la manera más responsable, viable y bien utilizada, y como autoridad son sujetos de control encargados de utilizar de manera correcta el presupuesto.
<i>Amaguaña</i>	<i>Mgtr. Jesús Loachamín</i> <i>Presidente del GAD</i> <i>Parroquial de</i> <i>Amaguaña</i>	Las ferias gastronómicas se llevan a cabo una vez al año y solo se las realiza en Carnaval, el GAD Parroquial se encarga de apoyarles con carpas cuando lo necesiten, capacitaciones y permisos, pero al ser emprendimientos privados no se encuentran netamente involucrados en invertir o gastar en estas ferias.
<i>Conocoto</i>	<i>Sra. Margarita Acosta</i>	Se encuentran bastante involucradas, hasta se ha dado más de lo que han podido, ya que las capacitaciones han sido virtuales en mayor parte y presenciales hace 6 meses. Existen convenios con el Instituto Napoleón Dillon, Instituto técnico Pichincha, los cuales

Parroquia	Nombre	2.- ¿Qué tan involucradas están las autoridades de la parroquia en el desarrollo de Ferias Gastronómicas con relación al presupuesto asignado?
<i>Vicepresidenta del GAD de Conocoto.</i>		han capacitado a los emprendedores en contabilidad básica para que puedan llevar sus ingresos, clases de inglés, atención al cliente y tributación.
<i>Guangopolo</i>	<i>Sr. Marco Guamantica Presidente del GAD Parroquial Guangopolo.</i>	Como autoridades siempre están dispuestos a colaborar en las diferentes actividades y emprendimientos, no solo dentro, sino que también fuera de la parroquia, siempre están presentes en las invitaciones que les realizan.
<i>La Merced</i>	<i>Sr. Joel Valencia Administrador de la Feria Gastronómica 24.09.</i>	La Merced tiene un Gobierno Autónomo Descentralizado que ha demostrado interés más allá de las obras, también se ha involucrado en el ámbito social y turístico. En las Ferias Gastronómicas el GAD está muy presente ya que es el ente encargado de gestionar los permisos respectivos además de convocar a los feriantes para que participaran y luego de ello se asigna un puesto dentro de la feria. En el tema presupuestario el presidente de la parroquia gestiona un proceso para solicitar fondos para adecuaciones del espacio.

Parroquia	Nombre	2.- ¿Qué tan involucradas están las autoridades de la parroquia en el desarrollo de Ferias Gastronómicas con relación al presupuesto asignado?
<i>Píntag</i>	<i>Sra. Alondra Díaz Primera Vocal del GAD Parroquial Píntag.</i>	Las ferias gastronómicas se desarrollan tres veces al año, si hubiese la oportunidad se desarrollan más ferias y teniendo como antecedentes el tema de la pandemia, las ferias no se desarrollaron en ese tiempo, entonces depende del contexto por el que esté atravesando el país y la parroquia para que se puedan llevar a cabo.

Tabla 6

Importancia de las ferias gastronómicas

Parroquia	Nombre	3.- Según su criterio, ¿Qué tan importantes son las ferias gastronómicas con relación al turismo en la parroquia?
<i>Alangasí</i>	<i>Sr. Washington Flores Vocal principal del GAD Parroquial de Alangasí.</i>	Son importantes porque permiten vincular a la comunidad con un sustento económico, y se puede generar más recursos para los emprendedores

Parroquia	Nombre	3.- Según su criterio, ¿Qué tan importantes son las ferias gastronómicas con relación al turismo en la parroquia?
<i>Amaguaña</i>	<i>Mgtr. Jesús Loachamín</i> <i>Presidente del GAD</i> <i>Parroquial de</i> <i>Amaguaña</i>	Son de gran importancia, sin embargo, no satisfacen la demanda de los turistas y estas no abastecen su capacidad de planificación como es en fiestas de Carnaval.
<i>Conocoto</i>	<i>Sra. Margarita Acosta</i> <i>Vicepresidenta del</i> <i>GAD de Conocoto.</i>	Son muy importantes ya que de esa manera hacen conocer su identidad, esta no solamente es en las costumbres, sino en las tradiciones y también en la comida, por ejemplo, hace años se realiza la tortilla de viento, que casi el 80% de la parroquia no conoce, también el caldo de guagrasinga. Aquí se encuentra una variedad de sitios donde pueden degustar los platos típicos y es bueno bonito y barato. Además, se da la oportunidad a los restaurantes de la parroquia y de otras parroquias para que participen en las ferias gastronómicas.
<i>Guangopolo</i>	<i>Sr. Marco Guamantica</i>	Las ferias gastronómicas son muy importantes porque ayudan a reactivar la economía de cada familia de la parroquia.

Parroquia	Nombre	3.- Según su criterio, ¿Qué tan importantes son las ferias gastronómicas con relación al turismo en la parroquia?
<i>Presidente del GAD</i>	<i>Parroquial Guangopolo.</i>	
<i>La Merced</i>	<i>Sr. Joel Valencia</i> <i>Administrador de la</i> <i>Feria Gastronómica</i> <i>24.09.</i>	Es muy importante ya que venimos de un periodo de pandemia, donde la mayoría de los emprendedores cerraron sus negocios por la poca afluencia de personas y el bajo ingreso económico que percibían, un claro ejemplo son las Piscinas de La Merced que tuvieron que cerrar debido al distanciamiento social, siendo este atractivo el principal atrayente de turistas de la zona aportando así a que existieran comensales que se deleitaran de la gastronomía de la zona.
<i>Píntag</i>	<i>Sra. Alondra Díaz</i> <i>Primera Vocal del GAD</i> <i>Parroquial Píntag.</i>	Le dan un mayor realce al turismo de la parroquia, la gente cuando visita un lugar siempre busca que comer, si es que hay buena atención y buenos sabores regresa, si no hay buena atención ni buenos sabores no vuelve.

Tabla 7*Organización de las ferias gastronómicas*

Parroquia	Nombre	4.- ¿Cree usted que las ferias gastronómicas que se desarrollan en la parroquia están bien organizadas? Sí/No ¿Por qué?
<i>Alangasí</i>	<i>Sr. Washington Flores</i> <i>Vocal principal del</i> <i>GAD Parroquial de</i> <i>Alangasí.</i>	No se han realizado ferias gastronómicas netamente, sino más bien ferias de emprendedores en las que participan proyectos gastronómicos
<i>Amaguaña</i>	<i>Mgtr. Jesús</i> <i>Loachamín</i> <i>Presidente del GAD</i> <i>Parroquial de</i> <i>Amaguaña</i>	Son organizadas puesto que el GAD provee de las facilidades para su organización, además de las exigencias solicitadas como permisos para la realización del evento.

Parroquia	Nombre	4.- ¿Cree usted que las ferias gastronómicas que se desarrollan en la parroquia están bien organizadas? Sí/No ¿Por qué?
<i>Conocoto</i>	<i>Sra. Margarita Acosta Vicepresidenta del GAD de Conocoto.</i>	<p>Si están bien organizadas porque tienen un departamento que se llama Centro de información comunitaria, donde también se realizan las capacitaciones y ahí es donde tienen todos los bienes inmuebles que son para las ferias, por lo tanto, se organiza en el GAD, luego la comisión solicita, autoriza la presidencia y el CFC les concede esos bienes.</p> <p>En caso de que sean ferias grandes en donde vienen emprendedores de otras parroquias y artistas invitados, se encarga al gestor del producto, pero en coordinación siempre con la comisión. Ya que el GAD siempre ha dado productos de calidad.</p>
<i>Guangopolo</i>	<i>Sr. Marco Guamantica Presidente del GAD Parroquial Guangopolo.</i>	<p>Si lo han hecho conjuntamente con la AZCH y del Gad Provincial por lo que las ferias que se han realizado han resultado exitosas.</p>

Parroquia	Nombre	4.- ¿Cree usted que las ferias gastronómicas que se desarrollan en la parroquia están bien organizadas? Sí/No ¿Por qué?
<i>La Merced</i>	<i>Sr. Joel Valencia Administrador de la Feria Gastronómica 24.09.</i>	Las Ferias Gastronómicas en la parroquia de La Merced se encuentran bien organizadas, ya que han venido sobresaliendo y siendo bien acogidas en el poco tiempo que ha sido lanzada. Su fuerte es el personal joven que ha venido desarrollando estrategias para incentivar a los feriantes a continuar en el proyecto, además de poseer una directiva conformada por: presidente, vicepresidente, secretaria y Vocales; los mismos que trabajan en temas de bioseguridad.
<i>Píntag</i>	<i>Sra. Alondra Díaz Primera Vocal del GAD Parroquial Píntag.</i>	Falta organización y solución de conflictos internos para que las cosas se desarrollen de mejor manera, donde hay unión hay mayor fuerza, pero en los dos últimos años se observado que existe desunión, los pensamientos y el impulso se divide y no se va a desarrollar de la mejor forma.

Tabla 8

Fortalecimiento de la gastronomía en la conservación de la cultura

Parroquia	Nombre	5.- Considera que la gastronomía fortalece la conservación de la cultura de las parroquias.
<i>Alangasí</i>	<i>Sr. Washington Flores</i> <i>Vocal principal del</i> <i>GAD Parroquial de</i> <i>Alangasí.</i>	Si la gastronomía se encuentra directamente vinculada con la cultura y se trabaja elementos autóctonos de la localidad como: papa, fréjol, maíz, con los cuales se prepara una diversidad de platos acompañados con Res o cerdo, se busca mantener esta cultura y se lo busca tener a nivel de empresas, como marcas que son pocas, pero se puede lograr.
<i>Amaguaña</i>	<i>Mgtr. Jesús</i> <i>Loachamín</i> <i>Presidente del GAD</i> <i>Parroquial de</i> <i>Amaguaña</i>	Sí, porque la cultura es un factor relevante en una comunidad, por tal razón se ha venido sosteniendo mediante la conservación de los saberes ancestrales de los adultos mayores, quienes conocen las preparaciones típicas.

Parroquia	Nombre	5.- Considera que la gastronomía fortalece la conservación de la cultura de las parroquias.
<i>Conocoto</i>	<i>Sra. Margarita Acosta</i> <i>Vicepresidenta del</i> <i>GAD de Conocoto.</i>	Sí, porque la gastronomía no desaparece y hay gente que ha vivido en Conocoto, y por la comida regresa
<i>Guangopolo</i>	<i>Sr. Marco</i> <i>Guamantica</i> <i>Presidente del GAD</i> <i>Parroquial</i> <i>Guangopolo.</i>	Sí, cada pueblo tiene su tradición y cultura que los representa al igual que un plato típico lo cual hace que se conserve la cultura de cada lugar.
<i>La Merced</i>	<i>Sr. Joel Valencia</i> <i>Administrador de la</i> <i>Feria Gastronómica</i> <i>24.09.</i>	Efectivamente, ya que en la Feria colaboran personas que llevan costumbres gastronómicas de sus bisabuelos dándolas a conocer a los consumidores que las deleitan, y así tener un aporte económico para sus familias.

Parroquia	Nombre	5.- Considera que la gastronomía fortalece la conservación de la cultura de las parroquias.
<i>Píntag</i>	<i>Sra. Alondra Díaz</i>	Sí, hay la presencia de un miembro de la parroquia la Sra. "Paquita" creadora del pan Carlitos, pan tradicional de esta de aquí, Píntag es conocida por este pan tradicional que solo hay acá.
	<i>Primera Vocal del</i>	
	<i>GAD Parroquial</i>	
	<i>Píntag.</i>	El pan Carlitos ha llegado a traspasar fronteras nacionales, se han exportado a USA, España, por parte de la dueña, y por parte del GAD se difunde a través de redes sociales, medios de comunicación a nivel nacional, periódicos, tele amazonas.

Tabla 9

Dificultades para el desarrollo de ferias gastronómicas

Parroquia	Nombre	6.- ¿Cuál es la mayor dificultad que existe para desarrollar las ferias gastronómicas en la parroquia?
<i>Alangasí</i>	<i>Sr. Washington Flores</i>	La falta de capacitación, el poder tener avales, reconocimientos o distinciones que hagan del producto sea de una mejor calidad, sea más consumible y consumido. Y que estás

Parroquia	Nombre	6.- ¿Cuál es la mayor dificultad que existe para desarrollar las ferias gastronómicas en la parroquia?
	Vocal principal del GAD Parroquial de Alangasí.	capacitaciones vayan más allá de lo gastronómico si no en cuanto a estrategias comerciales, marketing y competencia en el mercado.
<i>Amaguaña</i>	<i>Mgtr. Jesús Loachamín</i> <i>Presidente del GAD Parroquial de Amaguaña</i>	El trámite de permisos de funcionamiento y la calidad en los productos, puesto que es de gran importancia presentar un plato con una imagen visual adecuada. Además, de contar con un espacio público para la realización de las ferias gastronómicas.
<i>Conocoto</i>	<i>Sra. Margarita Acosta</i> <i>Vicepresidenta del GAD de Conocoto.</i>	La mayor dificultad es que no hay el presupuesto completo, ya que el ingreso para las parroquias rurales no es el debido, Conocoto ya es más que una parroquia porque tiene 140.000 personas, las cuales tienen muchas necesidades y aun con el bajo presupuesto se ha logrado salir adelante, ya que todo no es el dinero sino la participación ciudadana. Porque las autoridades son pasajeros, pero siempre se quiere dejar por sentado algo que

Parroquia	Nombre	6.- ¿Cuál es la mayor dificultad que existe para desarrollar las ferias gastronómicas en la parroquia?
		sirva, ya que la ciudadanía votó por ellos y están en la obligación de atender las necesidades de la parroquia.
<i>Guangopolo</i>	<i>Sr. Marco Guamantica Presidente del GAD Parroquial Guangopolo.</i>	La falta de presupuesto es una de las mayores dificultades, anteriormente se designaba un monto para el turismo y cultura, pero actualmente ya no lo hacen. Por lo que acuden a instituciones públicas y privadas para que les brinden un apoyo, pero por parte del municipio ya no lo quieren hacer.
<i>La Merced</i>	<i>Sr. Joel Valencia Administrador de la Feria Gastronómica 24.09.</i>	La mayor dificultad al impulsar estas Ferias Gastronómicas es obtener el apoyo económico de un ente privado que aporte al proyecto y sobre todo se dé el tiempo de socializar información con los feriantes, además de llegar a acuerdos que en la mayoría de los casos generan discrepancias.

Parroquia	Nombre	6.- ¿Cuál es la mayor dificultad que existe para desarrollar las ferias gastronómicas en la parroquia?
<i>Píntag</i>	<i>Sra. Alondra Díaz</i> <i>Primera Vocal del</i> <i>GAD Parroquial</i> <i>Píntag.</i>	La Burocracia, permisos, para poder realizar las ferias se debe cumplir con varios requisitos, AMC y Bomberos solicitan algunos requisitos, válvulas especiales, tanques de oxígeno, poniendo el caso de emprendedores nuevos se van a topar con estos inconvenientes que para poder ser parte de las ferias deben adquirir, los emprendedores que ya lleva años en esto si tienen sus implementos, pero si se quiere innovar y traer nuevos emprendimientos estos serían los obstáculos.

Capítulo III

Propuesta

Diseño De Una Feria Gastronómica Para Las Parroquias Rurales De La Administración Zonal Los Chillos

La Feria Gastronómica que se propone para las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos se determina como un evento que va aglomerar las tradiciones y costumbres de la población, esto mediante la exhibición de técnicas gastronómicas ancestrales en los productos a presentar, lo que generará un evidente mejoramiento en la imagen turística de las parroquias, además de recuperar y promocionar el valor culinario de los productos más representativos de la zona.

Con la implementación de la Feria los visitantes podrán deleitarse con comida típica, luego de visitar la variedad de atractivos culturales y naturales de las parroquias, logrando potencializar la gastronomía y sus atractivos turísticos.

La presente propuesta se encuentra elaborada en base al caso de estudio de la Parroquia de La Merced- Feria gastronómica 24.09, puesto que la misma cuenta con una feria gastronómica permanente los días viernes, sábados y domingos. Por ende, el diseño de la feria estará estructurado a ser aplicable en las distintas parroquias de la Administración Zonal Los Chillos.

Figura 29

Feria Gastronómica 24.09



Beneficiarios directos

Los principales beneficiarios directos de la Feria Gastronómica son los feriantes que intervendrán en la venta de los productos. También se beneficiarán los visitantes ya que ellos van a adquirir y degustar los productos ofertados.

Figura 30

Beneficiarios directos feria gastronómica 24.09



Beneficiarios indirectos

Al ser una feria que busca atraer a una gran cantidad de visitantes los beneficiarios indirectos serán los pobladores que habitan alrededor del lugar donde se realizará la feria, puesto que sus negocios prosperarán a la par de la Feria.

Los prestadores del servicio de transporte, quienes podrán trasladar a una cantidad mayor de personas en cada unidad generando un evidente incremento en sus ingresos económicos.

Los agricultores, ya que son los proveedores de la materia prima para la elaboración de los platos típicos.

Figura 31

Emprendimientos locales en La Merced



Figura 32

Cooperativa de Transporte Termas Turis



Acciones Y Presupuestos Requeridos Para La Implementación De La Feria Gastronómica

Definición De Actividades Y Actores

Las actividades a ejecutarse son parte de la estructura de la feria gastronómica y cada una de ellas busca lograr el desarrollo durante la operación y promoción de la feria. Es decir, se planteará un listado de actividades a efectuarse por los involucrados. Se establecerá un programa que detalle la implementación de las actividades de manera previa a la feria, en el cual se da a conocer las actividades, actores involucrados, la duración y el lugar a desarrollarse.

Tabla 10

Actividades y Actores

Actividades	Actores			
	GAD Parroquial	Servidores turísticos	Empresa privada	Medios de comunicación
<i>Fijar fecha y lugar</i>	X			
<i>Creación del nombre y logo de la feria</i>	X			
<i>Definir el número de participantes</i>	X			
<i>Establecimiento de una directiva</i>	X			

<i>Enlistar los platos típicos y productos que se ofrecerán en la feria gastronómica</i>	X				
<i>Detallar las recetas con las que se preparan los platos típicos</i>	X	X			
<i>Elaborar registro para la preparación de platos típicos y la exposición de productos</i>	X	X			
<i>Establecer el diseño de los stands, iluminación, sonido y colocación de la publicidad; definir el staff de montaje.</i>	X				
<i>Lanzamiento de productos gastronómicos, publicidad.</i>	X	X	X		X
<i>Ejecución de la feria.</i>	X	X	X		X

Nota. Adaptado de (Alvarez & Garzón, 2015). *Actividades y Actores.*

Tabla 11

Cronograma

Hora	Actividad
09h00 am	Apertura de la Feria
09h30 am	Juegos tradicionales
11h00 am	Charla acerca de la importancia que tiene la gastronomía en cada una de las parroquias.
12h00 pm	Show artístico (Grupo de danza)
13h00 pm	Demostración de la preparación de un plato típico.
15h00 pm	Cierre de la Feria

Resumen de actividades, actores, duración y lugar de desarrollo de evento.

La propuesta se encuentra elaborada tomando en cuenta la participación inicial de 6 feriantes, sin embargo, esta puede estar sujeta a cambios por parte de la directiva de los distintos GAD's parroquiales de la Administración Zonal Los Chillos.

Tabla 12

Resumen de actividades del evento

Actividades	Número de actores involucrados	Duración	Lugar
<i>Definición de fecha, lugar y área de extensión</i>	GAD Parroquial (3)	2 semanas	
<i>Creación del nombre y logo de la feria</i>	GAD Parroquial (1) y		
<i>Definir el número de participantes</i>	Servidores Turísticos (6)	3 semanas	
<i>Establecimiento de una directiva</i>	GAD Parroquial (1)		
<i>Enlistar los platos típicos y productos que se ofrecerán en la feria gastronómica</i>	Servidores Turísticos (6)		GAD's Parroquiales AZCH:
<i>Detallar las recetas con las que se preparan los platos típicos</i>	Servidores Turísticos (6)	1 semana	
<i>Elaborar registro para la preparación de platos típicos y la exposición de productos</i>	GAD Parroquial (1)		<ul style="list-style-type: none"> • Alangasí • Amaguaña • Conocoto • Guangopolo • La Merced • Pintag
<i>Establecer el diseño de los stands, iluminación, sonido</i>			

y colocación de la publicidad; definir el staff de montaje.	GAD Parroquial (3)		
Lanzamiento de productos gastronómicos, publicidad.	GAD Parroquial (3), Servidores Turísticos (6) Empresa privada (2),		
Ejecución de la feria.	Medios de Comunicación (2)	2 semanas	Parque Central de GAD's Parroquiales AZCH.

Nota. Adaptado de Alvarez & Garzón. (2015). *Resumen de Actividades.*

Ficha resumen de actividades para ejecutar el evento

Tabla 13

Ficha de resumen actividades

Hora	Actividades
Un día antes del evento	
16:00 pm	Montaje de carpa, tarima y cartelera.
	Montaje de sonido y audiovisual promocional.
7:00 am	Ubicación de los stands y mesas por parte de los participantes (emprendimientos gastronómicos).

8:30 am	Firma de asistencia de los emprendimientos gastronómicos y supervisión de los mismos previo a la apertura.
9:00 am	Apertura de la Feria Gastronómica.
9:30 am	Dinámica recreativa de juegos tradicionales.
11:00 am	Charla: Importancia de las Ferias gastronómicas en las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos.
12:00 pm	Show artístico- Presentación de baile folclórico
13:00 pm	Demostración de la preparación de un plato típico por cada stand.
15:00 pm	Cierre de la feria

Descripción de los cargos de la feria gastronómica

Se desarrollará una explicación de las funciones que realizan los involucrados en la implementación de esta feria en la parroquia de La Merced.

- **Funciones del administrador/presidente, vicepresidente**

Orientar e inspeccionar todas las actividades que se desenvolverán en la feria, por medio de políticas y normativas que den un buen funcionamiento de la misma.

Figura 33

Reunión con la directiva GAD La Merced



Figura 34

Reunión con la presidenta feria gastronómica 24.09



- **Funciones de seguridad**

Mantener la seguridad y la integridad de los participantes de la feria, como de los invitados a la misma.

- **Función de montaje, desmontaje**

Son los encargados del montaje de stands, carpas y equipos de sonido. Al terminar el evento se encargan de retirar todo lo mencionado anteriormente.

Figura 35

Montaje de carpas y vista de feriantes



Figura 36

Montaje de carpas



Figura 37

Montaje de cada puesto de feriantes



Figura 38

Prueba de sonido



- **Limpieza**

Son los encargados de estar pendientes del aseo del lugar y que el mismo se encuentre en buen estado.

Figura 39

Limpieza de cada puesto a cargo de cada feriante



Mapa de ubicación de la feria

Para la ubicación del evento se tomó en consideración los siguientes factores:

- Lugar de fácil acceso
- Es un punto de encuentro conocido por los habitantes
- La Iglesia se ubica en ese lugar- Espacio Amplio
- El GAD Parroquial, se encuentra cerca.

Figura 40

Ubicación de los Stands

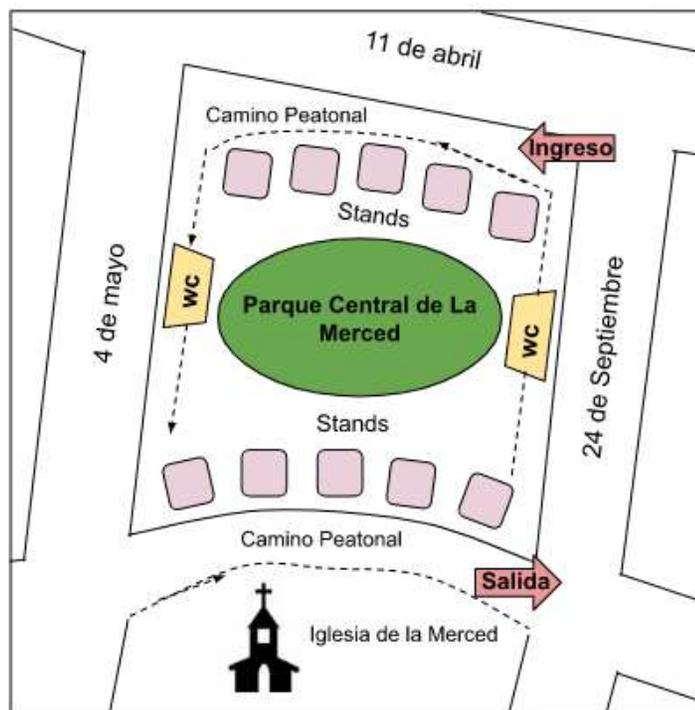


Figura 41

Vista panorámica feria gastronómica 24.09



Logo De La Feria

Figura 42

Logo de la feria



Descripción Del Logo De La Feria

- **Base de color café:** Representa la tabla de picar tradicional de madera, utilizada por la mayoría de la población para preparar sus alimentos.
- **Nombre del producto turístico:** Se crea basado en el objetivo del proyecto.
- **Nombre de la Feria Gastronómica:** “Sabores con Tradición”, es el nombre con el que se dará a conocer este producto turístico, el cual se basa en la diversificación gastronómica de la Administración Zonal Los Chillos.
- **Colores:** Los colores utilizados se consideran estrechamente relacionados con la gastronomía y el marketing, logrando estimular el apetito del consumidor.
- **Olla, leña y utensilios de cocina:** Debido a que todos los alimentos se cocinan en una olla y tradicionalmente en las zonas rurales se utiliza la leña para realizarlo, también se necesitan utensilios para servir al comensal.
- **Colibrí:** Considerada como el ave representativa de la zona, se le conoce como mensajero y guardián del tiempo.
- **Eslogan inédito** “Donde hay tradición, hay perfección”.

Figura 43

Descripción del logo

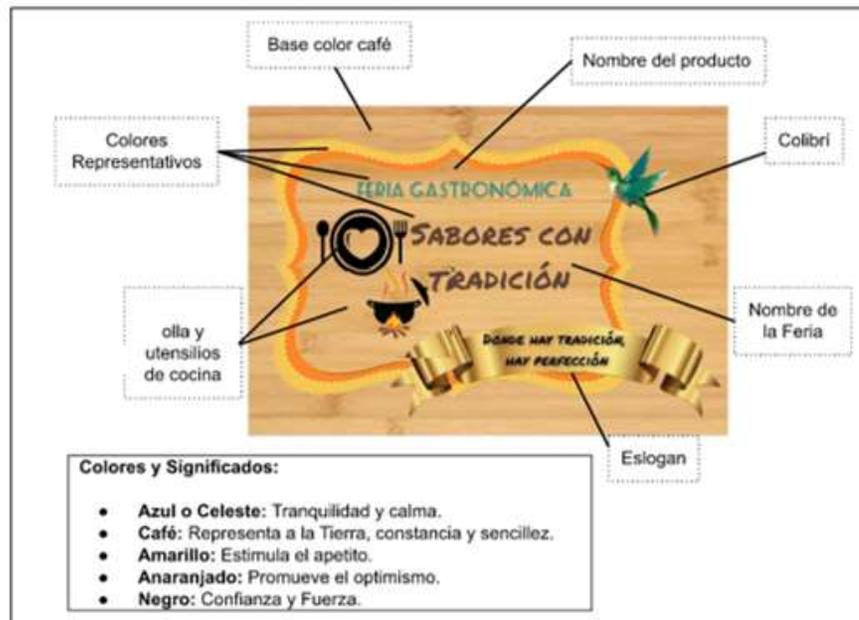


Figura 44

Logo feria gastronómica 24.09



Modelo De Los Stands Y Mantelería

Figura 45

Modelo de stands para ferias gastronómicas



- Carpa 3x3.
- Cocina industrial y cilindro de gas.
- Mesa para 4 a 6 personas.

Figura 46

Stands mediante estructura metálica feria gastronómica 24.09



Los stands a primera instancia se encuentran diseñados con la colocación de carpas, sin embargo, de existir apoyo de las autoridades competentes del GAD es adecuado tomar como ejemplo aplicable a la feria gastronómica 24.09 e implementar una estructura metálica de mayor duración y modificación con el pasar de los años.

Creación De La Página Web Promocional

Se ha diseñado una página web, donde resalta y se da a conocer los platos típicos de las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos, además, este medio digital contará con información sobre las fechas a realizarse las ferias gastronómicas en las distintas parroquias.

Figura 47

Diseño de página web para ferias gastronómicas en AZCH



Uniforme Para Los Feriantes

Es adecuado que los feriantes cuenten con un uniforme que los distinga, para lo cual se propone el uso de un delantal y una camisa manga larga, donde se visualice el logo de la feria gastronómica.

Figura 48

Delantal para los feriantes



Figura 49

Camisa de polo manga larga para los feriantes



Figura 50

Camisa y delantal feriantes de la feria gastronómica 24.09



Reglamento De Operatividad

- **Horario y Espacio:** Los participantes de la feria gastronómica deberán estar el día y lugar correspondiente del evento de manera puntual, de acuerdo a la hora asignada y a su acomodación, de igual manera al momento de dar por terminada la feria deberán cumplir con la hora de clausura de esta.
- **Vestimenta:** Se deberá utilizar un uniforme adecuado y acorde a las actividades a realizar, se exigirá limpieza y buena presentación.

- **Equipo:** El comité organizador será responsable de suministrar, montar y desmontar:

- Carpas.
- Tomas de energía eléctrica.
- Agua potable.
- Diseño y ambientación.
- Sillas y mesas de uso común para los comensales o visitantes.
- Tachos de basura dentro de la feria.
- Baños químicos.
- Mesas largas para cada uno de los establecimientos.

Por otra parte, los participantes serán los responsables del traslado, montaje y desmontaje de sus propios implementos de cocina, equipos, suministros, electrodomésticos, utensilios, platos y cubiertos, etc. acorde a las necesidades de cada stand.

- **Seguridad alimentaria e higiene**

- Se deberá trabajar con alimentos de la mejor calidad.
- Debe existir higiene y calidad al momento de ser producidos
- Las cocciones de los productos deben ser manipulados y preparados bajo las normas de preparación de alimentos de ARCSA (Agencia de Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria).
- Los alimentos deben estar perfectamente embalados o envasados y deben ser trasladados de una forma adecuada, es decir sin ningún tipo de contaminación, o afectación por cambios de temperatura.

- El transporte para el traslado de los alimentos debe estar en correctas condiciones de higiene.
- Mantener cuidado y respetar la temperatura de la comida a exponer respectivamente.
- Mantener almacenada la materia prima a utilizar de la mejor manera, encontrando espacios adecuados, secos, limpios, con la temperatura adecuada.
- Limpieza y manejo adecuado de productos al momento de prepararlos, emplazarlos y servirlos.
- Utilización adecuada de utensilios según corresponda.
- Se debe mostrar limpieza en todo momento y un buen manejo de residuos.
- **Precios:** Se debe establecer precios de cada producto que serán fijos y no pueden ser cambiados en el momento, de igual manera se planteará rangos de precios para que se encuentren acorde a un segmento económico, a la cual los participantes deberán ajustarse.

Presupuesto Requerido Para Implementar La Feria

Tabla 14*Gastos feria gastronómica*

Gastos feria Gastronómica				
Concepto	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
<i>Alquiler de equipos de sonido</i>	Amplificador, cables, micrófonos, parlantes	1	115.00	115.00
<i>Alquiler de baños</i>	Baños Móviles	2	60.00	120.00
<i>Agua</i>	pago de Agua	-	10.00	10.00
<i>Luz</i>	Pago de luz	-	15.00	15.00
<i>Alquiler de carpas</i>	Carpas sin paredes de 6x6	6	25.00	150.00
Total			125.00	410.00

Tabla 15*Publicidad*

Publicidad				
Concepto	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
<i>Diseño</i>	Creación de post	2	10.00	20.00
<i>Publicitario</i>	publicitario			
	creación de video			
<i>Flayers</i>	Publicidad Impresa	1000	28.00	28.00
<i>Publicidad</i>	Lonas con el logo	6	2.00	12.00
<i>Impresa</i>				
Total			40.00	60.00

Tabla 16

Implementos de cuidado personal

Implementos de cuidado personal

Concepto	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
<i>Delantales</i>	Delantal con logo de la feria	12	10.00	120.00
<i>Camisas</i>	Camisa con logo de feria	12	8.50	102
Total			10.00	222.00

Total = 692.00

Capítulo IV

Conclusiones

- En el primer capítulo mediante un análisis de las teorías de soporte de la Sustentabilidad, Competitividad en Destinos Rurales y el Desarrollo Local se concluye que la participación de sus componentes dentro del manejo y gestión en temas gastronómicos de las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos puede mejorar notoriamente la dinamización entre pobladores y autoridades para generar un caso de éxito a nivel nacional creando Ferias Gastronómicas con un enfoque productivo-gastronómico, así como se ha logrado en la Asociación de Sabores en la Patagonia, Argentina.
- En el segundo capítulo se analizó que las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos poseen un gran potencial gastronómico que ha permitido desarrollar la economía de estos sectores, generando plazas de empleo y mejorando la calidad de vida de los moradores que apostaron a emprender, se aplicó una encuesta para observar el índice de personas que han visitado las parroquias y cuáles son sus intereses, obteniendo un resultado parcial del conocimiento de las ferias gastronómicas que se realiza en las parroquias, complementando con una entrevista a los representantes de cada parroquia para poder plantear una propuestas y solventar la problemática que tiene cada una.
- Para finalizar, en el tercer capítulo se planteó la propuesta del diseño y difusión de una feria gastronómica la cual está enfocada en llegar a muchas personas quienes puedan conocer la gastronomía que poseen las parroquias de la AZCH, prevaleciendo así la cultura gastronómica que existe en cada una de ellas, de la misma forma es importante recalcar que el diseño de una feria tiene que atravesar por un

procedimiento minucioso que consta de 12 pasos, como es la definición de actividades y actores, cronograma de actividades, el espacio en el que se va a desarrollar, el reglamento de actividades, al igual que el logo y la indumentaria los cuales tienen que crear cierta identidad a la feria, además, el presupuesto cumple con un papel muy importante debido a que depende de él su puesta en marcha, asimismo la difusión a través de redes digitales es fundamental debido a los avances tecnológicos que existen actualmente, es así como la creación de una página web será de gran ayuda para lograr la difusión de la feria propuesta.

Recomendaciones

- Se recomienda crear un plan de trabajo que logre un correcto desarrollo turístico direccionado a la gastronomía a nivel nacional que potencialice las ferias gastronómicas en las parroquias rurales de la Administración Zonal Los Chillos, enfocados en criterios de sustentabilidad, competitividad de destinos y desarrollo local, con el fin de crear una red que unifique a los emprendedores y sus establecimientos formando parte de un circuito turístico-gastronómico, haciendo énfasis en el valor agregado de las tradiciones culinarias existentes en la zona.
- En cuanto a los resultados obtenidos mediante las encuestas, entrevistas y análisis, se recomienda tomar en cuenta el tipo de turista al ofertar una feria gastronómica, se debe dinamizar las ferias tomando en cuenta las edades y realizar publicidad específica para mujeres y hombres involucrando el neuromarketing, realizar estrategias de promoción por medio de redes sociales e incentivar a las parroquias con menor afluencia de turistas que gestionen este tipo de eventos enfocados en las fortalezas de las otras parroquias, enfocarse en la preparación de platos típicos con precios accesibles y gestionar nuevas herramientas de difusión que sean alcanzables hacia el nicho de mercado joven, tomando en cuenta que las ferias gastronómicas de

las parroquias son generadoras de recursos económicos para las familias, ya que por medio de estas también se puede preservar la cultura y tradición, es por esto que se debe realizar una gestión donde exista mayor participación e interés de las autoridades.

- Se recomienda que la carrera de turismo continúe con investigaciones en relación a la relevancia gastronómica en los destinos rurales, dado que trae consigo varios beneficios como son la preservación de la cultura en las parroquias rurales de la AZCH y la reactivación económica de cada una de ellas.

Bibliografía

Acciona. (2020). *¿Qué es el Desarrollo Sostenible?*

https://www.acciona.com/es/desarrollo-sostenible/?_adin=02021864894

Aguirre, L. (2008). *El Régimen de Competencias en el Ecuador: Enfoque especial en los gobiernos locales.*

[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/7C1E3EB26744EE9905257869005EA7D1/\\$FILE/Resumen_Regimen_Competicencias_ECUADOR_Lily_Aguirre.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/7C1E3EB26744EE9905257869005EA7D1/$FILE/Resumen_Regimen_Competicencias_ECUADOR_Lily_Aguirre.pdf)

Alfaro, V. (15 de julio de 2021). *¿Qué es la gastronomía? ¡Descubre sus categorías y disfruta de la mejor comida!* Crehana.

<https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-la-gastronomia/>

Alonso, A. F. (18 de Junio de 2020). *El turismo rural en Asturias.*

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42293/TFG-N.%201314.pdf;jsessionid=7AAC58DA5A06F3505E3167836143D953?sequence=1>

Alvarez , J. I., & Garzón, K. D. (2015). *Diseño de una feria gastronómica en el cantón Yaguachi.* Repositorio ESPOL: file:///C:/Users/WINDOWS/Downloads/D-101047.pdf

APEGA. (30 de septiembre de 2013). *El boom gastronómico peruano al 2013.*

Sociedad Peruana de Gastronomía -

Apega https://issuu.com/guillerp/docs/boom_gastronomico_peruano_al_2013_w

Barcelona Culinary y Hub. (28 de octubre de 2021). *¿Cómo aprovechar los beneficios de la gastronomía sostenible?*

<https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/gastronomia-sostenible>

Caballero, A. (11 de Enero de 2022). *Turismo sostenible: definición y 4 ejemplos en España*. <https://climate.selectra.com/es/consejos/turismo-sostenible#turismo-rural-en-espana>

Carrera, M. I., Bustamante, M., & Sáenz, M. (2016). *Las áreas protegidas del Distrito Metropolitano de Quito: conocer nuestro patrimonio natural*. Condesan: <https://www.bosquesandinos.org/wp-content/uploads/2016/11/Las-%C3%A1reas-protegidas-del-Distrito-Metropolitano-de-Quito.pdf>

Ceupe Turismo. (2021). *Definición de atractivo*. <https://www.ceupe.com/blog/atractivo-turistico.html>

Chuquimarca, J. (2013). *División de poderes en la actual Constitución del Ecuador*. Resistencia: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4356/1/13-OT-Chuquimarca.pdf>

Clemente, E., Hernández, J., & López, T. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura. *Revista Monográfico*, 817-833.

Cocepto . (2015). *Cocepto de Servicio*. <https://concepto.de/servicio/>

Coelho, F. (27 de mayo de 2019). *Qué es Sustentabilidad*. Significados: https://www.significados.com/sustentabilidad/#amp_tf=De%20%251%24s&aoh=16673087373837&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com

Comunicación Social R.T. (15 de Diciembre de 2013). *Conocoto tiene un infocentro comunitario con alta tecnología*. Pichincha al día:

<http://www.pichinchaldia.gob.ec/actualidad/item/222-el-infocentro-comunitario-mas-costoso-de-la-provincia.html>

Díaz, L. (17 de mayo de 2022). *Por qué las picanteras de Arequipa son unas guardianas de la gastronomía peruana*. National Geographic:
https://viajes.nationalgeographic.com.es/gastronomia/por-que-picanteras-arequipa-son-unas-guardianas-gastronomia-peruana_18203

Editorial Etecé. (5 de agosto de 2021). *¿Qué es servicio?* Concepto:
<https://concepto.de/servicio/>

Editorial Etecé. (5 de Agosto de 2021). *Encuesta*. <https://concepto.de/encuesta/>

Ekos. (3 de Mayo de 2017). *El Salinerito: la sostenibilidad es estrategia de un negocio solidario y responsable*. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/el-salinerito-la-sostenibilidad-es-estrategia-de-un-negocio-solidario-y-responsable>

Entorno Turístico. (30 de septiembre de 2016). *¿Qué son los recursos turísticos y cómo se clasifican?* <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>

GAD Parroquial Alangasí. (2015). *PDOT*. https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1768124430001_PD%20Y%20OT,%20ALANGASÍ_30-10-2015_09-07-23.pdf

GAD Parroquial Amaguaña. (2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia de Amaguaña*. GAD parroquial de Amaguaña:
<http://www.amaguania.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/PDOT-PARROQUIA-AMAGUA%C3%91A-2020-FINAL.pdf>

GAD Parroquial Conocoto. (2015). *PDOT Parrquia Conocoto* . Conocoto : GAD Parroquial Conocoto.

GAD Parroquial La Merced. (2015). *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Parroquial La Merced D.M.Q. 2015-2019*. Sistema Nacional de Información: https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1768098920001_PDYOT%20FINAL%20PARROQUIA%20LA%20MERCED_29-10-2015_15-55-17.pdf

Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El Turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 346-359.

Gastronomía & Cía. (s.f.). *Día de la Gastronomía Sostenible 2020, ¿qué es y qué podemos hacer?* <https://gastronomiaycia.republica.com/2020/06/16/dia-de-la-gastronomia-sostenible-2020-que-es-y-que-podemos-hacer/>

Gobierno de Pichincha & GAD Parroquial de Guangopolo. (Agosto de 2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Guangopolo 2012-2025*. Prefectura de Pichincha. https://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenio_paginas/archivos/PDOT%20GUANGOPOLO%202012.pdf

Gobierno de Pichincha & GAD Parroquial de Píntag. (Agosto de 2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Píntag 2012 - 2025*. Prefectura de Pichincha. http://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenio_paginas/archivos/PDOT%20PINTAG%202012.pdf

Gruppo Salinas. (2022). *Miembros de la Cooperación Gruppo Salinas*. Gruppo Salinas: <https://salinerito.com/>

IFEMA. (10 de Enero de 2022). *Turismo gastronómico: qué es y principales destinos en España*. <https://www.ifema.es/noticias/turismo/turismo-gastronomico-que-es-principales-destinos-espana>

Ivette, A. (9 de febrero de 2020). *Desarrollo sostenible*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo-sostenible.html>

Jiménez, R. M. (11 de Septiembre de 2015). *Amanece Metrópolis*. ¿Turismo gastronómico para el Desarrollo Local?: <https://amanecemetropolis.net/turismo-gastronomico-desarrollo-local/>

Lugo, Z. (s.f.). *Zona rural y zona urbana*. https://www.diferenciador.com/zona-rural-y-zona-urbana/amp/#amp_tf=De%20%251%24s&aoh=16673093793640&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com

Manzano, I. (1 de marzo de 2018). *¿Cómo identificar recursos endógenos en nuestro pueblo?* almanatura: <https://almanatura.com/2018/03/identificar-recursos-endogenos-pueblo/#:~:text=Definimos%20recursos%20end%C3%B3genos%20como%20un,y%20sostenible%20en%20el%20tiempo>

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2015). *Más parroquias de Pichincha conectadas, gracias al proyecto infocentros*. Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información:

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/mas-parroquias-de-pichincha-conectadas-gracias-al-proyecto-infocentros/>

Molleda, R. (13 de Septiembre de 2022). Festivales gastronómicos en Asturias:
<https://asturias.com/festivales-gastronomicos-en-asturias/>

Muedra, B. (2019). *ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO RURAL EN LA COMUNITAT VALENCIANA*.
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/128074/Muedra%20-%20An%C3%A1lisis%20econ%C3%B3mico%20del%20turismo%20rural%20en%20la%20Comunidad%20Valenciana.pdf?sequence=1>

Municipio de Quito. (2019). *Proceso y rendición de cuenta 2019*. Municipio de Quito.
https://www.quito.gob.ec/documents/rendicion_cuentas/2019/INFORME_LOS_CHILLOS.pdf

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2012). *Plan De Desarrollo*.
http://www.emseguridad-q.gob.ec/mtdocuments/PLAN_DES_2012_2022.pdf

Muñoz , G., Uribe, C., Pérez, J., & Ríos, I. (2017). Festivales Gastronómicos y Turismo en Latinoamérica. El Festival Raíces de Guayaquil, Ecuador. *Rosa Dos Ventos*, 356 - 371.

Naciones Unidas. (1987). *Nuestro Futuro Común*.
<http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0506189>

Parra, A. (Noviembre de 2021). *El carácter complejo de la competitividad en destinos turísticos rurales: consideraciones para estudios turísticos*.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000300225

Pérez , J. (9 de enero de 2015). *Introducción al concepto de desarrollo*. Obtenido de El Orden Mundial: <https://elordenmundial.com/introduccion-al-concepto-de-desarrollo/>

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2008 de septiembre de 25). Obtenido de DEFINICIÓN DE Entrevista: <https://definicion.de/entrevista/>

Pérez , J., & Merino, M. (2021). *Definición de conservación*. Obtenido de <https://definicion.de/conservacion/>

Perez, J. (9 de Enero de 2015). *Introducción al concepto de desarrollo*. Obtenido de <https://elordenmundial.com/introduccion-al-concepto-de-desarrollo/#:~:text=o%20correo%20electr%C3%B3nico-,El%20desarrollo%20es%20un%20concepto%20hist%C3%B3rico%20que%20ha%20ido%20evolucionando,%2C%20social%2C%20cultural%20o%20pol%C3%ADticamente.>

Rojas, J. (12 de Mayo de 2021). *Competitividad Gastronómica*.
<https://es.linkedin.com/pulse/competitividad-gastron%C3%B3mica-jonathan-rojas-soto->

Roman, M. (2009). *Turismo Rural en la Argentina*.
<http://repiica.iica.int/docs/B1558e/B1558e.PDF>

RSE. (8 de enero de 2022). *Medio ambiente: qué es, definición, características, cuidado y carteles*. Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad:

<https://responsabilidadsocial.net/medio-ambiente-que-es-definicion-caracteristicas-cuidado-y-carteles/?amp>

Significados. (2013). *Qué es la innovación.*

<https://www.significados.com/innovacion/>

Significados. (s.f.). *Significado de Subdesarrollo.*

<https://www.significados.com/subdesarrollo/>

Socatelli, M. (noviembre de 2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo.*

<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>

Sorba, P. (2011). *Rutas Gastronómicas De Chubut Corazón De La Patagonia.*

<https://www.yvera.tur.ar/cocinar/documentos/2636ed06-25a7-4757-b0c9-c5124170339c.pdf>

Thompson, I. (diciembre de 2005). *Definición de Producto.* PromonegocioS.net:

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>

Ucha, F. (mayo de 2010). *Definición de Destino.* Definición ABC:

<https://www.definicionabc.com/general/destino.php>

Apéndice