



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PLANTA TURÍSTICA OFERTA ALIMENTOS Y
BEBIDAS DEL CANTÓN PUJILÍ”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada en Turismo

Autor:

Ochoa Maigua Eliana Kassandra

Tutor:

Guamán Guevara Adolfo Ricardo

LATACUNGA – ECUADOR

FEBRERO 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Ochoa Maigua Eliana Kassandra, con cédula de ciudadanía No. 1754391652, declaro ser autora del presente Proyecto de Investigación: **“PLANTA TURÍSTICA OFERTA ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN PUJILÍ”**, siendo el Licenciado Mg. Adolfo Ricardo Guamán Guevara, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 12 febrero del 2024



Eliana Kassandra Ochoa Maigua
C.C: 1754391652
ESTUDIANTE

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **OCHOA MAIGUA ELIANA KASSANDRA**, identificada con cédula de ciudadanía 1754391652 de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**PLANTA TURÍSTICA OFERTA ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN PUJILÍ**”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Octubre 2019 – Marzo 2020

Finalización de la carrera: Octubre 2023 – Marzo 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 28 de Noviembre del 2023

Tutora: Lic. Adolfo Ricardo Guamán Guevara, Mg.

Tema: “**PLANTA TURÍSTICA OFERTA ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN PUJILÍ**”

CLÁUSULA SEGUNDA. - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - **OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que LA CESIONARIA no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido LA CEDENTE declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de LA CESIONARIA el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo LA CEDENTE podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de LA CEDENTE en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 12 días del mes de febrero del 2024.


Eliana Kassandra Ochoa Maigua
LA CEDENTE

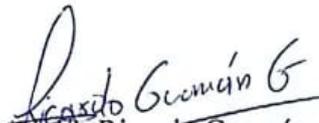
Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.
LA CESIONARIA

AVAL DE TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación con el título:

“PLANTA TURÍSTICA OFERTA ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN PUJILÍ”, de Ochoa Maigua Eliana Kassandra, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 12 de febrero del 2024


Lic. ~~Adolfo~~ Ricardo Guamán Guevara, Mg.
C.C. 1802830123
DOCENTE TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Ochoa Maigua Eliana Kassandra, con el título de Proyecto de Investigación: “**PLANTA TURÍSTICA OFERTA ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN PUJILÍ**”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 12 de febrero del 2024



Ing. Rodas Vinueza Daniela Alejandra, Mgs.
C.C: 1722220868
LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Sara Alejandra Armijos Anjo, Mgs.
C.C: 1803993995
LECTOR 2 (MIEMBRO)



Ing. Freddy Anaximandro Álvarez Lema, Mgs.
C.C: 1712930328
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Esta tesis de titulación y mi formación como persona se la debo a muchas personas e instituciones, principalmente a Dios por la vida, a mis padres que fueron el pilar fundamental en mi proceso de formación, a mis familiares que siempre me han alentado a seguir adelante y a la universidad que a través del conocimiento de los ingenieros me ha permitido aprender mucho y cumplir con mi meta, al igual agradecida por los buenos y malos momentos vividos que me ayudaron a crecer.

Eliana Kassandra Ochoa Maigua

DEDICATORIA

A mis padres Alberto Ochoa y Blanca Maigua que se han esforzado día a día apoyándome en mis estudios para formarme como profesional, a mis hermanas y familiares que me han estado alentando a través de sus consejos y a mi novio Christian Guamushig que en todo momento ha estado conmigo incondicionalmente apoyándome en este proceso para cumplir mi meta, así convirtiéndose en personas importantes en este proceso.

Eliana Kassandra Ochoa Maigua

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “PLANTA TURÍSTICA OFERTA ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN PUJILÍ”.

Autor:

Ochoa Maigua Eliana Kassandra

RESUMEN

El presente trabajo de investigación Planta turística oferta alimentos y bebidas del cantón Pujilí tiene como objetivo proponer alternativas de gestión a través del análisis de la información para la dinamización de la oferta turística, diseñando un boletín informativo mediante métodos, técnicas e instrumentos de investigación donde se recopiló información relevante, a través de las salidas de campo permitiendo conocer la situación actual, para el cumplimiento de este trabajo de investigación se desarrolló tres objetivos, el primer objetivo es diagnosticar la planta turística oferta de los establecimientos de alimentos y bebidas mediante el catastro e inventario a través de fichas técnicas proporcionados por la carrera de licenciatura en turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, anexos del reglamento de turismo de alimentos y bebidas y entrevistas realizadas a los actores claves como a los prestadores de servicios para dar a conocer el potencial que presentan los establecimientos y a turistas, siendo una parte fundamental para el desarrollo del segundo objetivo donde se inventariaron un total de 29 establecimientos de oferta alimentos y bebidas los cuales 19 son restaurante, 4 cafeterías, y 6 bares - discotecas, que fueron identificados en las 7 parroquias del cantón Pujilí. En el segundo objetivo se plantea estrategias operativas a través de las matrices PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI y MAFE para el fortalecimiento en los establecimientos de Alimentos y bebidas, permitiendo analizar los factores internos y externos de la planta turística oferta del cantón dando como resultado 6 estrategias operativas con el propósito de satisfacer las necesidades como son servicio, infraestructura, seguridad para crear nuevas experiencias en los turistas o visitantes permitiendo el desarrollo y crecimiento de los establecimientos. El tercer objetivo es diseñar un boletín informativo a través de la sistematización de la información recolectada por medio de entrevistas e inventario como medio de difusión para los prestadores de servicios, estipula que el cantón Pujilí tiene mucho potencial turístico, todo depende de la gestión de las autoridades. Este trabajo de investigación pretende informar a través del boletín informativo la situación actual de la planta turística oferta de alimentos y bebidas proponiendo estrategias operativas para el desarrollo de los establecimientos en el ámbito socio económico, siendo beneficiados los dueños de los establecimientos. Este proyecto servirá como apoyo para futuras investigaciones donde la información se irá actualizando periódicamente.

Palabras claves: boletín informativo, planta turística, oferta, turismo, establecimientos.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCES AND NATURAL RESOURCES

TITLE: "TOURIST PLANT FOR FOOD AND BEVERAGES IN PUJILÍ CANTON".

Author:

Ochoa Maigua Eliana Kassandra

ABSTRACT

The present research work had the objective of designing an informative bulletin through methods, techniques and research instruments where relevant information was collected through field trips allowing to know the current situation of the tourist plant offer of the food and beverage establishments of the Pujilí canton, for the fulfillment of this research work three objectives were developed where the first one is to diagnose the tourist plant offer of the food and beverage establishments where the collection and systematization of information was made through a technical card to make an updated inventory of the establishments, Interviews were also conducted with key private actors to learn about the potential of food and beverage establishments as well as the tourist profile, which is a fundamental part for the development of the second objective. A total of 29 food and beverage establishments were inventoried, 19 of which are restaurants, 4 cafeterias, and 6 bars, which were identified in the 7 parishes of Pujilí canton. The second objective is to propose operational strategies to strengthen food and beverage establishments, where the PETS-LA, SWOT, MEFE, MEFI, and MAFE matrices were developed to analyze the internal and external factors of the canton's tourism plant, resulting in 24 strategies to help service providers make decisions. The third objective is to design a newsletter as a means of dissemination where photographs, data and relevant information systematized for the development of the same, after the analysis of the diagnostic information, inventory and interviews it was determined that the canton Pujilí has a lot of tourism potential, it all depends on the management of the authorities. The objective of this research work is to report the current situation of the tourist plant, food and beverage supply, to know the profile of the tourist and to propose operational strategies for the development of the canton in the socio-economic field and the promotion of tourism to improve the influx of tourists, benefiting the owners of the establishments. In addition, this project will serve as an aid for future research where the information will be updated periodically.

Key words: informative bulletin, tourist plant, offer, tourism, establishments.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DE TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	v
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
Título del Proyecto.....	1
Fecha de inicio	1
Fecha de finalización	1
Lugar de ejecución.....	1
Institución	1
Facultad que auspicia.....	1
Carrera que auspicia.....	1
Equipo de Trabajo.....	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	3
3.1. BENEFICIARIOS DIRECTOS	3
3.2. BENEFICIARIOS INDIRECTOS	4
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
5. OBJETIVOS.....	6
5.1. Objetivo General.....	6

5.2. Objetivos Específicos.....	6
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	7
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	9
7.1 Ley de Turismo	9
7.2 Importancia a de la ley de Turismo.....	9
7.3 Reglamento Turístico De Alimentos y Bebidas	10
7.4 Turismo	13
7.5 Formas de Turismo.....	14
7.6 Tipos de Turismo	15
7.7 Sistema Turístico.....	17
7.8 Oferta Turística	18
7.9 Demanda Turística	19
7.10 Planta Turística.....	19
7.11 Perfil del turista	20
7.12 Turismo y Comida.....	20
7.13 Catastro turístico	20
7.14 Ficha técnica.....	21
7.15 Inventario	21
7.16 Entrevista.....	22
7.17 Qué es un boletín.....	23
8.- VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA.....	25
9.- METODOLOGÍA	26
9.1 Metodología aplicarse según los objetivos	26
9.1.1 Objetivo 1: Diagnosticar la planta turística de establecimientos de alimentos y bebidas mediante el catastro e inventario a través de fichas técnicas, anexos del reglamento de turismo y entrevistas.....	26
9.1.2 Objetivo 2 Plantear estrategias operativas a través de las matrices PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI y MAFE para el fortalecimiento en los establecimientos de Alimentos y bebidas.	35
9.1.3 Objetivo 3 Diseñar un boletín informativo a través de la sistematización de la información recolectada como medio de difusión para los prestadores de servicios.....	40
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	41
Diagnóstico del área de estudio Cantón Pujilí	41

10.1 Reseña histórica.....	41
10.2 Inventario de Planta Turística Oferta de Alimentos y Bebidas.....	42
10.2.1 Interpretación de resultados del Inventario de Planta Turística Oferta de Alimentos y Bebidas a través de las fichas técnicas.....	43
10.2 Interpretación de resultados de anexos del Reglamento de alimentos y bebidas.....	58
10.3 Entrevistas.....	62
10.4 Matriz PEST-LA.....	83
10.5 FODA.....	84
10.6 Matriz MEFI.....	85
10.7 Matriz MEFE.....	87
10.8 Matriz MAFE.....	88
10.8.1 Estrategias.....	92
10.9 Diseño del boletín informativo.....	98
11. IMPACTOS.....	100
11.1 Impacto Técnico.....	100
11.2 Impacto Social.....	100
11.3 Impacto económico.....	100
12. CONCLUSIONES.....	101
13. RECOMENDACIONES.....	102
14. BIBLIOGRAFIA.....	103
15. ANEXOS.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios directos.....	3
Tabla 2 Beneficiarios indirectos.....	4
Tabla 3 Actividades y sistema de tareas.....	7
Tabla 4. Tipos de turismo.....	15
Tabla 5. Cronograma de las salidas de campo.....	28
Tabla 6. Tabla de cálculo de la muestra.....	30
Tabla 7. Modelo de ficha técnica.....	32
Tabla 8. Ejemplo de tabla de resumen.....	33
Tabla 9. Puntaje para la categorización de restaurantes.....	35
Tabla 10. Puntaje para la categorización de cafeterías.....	35

Tabla 11. Puntaje para la categorización de bares-discotecas	35
Tabla 12. Ejemplo de tabla de matriz pest-la	36
Tabla 13. Ejemplo de tabla de matriz foda	37
Tabla 14. Ejemplo de tabla para la matriz mefi	38
Tabla 15. Ejemplo de tabla para la matriz mefe	39
Tabla 16. Ejemplo de tabla para la matriz mafe	39
Tabla 17. Resultados del inventario de planta turística oferta de alimentos y bebidas	43
Tabla 18. Establecimientos inventariados	43
Tabla 19. Tabla resumen restaurantes del cantón pujilí	49
Tabla 20. Tabla resumen de bares del cantón pujilí	55
Tabla 21. Tabla resumen de cafeterías del cantón pujilí.	57
Tabla 22. Resumen de establecimientos que cumplen o no con los requisitos obligatorios	58
Tabla 23. Resumen de establecimientos que cumplen o no con los requisitos obligatorios	59
Tabla 24. Resumen de establecimientos que cumplen o no con los requisitos obligatorios	60
Tabla 25. Tabla del perfil del turista.....	73
Tabla 26. Tabla de nombres y cargos de los prestadores de servicios	74
Tabla 27. Tabla prestadores de servicios.....	82
Tabla 28. Tabla de la matriz pest-la	83
Tabla 29. Tabla matriz foda.....	84
Tabla 30. Tabla matriz mefi en base a la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón pujilí.....	86
Tabla 31. Tabla matriz mefe en base a la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón pujilí.....	87
Tabla 32. Matriz mafe en base a la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón pujilí.	88
Tabla 33. Estrategias operativas para la planta turística oferta del cantón pujilí	92
Tabla 34. Propuesta de plan de acción	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Funcionamiento del sistema turístico.....	17
Figura 2. Mapa de actores.....	29
Figura 3. Ubicación geográfica del cantón pujilí	42
Figura 4. Categorización de restaurantes.....	61
Figura 5. Categorización de cafeterías	61
Figura 6. Categorización de bares y discotecas.....	62
Figura 7. Edad.....	63
Figura 8. Género	63
Figura 9. Lugar de visita.....	64
Figura 10. Razón de viaje	64
Figura 11. Medio de transporte.....	65
Figura 12. Rango de ingreso mensual	65
Figura 13. Visitas al cantón pujilí.....	66
Figura 14. Visitas al cantón pujilí, en los últimos 12 meses	66
Figura 15. Meses de afluencia	67
Figura 16. Preferencia de viaje	67
Figura 17. Atractivos turísticos visitados	68
Figura 18. Medios de difusión.....	68
Figura 19. Establecimientos visitados	69
Figura 20. Valoración de servicios de establecimientos visitados	69
Figura 21. Presupuesto de consumo	70
Figura 22. Conocimiento de platos representativos.....	70
Figura 23. Selección de platos representativos.....	71
Figura 24. Recomendación de gastronomía	71
Figura 25. Retornaría al cantón pujilí.....	72
Figura 26. Cargo que ocupan.....	75
Figura 27. Tipo de establecimiento	75
Figura 28. Tiempo de funcionamiento	76
Figura 29. Procedencia de clientes	76
Figura 30. Cantidad mensual de clientes	77
Figura 31. Meses de temporada alta	77
Figura 32. Días de mayor afluencia.....	78

Figura 33. Factores influyentes	78
Figura 34. Registro de platos	79
Figura 35. Medios de difusión	79
Figura 36. Estimación de capacitación	80
Figura 37. Tiempo de capacitación	80
Figura 38. Plato o bebida más vendido.....	81
Figura 39. Encabezado del boletín	98
Figura 40. Contenido de texto	98
Figura 41. Tabulaciones	99
Figura 42. Referencias	99

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto

Planta Turística Oferta Alimentos Y Bebidas Del Cantón Pujilí

Fecha de inicio: Octubre 2023

Fecha de finalización: Febrero 2024

Lugar de ejecución: Catón Pujilí

Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales.

Carrera que auspicia: Licenciatura en Turismo

Equipo de Trabajo:

Tutor: Lic. Adolfo Ricardo Guamán Guevara, Mg.

Correo Electrónico: adolfo.guaman0123@utc.edu.ec

Teléfono: 099 567 9858

Coordinador del Proyecto:

Nombre: Eliana Kassandra Ochoa Maigua

Teléfono: 093 961 0431

Correo Electrónico: eliana.ochoa1652@utc.edu.ec

Área de Conocimiento: Servicios

Línea de investigación: Planificación y Gestión del Turismo Sostenible

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La presente investigación pretende proponer alternativas de gestión en los establecimientos de alimentos y bebidas, a través del análisis de la información para la dinamización de la oferta turística del cantón Pujilí mediante el desarrollo del boletín informativo, considerando utilizar herramientas técnicas de investigación de campo.

A través de la información proporcionada por el GAD Municipal del cantón Pujilí establece que no cuenta con un catastro actualizado de la planta turística de oferta de alimentos y bebidas como tampoco se ha generado boletines informativos para los prestadores de servicios, sin embargo para levantar información relevante se realizó un inventario donde se encuentra un total de 29 establecimientos de oferta alimentos y bebidas los cuales 19 son restaurante, 4 cafeterías, y 6 bares - discotecas, que fueron identificados en las 7 parroquias del cantón Pujilí a través de las fichas técnicas proporcionada por la carrera de licenciatura en turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, también se utilizó los anexos del reglamento de alimentos y bebidas para su categorización y nombramiento como establecimiento turístico al igual se desarrolló entrevistas a través de las salidas de campo a los actores claves privados estos son a los dueños de prestadores de servicio como a los turistas o visitantes, al desarrollar su respectivo análisis permite conocer el perfil de turista además se verifica el estado actual de los establecimientos dando a percibir la función operativa y servicios que se brinda al cliente. Para determinar el tipo de estrategias operativas que se puedan adaptar a los establecimientos de alimentos y bebidas, se aplicó el método analítico donde el autor (Ponce Talancón, 2007) desarrollo “las matrices PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI y MAFE dando como resultado 6 estrategias operativas para el desarrollo de la planta turística oferta.”

Con los resultados de este trabajo de investigación se pretende potenciar a la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí al implementar un boletín informativo el cual se encarga en obtener información relevante impulsando el desarrollo, de tal manera se proponer la práctica de las estrategias operativas con la cual se obtenga resultados que cumplan con el objetivo ya que será de apoyo a los propietarios de los establecimientos.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En este proyecto de investigación los beneficiarios se dividen en dos los directos e indirectos, los beneficiarios directos son todos los dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pujilí identificados mediante las salidas de campo, quienes podrán dinamizar su oferta turística.

Tabla 1 Beneficiarios Directos

3.1. BENEFICIARIOS DIRECTOS

Dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pujilí: 29 establecimientos

- Restaurantes: 19

Karuña Ñan

Sumak Mikuna

Mirador Oro Verde

Hosteria Chukirawa

Restaurante Inti Ñan

Restaurante Comunitario Kirutwa Musguk Was

Andean House

Fanny Lu Paradero

Pollos al Gustos

Cafelisa

Los Aylluz

Pollos Rikoton

Gusto Restaurante

La Esquina de Ales

Parrilladas El Chagra

Pizzería El Danzante

Pioo Rojo

Mr. Grill

Pizza de Angelo

- Bares – Discotecas: 6

Beer Club

California Bar 593

Moncawa

La Casa

La Hueca del Diablo

Coco Barril

- Cafetería: 4

Dulzura Mía

Bogati

Happy

Dulfres

Nota: Investigación de Campo (Eliana Ochoa, 2024)

Los beneficiarios indirectos se pueden considerar que son los habitantes del cantón Pujilí, los estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, los turistas nacionales y extranjeros y las autoridades del GAD municipal del cantón Pujilí siendo de gran ayuda la información recopilada se podría tener en cuenta para campañas de dinamización, programas de marketing, actualización de información, y más.

Tabla 2 Beneficiarios Indirectos

3.2. BENEFICIARIOS INDIRECTOS

Habitantes del Cantón Pujilí: 79,772 habitantes

Estudiantes de la F-CAREN: 2440 estudiantes

Turistas Nacionales y Extranjeros: 84.376 (año 2020)

Autoridades del GAD Municipal del Cantón Pujilí: 8 personas

Nota: Información proporcionada por el personal administrativo de la UTC y tomada del Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Pujilí (2022-2025).

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Según (MINTUR, 2019) se considera que “El turismo es una de las principales fuentes económicas a nivel nacional, a través del análisis de la información recabada anteriormente el ministerio de turismo a nivel mundial y nacional detuvo las actividades turísticas viéndose afectada por la llegada de la pandemia del covid-19”(p.4), obligando a los prestadores de servicios el cierre temporal y quiebra de algunos establecimientos los cual afecto económicamente a la planta turística oferta de alimentos y bebidas provocando pérdidas millonarias y generando una crisis económica, según cifras del Ministerio de turismo en el año 2020 se registraron 468.894 llegadas de turistas, evidenciando un descenso del 77% con respecto al año 2019 en el año 2020 la llegada de extranjeros pasaron de 131.820 en el mes de febrero a 1.210 evidenciando una disminución del 99% de turistas extranjeros. Según el diario Primicias desde abril del 2023 la inseguridad que vive el Ecuador ha hecho que inversionistas del turismo pause sus inversiones debido al aumento de los niveles de inseguridad que tiene el Ecuador esto debido a que los robos, asaltos, asesinatos y extorciones hacen que los turistas o visitantes eviten salir lo que significa menos clientes en la planta turística oferta de alimentos y bebidas.

El turismo en la Provincia de Cotopaxi se ha identificado diversos problemas una de ella es la emergencia sanitaria la cual se produjo a nivel mundial, según la secretaria de gestión de riesgos (SGR) los desastres naturales es otro de los problemas, el 21 de octubre del 2022 el volcán Cotopaxi inicio un nuevo periodo eruptivo por un periodo de 10 meses emitiendo gran cantidad de ceniza, además de haber registrado sismos y desbordamientos de ríos en el cantón la Maná, todo esto es debido a los cambios climáticos en diferentes cantones de la provincia, provocando un descenso en la movilización de turistas o visitantes afectando a la planta turística oferta de alimentos y bebidas a nivel provincial.

En el cantón Pujilí mediante el desarrollo del proyecto de investigación existen factores como la falta de información actualizada tanto del catastro del MINTUR e inventarios de los establecimientos de oferta de alimentos y bebidas los cuales son un problema para el desarrollo turístico convirtiéndose en un alto margen de desconocimiento de la oferta turística donde no existe un registro de los diferentes establecimientos que oferten alimentación en el cantón.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Proponer alternativas de gestión en los establecimientos de alimentos y bebidas, a través del análisis de la información para la dinamización de la oferta turística del Cantón Pujilí.

5.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la planta turística oferta de establecimientos de alimentos y bebidas mediante el catastro e inventario a través de fichas técnicas, anexos del reglamento de alimentos y bebidas y entrevistas.
- Plantear estrategias operativas a través de las matrices PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI y MAFE para el fortalecimiento en los establecimientos de alimentos y bebidas.
- Diseñar un boletín informativo a través de la sistematización de la información recolectada como medio de difusión para los prestadores de servicios.

6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 3 Actividades y Sistema de Tareas

OBJETIVO S	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	RESULTADOS
Objetivo 1 Diagnosticar la planta turística de establecimientos de alimentos y bebidas mediante el catastro e inventario a través de fichas técnicas, anexos del reglamento de turismo y entrevistas.	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de información física y virtual • Revisión de información • Selección de información • Planificación y ejecución de salidas de campo • Identificación de actores • Verificación del Catastro • Diseño de entrevista • Revisión y aprobación de la entrevista • Aplicación de la entrevista • Sistematización de la información 	Enfoque: Cualitativo Tipo de investigación: Diagnostica Método: Analítico Técnicas: Bibliográfica, trabajo de campo, mapeo de actores, entrevistas. Instrumentos: Catastro, fichas técnicas, anexos del reglamento turístico de alimentos y bebidas.	Diagnóstico de la planta turística de la oferta de alimentos y bebidas del cantón.

<p>Objetivo 2</p> <p>Plantear estrategias operativas a través de las matrices PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI y MAFE para el fortalecimiento en los establecimientos de Alimentos y bebidas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del entorno del Cantón Pujilí. • Construcción de la matriz FODA • Desarrollo de matrices FODA, MEFE, MEFI, MAFE • Selección de estrategias 	<p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Tipo de investigación: Descriptivo</p> <p>Método: Analítico</p> <p>Técnicas:</p> <p>Análisis FODA</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Matriz PEST-LA</p> <p>Matriz FODA</p> <p>Matriz MEFE</p> <p>Matriz MEFI</p> <p>Matriz MAFE</p>	<p>Estrategias operativas</p>
<p>Objetivo 3</p> <p>Diseñar un boletín informativo a través de la sistematización de la información recolectada como medio de difusión para los prestadores de servicios de alimentos y bebidas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilación de información como: fotos, datos e información. • Clasificación y sistematización de información • Desarrollo del boletín informativo 	<p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Tipo de investigación: Descriptivo</p> <p>Método: Inductivo</p> <p>Técnicas: Técnicas de diseño de documentos de alto impacto.</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Diseño de un sistema web</p>	<p>Boletín informativo</p>

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

La presente investigación se rige con un marco legal para el desarrollo donde se maneja con leyes y reglamentos para el desarrollo, los cuales definen el modo de gestión y manejo que tendrá la planta turística oferta de alimentos y bebidas.

7.1 Ley de Turismo

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas
- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito
- Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte de la agencia miento
- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.
- Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

LEXIS(2016) afirma que

Conforme a la ley de turismo al analizar las actividades turísticas se toma en cuenta al servicio de alimentos y bebidas siendo una de las más importantes por la constante movilidad de turistas nacionales o extranjeros de un lugar a otro convirtiéndose una de las mayores actividades económicas del país. (p.2)

7.2 Importancia a de la ley de Turismo

La ley de turismo es importante debido a que sirve como herramienta de desarrollo para la actividad turística, una de las principales es la oferta turística de alimentos y bebidas estos establecimientos deben someterse a leyes para evitar cualquier sanción, es por ello que el

gobierno ha facilitado obtener los requisitos necesarios a los prestadores de servicios siempre y cuando cumplan con lo requerido para el turista, basándose en los tres ejes fundamentales como:

1. Mejorar la calidad en el servicio

La calidad del servicio significa el grado en que el proveedor del servicio cumple con las expectativas y necesidades de sus clientes. Es una evaluación de la excelencia y la satisfacción de un consumidor al utilizar un servicio en particular. (Hammond, 2023)

2. Infraestructura

La infraestructura turística se define como la provisión de bienes y servicios para satisfacer las necesidades y crear experiencias al consumidor

3. Buenas prácticas de manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufactura (GMP) son un conjunto de principios básicos destinados a garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y reducir los riesgos asociados con la producción y distribución. (Intedya, 2016)

7.3 Reglamento Turístico De Alimentos y Bebidas

Lexis (2018) establece que

El artículo 43 del Reglamento General a la Ley de Turismo define a la actividad de alimentos y bebidas de la siguiente manera: Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento (p. 2).

Esto quiere decir que la planta turística son todos los establecimientos que prestan servicios al turista siendo servicios complementarios o adicionales, las cuales se encuentran regidas por los organismos nacionales para supervisar y controlar los estándares de calidad.

7.3.1 Clasificación:

Art. 14.- De su clasificación. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

- a) **Cafetería:** Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
- b) **Bar:** Establecimiento donde se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos ligeros como bocaditos, picadas, sándwich, entre otros similares, cuya estructura debe tener una barra o mostrador donde se servirán las bebidas y todo aquello que ordenen los consumidores, para el consumo dentro del establecimiento. No podrá contar con área de baile.
- c) **Restaurante:** Establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio.
- d) **Discoteca:** Establecimiento para escuchar música grabada y/o en vivo, bailar y consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas, que cuenta con pista de baile.
- e) **Establecimiento móvil:** Establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos preparados, pudiendo ser fríos y/o calientes y bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Este tipo de establecimiento se caracteriza por prestar servicios itinerantes de alimentos y bebidas.
- f) **Plazas de comida:** Son consideradas como los sitios que agrupan diversos establecimientos turísticos de alimentos y bebidas y que no se encuentran dentro de un centro comercial. Para la regulación y control de estas plazas de comida se tomará en cuenta el cumplimiento obligatorio de los requisitos determinados en el (Anexo G) que es parte integrante del presente reglamento, mismos que deberán ser aplicables en las áreas comunes de las plazas.
- g) **Servicio de Catering:** Es la prestación externa del suministro de comida preparada y puede abastecer de todo lo necesario para la organización de cualquier evento, banquete, fiesta o similares; y, es en general la prestación de servicios de preparación de comidas para ser vendidas o servidas en puntos de consumo separados del lugar donde se

elaboran (no comprende el servicio a domicilio de un restaurante, cafetería o establecimiento de alojamiento).

7.3.2 Categorización:

Art. 18.- Categorización. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo al cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente manera:

- a) **Las cafeterías se categorizarán en:** (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría.
- b) **Los restaurantes se categorizarán en:** (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría.
- c) **las discotecas se categorizarán en:** (3) tres, (2) dos y (1) una copa siendo (3) tres copas la mayor categoría y (1) una copa la menor categoría.
- d) **Los establecimientos móviles, plazas de comida y servicio de catering se categorizarán como** categoría única.

Según Lexis (2018)

El ministerio de Turismo se asegura que se cumplan con todas las leyes y reglamentos otorgados, al igual con las medidas de atención e higiene entre otros, por ende, se encargan en realizar visitas imprevistas a todos los establecimientos que presten servicios que se encuentren dentro y fuera del registro. (p. 10)

7.3.3 Reglamento de Alimentos y Bebidas

De acuerdo al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas realizado por el Ministerio de Turismo en el **Art.17** manifiesta que los establecimientos de alimentos y bebidas deben cumplir con requisitos obligatorios para el funcionamiento del establecimiento, caso contrario no podrá registrarse y se procederá con el proceso administrativo conforme a la normativa vigente.

De acuerdo al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas realizado por el Ministerio de Turismo en el **Art.19** manifiesta que los establecimientos de alimentos y bebidas deberán

alcanzar un mínimo de 40 cuarenta puntos para una categorización caso contrario no obtendrán el registro turístico.

Para la calificación de cada requisito se identificó mediante un puntaje de acuerdo el tipo de requisito.

- Requisitos de buena práctica 6 puntos
- Requisitos de servicios 4 puntos
- Requisitos de infraestructura 2 puntos

7.4 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008) manifiesta que, “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes)” (p.6). Donde el turismo abarca sus actividades y algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

Esto quiere decir que el turismo es una actividad importante que se encarga en satisfacer las necesidades del turista nacional o extranjero generando el desplazamiento a un entorno fuera de lo habitual por diversos motivos personales.

Para el autor Lamboggia Ortiz (2014) menciona que turismo “es un sector de gran importancia y dinamismo para la economía de los países receptores. Este sector está conformado por varios sectores de la economía como el hotelería, restaurantes, transporte, agencias de viaje, recreación, entre otros por lo que ha sido considerado una de las industrias más grandes del mundo”. (p. 2)

Lo que indica que el turismo continuo en constante crecimiento favoreciendo el desarrollo del país, siendo una vía de ingresos de divisas.

7.5 Formas de Turismo

Según la OMT (2008) existen tres formas básicas de turismo:

1. **Turismo Interno:** son todas las actividades turísticas que se realiza dentro de su residencia.
2. **Turismo Receptor:** son todas las actividades que realiza un turista no residente en el lugar.
3. **Turismo Emisor:** son las actividades turísticas realizadas fuera del país que reside.

Estas se combinan para dar lugar a otras categorías como:

- **Turismo Interior**

Indec (2023) indica que el turismo “Es la suma del turismo receptivo y el interno. Es decir, el turismo que realizan dentro de un país sus residentes y los no residentes.” (p.7)

Quiere decir que es la actividad turística realizada dentro de su propio país por diferentes necesidades.

- **Turismo Nacional**

Se conoce como turismo nacional a aquel tipo de turismo que comprende la totalidad de las actividades turísticas llevadas a cabo por los visitantes en un sitio perteneciente a su país de residencia. Si lo comparáramos con el turismo internacional, en el turismo nacional, el turismo receptor y el turismo emisor provendrían del mismo país, por lo que estos conceptos no son empleados cuando hablamos de este tipo de turismo. (Guía en Turismo, 2016, p. 5)

Dando a conocer que este tipo de turismo se realiza internamente dentro del país ya que este para que sea turismo nacional debe al menos el turista quedarse una noche fuera de su lugar de residencia, este turismo es más promovido por personas nacionales que les gusta una diversidad de paisajes que estén fuera de su área de confort.

- **Turismo Internacional**

El turismo internacional tiene un impacto en el desarrollo tanto de los países individuales como de la economía mundial en su conjunto. A medida que el comercio

internacional y otras formas de relaciones económicas internacionales se expanden y la cultura y la educación aumentan, el turismo internacional también se desarrollará. (Cortes, 2023)

Se refiere a que el turismo internacional se identifica con la movilización de personas a lugares turísticos fuera de su país de origen en donde se encuentran los países receptores de viajeros que proceden del extranjero en ellos su estancia es temporal, pero con una estancia superior a las 24 horas.

7.6 Tipos de Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo. Esta cuenta con diferentes tipos de turismo las cuales tienen el objetivo principal de cumplir con las necesidades del turista. (OMT, 2008)

Entre ellas tenemos:

Tabla 4. Tipos de Turismo

Tipo de Turismo	Descripción
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de aventura 	El turismo de aventura es un tipo de turismo activo que incluye la organización de viajes no convencionales a lugares exóticos, inaccesibles y a veces peligrosos del mundo. Muy a menudo combina varios tipos de recreación, incluyendo deportes extremos. (CEUPE, 2022)
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de bienestar 	El turismo de bienestar es un tipo de actividad que aspira a mejorar y equilibrar los ámbitos principales de la vida humana, entre ellos el físico, mental, ocupacional, intelectual y espiritual. La motivación principal del turista de bienestar es participar en actividades preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida como la relajación, alimentación saludable, actividades físicas, cuidado personal y tratamientos curativos. (Viaja Ecuador, 2023)
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo cultural 	El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico. (UNWTO, 2024)
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo costero marítimo y de aguas interiores 	El turismo marino y costero se enfoca en el conjunto de actividades turísticas y recreacionales en ambientes marinos y zonas litorales. El desarrollo de actividades turísticas en el centro de complejas interacciones entre el mar y la humanidad se considera hoy en día como una fuerza de cambio a nivel global. (Escuela Politécnica del Litoral, 2022)

<ul style="list-style-type: none"> • Turismo deportivo 	<p>El turismo deportivo es el acto de viajar a un destino, con la intención de involucrarse de alguna manera con una actividad o evento deportivo. Mucha gente cree que el turismo deportivo se relaciona solo con ver un evento deportivo. (Universidad Europea, 2022)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo 	<p>Según la revista Rumbo Naturaleza. El ecoturismo es viajar a sitios o espacios naturales en los que se conserva el ambiente, se fomenta el bienestar de las comunidades y se promueve la educación sobre la importancia de preservar los ecosistemas del lugar. (Rumbo Naturaleza, 2022)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo educativo 	<p>Según (Valverde Macias et al., 2016). El turismo educativo es una modalidad donde los desplazamientos hacia lugares distintos del de residencia habitual tienen un alto componente instructivo y formativo. Estos viajes son realizados con la finalidad de adquirir nuevos conocimientos y experiencias a nivel educacional, profesional y personal.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo gastronómico 	<p>. El turismo gastronómico es una forma de turismo, donde el interés está puesto en la gastronomía y cultura culinaria del país que se visita. Su principal motivación es conocer y experimentar las formas de preparar ciertos alimentos, descubrir nuevos sabores y entender los elementos que lo rodean, sean estos culturales, naturales, sociales, etc. (Vivanco, 2021)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo médico 	<p>El turismo médico es una actividad turística que involucra una gran cantidad de stakeholders, lo que se evidencia en una actividad transdisciplinaria, pues la integración de muchos sectores, intereses y habilidades para su organización, desarrollo y ejecución es lo que permite que un destino turístico integre estos servicios dentro de su oferta general de turismo. Se destaca su enfoque en el paciente foráneo mediante la creación del valor, lo sistémico e integral, basado en esfuerzos conjuntos públicos y privados. (Martinez Chavez, 2015)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de montaña 	<p>El turismo de montaña es una modalidad turística que se especializa en la exploración de zonas montañosas, ofreciendo a los viajeros la oportunidad de participar en actividades al aire libre, como el senderismo, el esquí, la escalada y el camping. (Chavez, 2021)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de negocios 	<p>El turismo de negocios no es otra cosa que el desplazamiento de una persona a otra ciudad o país con fines laborales. Estos viajes pueden durar desde tan solo unas horas hasta varios días y los profesionales se suelen hospedar en hoteles especializados en este tipo de turismo.</p>

- **Turismo de salud** Cuando hablamos sobre turismo de salud, en automático, podríamos entender a los servicios de salud que realizan los turistas. Sin embargo, va mucho más allá de eso, pues también se les conoce así a las actividades que realiza una persona que sale de su lugar de origen o residencia para ir a otro lugar y llevar a cabo una cuestión de tipo médica, así como pernoctar mínimo una noche mínimo y máximo 1 año. (Maldonado Aguirre, 2020)
- **Turismo urbano** El turismo urbano es una modalidad de turismo que ha ganado mucha popularidad en los últimos años. Se trata de viajar a ciudades y explorar su arquitectura, cultura, gastronomía y entretenimiento. (Floriano Reviriego, 2023)

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa

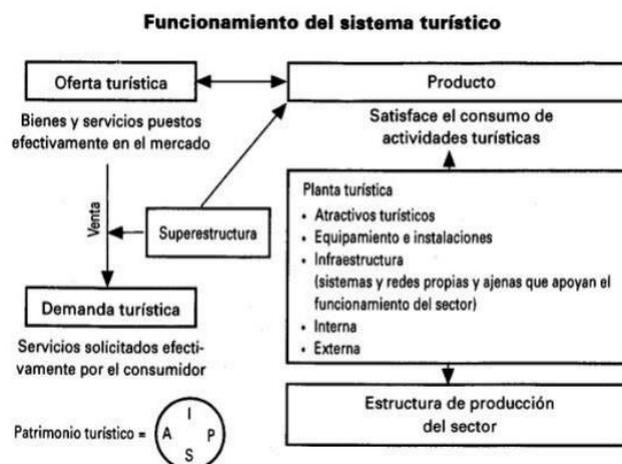
7.7 Sistema Turístico

Varisco (2007) determina que

El sistema turístico se considera el motor primordial de la actividad turística, se encuentra conformada por el conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico) con el fin de que el turismo sea una plataforma que genere beneficios. (p.15)

La unión de todas sus partes conforma un todo y se lo utiliza tanto para un conjunto de conceptos como para los elementos que conforman una organización, en donde las relaciones entre estos son más importantes que los elementos en sí. (Albano , 2019)

Figura 1. Funcionamiento del sistema turístico



Nota: Tomado del libro Planificación del Espacio Turístico, Boullon (2006).

7.8 Oferta Turística

Según Flores Amador (2012). “La oferta que es el conjunto de bienes, servicios, patrimonio y el talento humano que interactúa con el demandante, asimismo, la comunidad anfitriona como agente primordial para satisfacer las necesidades del visitante en sus dos divisiones: turista y excursionista.” (p. 4).

Según Boullon (2006) “El análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado”. (p. 34).

Esto quiere decir que la oferta turística en la combinación de servicios y productos, el objetivo principal es satisfacer las necesidades del turista como también implementar el consumo en los establecimientos de servicios ya sea de alimentos y bebidas, hospedaje, transporte, entre otras.

Aquí en la oferta turística se ve involucrados con diferentes entidades que ayudan a la formación, venta y compra de productos turísticos, entre ellas tenemos:

- **Operadores turísticos**

Son todas las personas jurídicas que se involucran directamente en la producción, venta y elaboración de productos turísticos. (Hasharon, 2022)

- **Proveedores de servicios turísticos**

Según Slemenzon Rojo (2023). Los proveedores o prestadores turísticos están conformados por hoteles, restaurantes, transporte, agencias de viajes entre otros ofreciendo a sus clientes productos y servicios (p.16)

- **Agentes de viajes**

El agente de viajes es aquella persona que se encarga de organizar viajes, atender a los turistas, y ofrecer a los viajeros información sobre los atractivos turísticos y las actividades que pueden realizar en un determinado lugar. A simple vista estamos hablando de una profesión por demás multifacética. Por eso a continuación te vamos a contar cuáles son las principales funciones que realiza el agente de viajes en su rutina de trabajo. (fude, 2021)

7.9 Demanda Turística

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. (Boullon, 2016)

Socatelli.P (2013) afirma que

La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios. Ésta se ve afectada, positiva y negativamente, por factores tales como: las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc. (p. 1)

7.10 Planta Turística

Flores Amador (2012) determina que

La Planta Turística es el conjunto de servicios básicos y complementarios que satisfacen los requerimientos del visitante, bajo estándares de calidad, regulado por organismos nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y mejoramiento de la oferta brindada, bajo convenios establecidos de acuerdo al rubro y giro comercial ofrecido, entre los cuales, se mantiene la prestación de alojamiento, alimentación, transportación y apoyos adicionales o secundarios. La planta turística está constituida en categorías de acuerdo a los servicios, personal, diseño, ubicación, infraestructura, estructura, especialización, procesos administrativos y operativos, así como, segmento de mercado, lo cual, es considerado para determinar las tarifas y esquemas de funcionamiento. (p. 5)

7.11 Perfil del turista

Según (Pat Fernández & Calderón Gómez. (2012). “El perfil del turista es la caracterización que permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas.” (p. 50).

7.12 Turismo y Comida

La industria turística está conformada por diferentes tipos de servicios satisfaciendo las necesidades del turista y visitante.

Quiña & Armijos, (2022) afirma que

El servicio de alimentos y bebidas tiene un servicio turístico, ya que se envía particularmente al turista que está en el punto turístico o que circuló en áreas con cualquier motivo, si fuera de la empresa o de ocio, cada institución está disponible para el cliente y ofrece diferentes comidas.

Según Sobrado (2018). “La imagen de un destino es un concepto abstracto donde entran en juego no solo la parte racional sino también la parte emocional del individuo, a la hora de analizar si la gastronomía (o comida, o alimentos) forma parte de ese concepto de identidad, se deberá indagar sobre si los recursos gastronómicos del destino forman parte de esa imagen de marca del destino e, incluso, dando un paso más allá, en qué medida es decisivo este recurso.”

Esto quiere decir que la gastronomía como el atractivo turístico forma parte de la identidad generando un impacto emocional en el turista o visitante.

7.13 Catastro turístico

Según MINTUR (2023). “El catastro turístico nacional es el conjunto de establecimientos en las actividades turísticas (alojamiento turístico, alimentos y bebidas, transporte turístico, agencias de viajes, parques de atracción estable, intermediación y centros de turismo comunitario), con el propósito de otorgar a la ciudadanía en general información respecto a cantidad, tipos, categorías, clasificaciones, ubicación, etc.”

Deduciendo que el catastro es un documento donde está conformado por los establecimientos que prestan servicios para satisfacer las necesidades del turista o visitante, el

mismo que se encuentra estructurado con diferentes características, dirigido a personas que requieran, brindando información relevante.

7.14 Ficha técnica

Una ficha técnica es un documento que describe el funcionamiento y los componentes de fabricación de un equipo, material o sistema; entre más detalles tengan sobre su fabricación y su funcionamiento son mejores. (Rivas Castillo, 2022)

Refiriéndose a que la ficha técnica que es la recopilación de datos e información relevante a base de parámetros para analizar el comportamiento y funcionamiento en este caso la planta turística de oferta de alimentos y bebidas.

7.15 Inventario

El inventario permite descubrir sitios en la comunidad que ofrezcan una variedad de servicios donde se desarrollen actividades turísticas que impulsen al pueblo, con diferentes plazas de trabajo. (Villacis Zapata & Chasqui Cagua, 2016).

MINCETUR (2006) determina que

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional. (p. 2)

Contar con un inventario turístico completo ofrece múltiples beneficios tanto para los turistas como para los profesionales del sector. (InfoInventario, 2014).

Indicando que el inventario ayuda a la recopilación de información para el desarrollo de un proyecto o investigación.

7.16 Entrevista

Según Torrecilla (2016). “La entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando.” (p.5).

Refiriéndose a que la entrevista es una técnica importante para la recolección de información dirigida entre el investigador un individuo.

7.16.1 Tipos de entrevistas

- **Entrevista estructurada**

El investigador planifica previamente las preguntas mediante un guion preestablecido, secuenciado y dirigido, por lo que dejan poca o ninguna posibilidad al entrevistado de réplica o de salirse del guion. Son preguntas cerradas (si, no o una respuesta predeterminada) (Peláez et al., 2006)

Dando a conocer que la entrevista estructurada tiene como base fundamental un cuestionario de preguntas cerradas en el objetivo de recopilar información.

- **Entrevista No estructurada**

Son más informales, más flexibles y se planean de manera tal, que pueden adaptarse a los sujetos y a las condiciones. Los sujetos tienen la libertad de ir más allá de las preguntas y pueden desviarse del plan original. (Díaz Bravo et al., 2013)

- **Entrevista Semiestructurada**

En la entrevista semiestructurada es esencial que el entrevistador tenga una actitud abierta y flexible para poder ir saltando de pregunta según las respuestas que se vayan dando o, inclusive, incorporar alguna nueva cuestión a partir de las respuestas dadas por la persona entrevistada. (Folgueiras Bertomeu , 2003)

7.17 Qué es un boletín

Según (Pérez & Gardey, 2022). El boletín es un diminutivo de boleta, que nos permite darle varios usos. Al contar con un origen etimológico del vocablo en italiano (bolletino) además que el termino alude a la publicación que se dedica a la difusión de temas Históricos, científicos o de otro tipo.

Este tipo de instrumento recaba información importante para presentar de manera didáctica y resumida sobre un tema en específico.

7.17.1 Que tipos de boletines existen

- **Boletín Informativo**

Según (Salomeh, 2019). El boletín informativo es un informe impreso que permite la presentación de ideas las cuales se distribuyen de forma regular (es decir mensual o semestral) a un grupo de personas interesadas, usualmente los boletines constan de dos a ocho páginas de extensión, además de variar en su contenido, costo y calidad.

- **Boletín de resumen**

Según (Gonzales L. , 2017). Los boletines de resúmenes se diferencian fundamentalmente de los índices o boletines de índices porque, además de la referencia completa de los artículos, incluyen un resumen del contenido. Tienen carácter analítico y a veces crítico.

El boletín de resumen recoge total o parcialmente la información de varias publicaciones, además que para elaborar uno de estos boletines se debe hacer un análisis previo del contenido que esta previo a resumir.

- **Boletín de cupón**

“ Es parte de un anuncio, invitación, bono, etc., que se corta y que da derecho a participar en concursos o sorteos, o a obtener una rebaja en las compras. ” (Real Academia Española, 2024)

Hace referencia a los anuncios publicitarios de invitación o de bonos al que todas las personas puedan aplicar teniendo en cuenta las restricciones y el lugar donde se publica.

- **Boletín de encuesta**

El boletín de encuesta es un método de recolección de datos a partir de un muestreo de personas, a menudo con el objetivo de generalizar los resultados para un segmento de población más grande. (Qualtrics, 2022)

Permite recabar información mediante la recolección de datos para realizar un muestreo de personas lugares, comida en general para obtener resultados y sistematizarlos.

7.18 Boletín informativo

Un boletín informativo es un informe impreso de información e ideas, el cual es distribuido en forma regular (es decir, mensualmente o dos veces por año) a un grupo de gente interesada. Los boletines son, típicamente, de dos a ocho páginas de extensión, y varían considerablemente en costo, calidad y contenido. (Nagy, 2015)

Dando a entender que el boletín es una herramienta de difusión con información relevante para un tipo de persona en específico dependiendo del contenido.

7.18.1 Tipos de boletines informativos

- **Boletín de novedades**

Según (Pasma & Magnasco, 2021) determina que

El Boletín de Novedades es una herramienta de difusión sobre las actividades más recientes sobre las empresas y las autoridades educativas y las acciones llevadas adelante por estos para fortalecer el vínculo entre el mundo productivo y el mundo de la educación técnicas.

- **Boletín para tráfico web**

Este tipo de boletín es de utilidad ya que la mayoría de empresas las utilizan para generar vistas a sus páginas o blogs, lo interesante de esta alternativa es que puede ofrecer múltiples posibilidades como destacar páginas web o artículos de blog. (Delgadillo, 2021)

- **Boletín de contenido**

El boletín de contenido contiene material exclusivo especialmente creado para el lector del boletín informativo, se debe utilizar toda la creatividad y estrategias de marketing acorde a lo que desee el suscriptor, este segmento está dedicado a un público que realmente esté interesado en el contenido (Borges, 2019)

- **Boletín promocional**

Según (Gonzales P. , 2023). Un boletín informativo también puede contar con un contenido promocional, aunque siempre debe prevalecer el informativo. Un enfoque promocional puede ser un email en la bandeja de entrada de los suscriptores sobre nuevos descuentos u ofertas.

Este tipo de boletines deben contar con un contenido promocional, además que su principal función es dar a conocer características de nuevos productos y servicios además que este tipo de boletín informativo debe ser de carácter creativo.

8.- VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA

¿Permitió la propuesta de estrategias para mejorar la gestión operativa mediante el análisis de la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí?

Permitió enfocarse directamente en la propuesta de nuevas estrategias que tienen como objetivo mejorar la gestión operativa y la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en el cantón Pujilí, satisfaciendo las expectativas y necesidades de los turistas nacionales e internacionales.

Algunas de las estrategias propuestas son las siguientes:

- 1.- Desarrollar un menú legible que incluya precios asequibles y estandarizando el idioma inglés impulsando el desarrollo económico de alimentos y bebidas a un público extranjero que visite el cantón por sus festividades tradicionales.
- 2.- Implementar la facilidad de pago por medio electrónico promocionando el uso de banca móvil, transferencia, tarjeta de débito /crédito de esta manera hacerse conocer por redes sociales que se puede acceder a estos lugares facilitando los medios de pago.
- 3.- Implementar salas de espera para los clientes con cámaras de seguridad en conjunto con el ECU 911 donde se pueda observar claramente los rasgos de las personas de esta manera

priorizando la seguridad del turista o visitante ante algún eventual suceso o robo que pueda suceder.

4.- Establecer entradas independientes de personal priorizando la entrada al consumidor al establecimiento, además de realizar convenios con compañías de taxis que utilicen aplicaciones móviles para brindar una mayor seguridad al cliente brindando un servicio de calidad.

5.- Establecer el uso de alarmas contra incendios, rociadores de agua, así como el uso de extintor y detector de humo dentro y fuera del establecimiento y si este cuenta con parqueadero priorizando la seguridad tanto de consumidores como de sus bienes materiales.

6.- Establecer una política interna en la que se mencione la atención a proveedores, ya que por la ubicación estratégica de posicionamiento no se puede interferir con horas de alto tránsito de personas de esta manera se puede brindar mejor atención tanto a proveedores como clientes.

9.- METODOLOGÍA

En el presente proyecto de investigación se utilizó una serie de metodologías en base a las variables del estudio para cumplir con los objetivos planteados

9.1 Metodología aplicarse según los objetivos

Enfoque cualitativo

Se puede definir a la metodología cualitativa como una investigación que brinda datos descriptivos, además que ayuda a describir e identificar las características, como ubicación, servicio y categorización. (Quecedo & Castaño, 2002)

El presente proyecto de investigación tiene un enfoque cualitativo el mismo que permitió identificar el estado actual de la planta turística oferta alimentos y bebidas del cantón Pujilí mediante la recolección de información en fuentes oficiales.

9.1.1 Objetivo 1: Diagnosticar la planta turística de establecimientos de alimentos y bebidas mediante el catastro e inventario a través de fichas técnicas, anexos del reglamento de turismo y entrevistas.

- **Tipo de investigación**

Diagnóstica

En el objetivo uno se trabajó con el tipo de investigación diagnóstica el cual es un proceso de recolección de información donde permitió conocer y comprender los problemas y necesidades actualmente de la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

- **Técnica de investigación**

1.- Investigación Bibliográfica

Según Sousa (2017). “La investigación bibliográfica es considerada como la búsqueda sistemática y exhaustiva de material editado sobre una materia determinada.”

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se obtuvo información mediante distintos documentos como: Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Pujilí 2022-2026, catastro de los establecimientos de alimentos y bebidas otorgado por el municipio cantonal, revisión en tesis de grado, revistas y artículos científicos los cuales permitirá ampliar y profundizar el análisis de la situación actual del cantón.

2.- Salidas de Campo

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente (Gonzales A. C., 2014).

Para el presente proyecto de investigación las salida de campo ayudó a recopilar información más precisa, en este caso se empleó la ficha de recolección de la planta turística oferta de alimentos y bebidas creada por parte de la carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, se realizó 2 salidas para solicitar el catastro en el GAD, 8 salidas de campo para inventariar los establecimientos realizando un recorrido por las 7 parroquias las cuales son: Pujilí(matriz), La Victoria, Guangaje, Zumbahua, Angamarca, Pilaló y Tingo La Esperanza, como también reconocer los actores públicos y privados para el planteamiento de la entrevistas.

Tabla 5. Cronograma de las Salidas de Campo

Fecha	Ubicación	Descripción
20-10-2023	GAD Municipal de cantón Pujilí	Acercamiento al GAD
23-10-2023	GAD Municipal de cantón Pujilí	Entrega de oficio al GAD
11-11-2023	Parroquia el Tingo	Visita a los establecimientos de alimentos y bebidas para la toma de información, fotos
18-11-2023	Parroquia Pilaló	Visita a los establecimientos de alimentos y bebidas para la toma de información, fotos.
25-11-2023	Parroquia Angamarca	Visita a los establecimientos de alimentos y bebidas para la toma de información, fotos.
2-12-2023	Parroquia Zumbahua	Visita a los establecimientos de alimentos y bebidas para la toma de información, fotos.
9-12-2023	Parroquia Guangaje	Visita a los establecimientos de alimentos y bebidas para la toma de información, fotos.
16-12-2023	Parroquia Pujilí	Visita a los establecimientos de alimentos y bebidas para la toma de información, fotos.
17-12-2023	Parroquia la Victoria	Visita a los establecimientos de alimentos y bebidas para la toma de información, fotos.
6-1-2024	Parroquia el Tingo	Aplicación de la entrevista
7-1-2024	Parroquia Pilaló	Aplicación de la entrevista
9-1-2024	Parroquia Angamarca	Aplicación de la entrevista
10-1-2024	Parroquia Zumbahua	Aplicación de la entrevista
12-1-2024	Parroquia Guangaje	Aplicación de la entrevista
13-1-2024	Parroquia Pujilí	Aplicación de la entrevista
15-1-2024	Parroquia la Victoria	Aplicación de la entrevista

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa

3.- Mapeo de actores

El mapeo de actores se busca no solo tener un listado de los diferentes actores que participan en una iniciativa, sino conocer sus acciones y los objetivos de su participación. En tal sentido, es importante destacar que en el mapeo de actores hay que identificar roles y poderes de los actores sociales más relevantes. (Tapella, 2007)

- **Mapeo gráfico dinámico**

Para la identificación de los actores claves se utilizó la metodología mapeo gráfico dinámico el cual cuenta con pasos esenciales para la elaboración del MA.

1. Clarificar el objetivo del mapeo.

tener claridad de qué información queremos obtener de dicho mapeo y con qué fin.

2. Definir las variables a considerar.

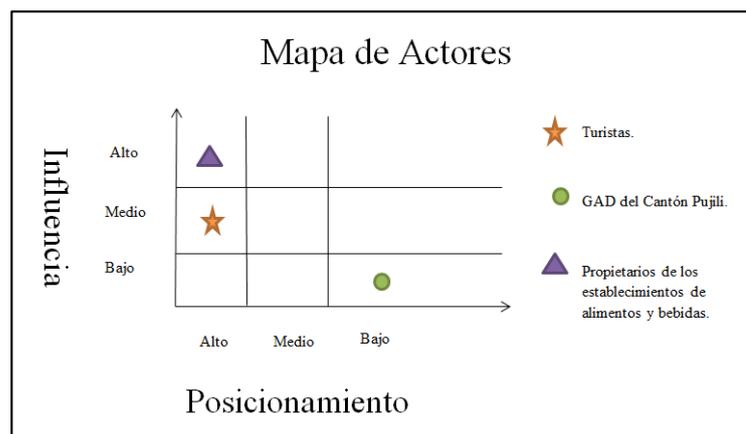
Una vez definido el objetivo del mapeo se identificó las variables que se consideró relevantes analizar y estas fueron sectorial

Sector privado: Dueños de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas del cantón Pujilí y turistas o visitantes.

3. Diseñar el mapeo gráfico.

Finalmente, identificado las variables se desarrolló el mapeo gráfico dinámico de doble entrada donde se dispone las variables y actores identificados.

Figura 2. Mapa de Actores



En el MA se analizó los criterios de influencia y posicionamiento los mismos que están centrados en función a una medición ordinal del nivel de influencia que tienen los actores ya sea alto, medio, bajo y en lo que respecta al posicionamiento, supone la ubicación del actor en torno al beneficio del sector en este caso de la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí, dando como resultado los actores claves los cuales son: los prestadores de servicios y turistas o visitantes.

4.- Cálculo muestral

Una vez identificado los actores claves se llevó a cabo el cálculo de la muestra donde se trabajó con el método de muestreo probabilístico debido a que actualmente no se cuenta con un total definitivo y registrado de turistas que ingresan al cantón Pujilí por el cual se obtuvo información sobre el número de turistas que ingresan a la laguna del Quilotoa en el año 2022, que sirvió de base poblacional.

Teniendo en cuenta esto, se aplicó la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Para determinar el total de entrevistas a realizadas, se trabajó con una población de 263.668 con un nivel de confiabilidad del 95%, un margen de error del 5% y 50% de probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia.

Datos:

Tabla 6. Tabla de Cálculo de la muestra

Cálculo de la muestra	
N= Población o universo	84.376
Z= Nivel de confiabilidad	95% = 1.96
P/Q=Probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia	50% = 0.5
e= Error de muestreo	5% = 0.05

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa

Aplicación:

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(84.376)}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 84.376(0.05)^2} \quad n = \frac{3.8416 * 21.094}{3.8416 * 0.25 + 84.376 * 0.0025}$$

$$n = \frac{8103471}{21190} = 382 \text{ personas}$$

Al realizar la aplicación de la fórmula para el cálculo de muestreo de población dio como resultado 382 personas para la realización de entrevistas el cual se tomó en cuenta a personas con mayor edad para tener mejores resultados.

La creación de las preguntas cerradas enfocándonos en los actores privados que son los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas como a los turistas y visitantes obteniendo información necesaria.

.5- Entrevistas

Para el desarrollo de esta actividad se utilizó una entrevista estructurada la cual forma parte de la fase cualitativa la misma que se evidencia en el anexo 1 y 2, esta fue empleada a los actores claves privados que son los dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas con un cuestionario de 13 preguntas y a turistas o visitantes con un cuestionario de 18 preguntas, con el objetivo de recopilar información a través de un formato estructurado con preguntas adecuadas.

6.- Inventario

Para el desarrollo del inventario se utilizó el método analítico donde se realizó un análisis de la información obtenida y así obtener un mejor diagnóstico de los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pujilí, este inventario se desarrolló a través de una ficha técnica de recolección de información creada por la carrera de Licenciatura en Ecoturismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi donde se registró datos importantes

Al realizar el inventario de plantas turísticas oferta de alimentos y bebidas se cumplieron con los siguientes pasos:

1.- Se obtuvo la ficha de recolección de servicios de alimentos y bebidas creada por parte de la carrera de Licenciatura en Ecoturismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi en el año 2020.

2.- Se realizó las salidas de campo donde se visitó cada establecimiento para la recopilación de datos.

3.- Una vez obtenida la información esta se sistematiza.

Tabla 7. Modelo de ficha técnica

INVENTARIO DE PLANTA TURÍSTICA/ALIMENTOS Y BEBIDAS									
Datos Principales									FOTOGRAFÍA
Nombre	Ubicación / Dirección	Coordenadas	Categoría	# de registro MINTUR	Teléfono	E-mail	Página Web		
Talento Humano				Tipo de establecimiento					
Hombres	Mujeres	Discapacitado	Total, empleados	Restaurante	Cafetería	Bar	Fuente de soda		
Infraestructura y Equipamiento						Señalización y Equipamiento de Seguridad			
Agua potable	Luz eléctrica	Baño	Teléfono e internet	# de mesas	# de plazas	Ruta de evacuación	Salidas de emergencia	Extintor	Botiquín de primeros auxilios
Servicios									
Guardia	Parqueadero	Carta	Pago con tarjeta	Reservaciones	Buzón de sugerencias	Caja	Guardarropa		
MODALIDAD						SERVICIOS ADICIONALES		NÚMERO DE PLATOS	
Cocina Regional		Cocina Internacional		Cocina Contemporánea		Aire Acondiciona do			
Cocina Tradicional		Cocina Oriental		Cocina Fusión		Servicio a domicilio			
Cocina Típica		Vegetariana/ Naturalista		Pescados y Mariscos		Bar			
Cocina Argentina		Cocina Italiana		Carnes "Steak House"		Organización de eventos			
Cocina Española						Área de juegos infantiles			
						Salón de juegos			

Nota: Ficha técnica proporcionada por la carrera de licenciatura de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Después de realizar el inventario de los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pujilí, se desarrolla una tabla donde se detallan los parámetros identificados a través de las fichas técnicas del anexo 5 refiriéndose al tipo de establecimiento, número de platos o bebidas, plato o bebida más vendido, categoría, número de empleados, infraestructura y equipamiento evaluando si cuenta con servicios básicos, internet, número de mesas, ruta de evacuación, equipamiento de seguridad, también verificando las buenas prácticas de manipulación en alimentos el cual tiene una calificación de 1 a 4 puntos máximo donde 1 significa muy bueno, 2 bueno, 3 regular y 4 malo, además de contemplar los servicios complementarios refiriéndose a lo que son servicios de Parqueadero, guardia, pago con tarjeta y reservaciones de esta manera nos permite sistematizar la información de las fichas técnicas.

Tabla 8. Ejemplo de Tabla de Resumen

Tipo de establecimiento	Parroquia	Número de platos o bebidas	Plato o bebida más vendido	Categoría	Número de empleados	Infraestructura y equipamiento		Buenas prácticas y manipulación de alimentos (4pMx.)			Servicios complementarios			
						Agua, luz, internet	Número de mesas	Ruta de evacuación	Equipamiento de seguridad	Higiene y aseo de los utensilios y vajilla.	Uso adecuado de la vestimenta	Manejo de alimentos y bebidas	Parqueadero	Guardia

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa

7.-Anexos del reglamento de alimentos y bebidas

En los anexos de reglamentos y bebidas se encuentran dos tipos de tablas con diferentes parámetros la primera trata de requisitos generales obligatorios si cumplen o no y la segunda requisitos para la categorización de los establecimientos de alimentos y bebidas como se puede evidenciar en el anexo 8.

- **Requisitos generales obligatorios para los establecimientos de alimentos y bebidas**

Para identificar si los establecimientos inventariados cumplen o no con los requisitos obligatorios para recibir el título de establecimiento turístico, se aplicó los Anexos B, C y D del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, el cual contiene requisitos haciendo referencia al tipo de establecimiento como restaurantes, cafeterías y bares – discotecas, el mismo que contiene requisitos basándose en infraestructura, equipamiento para el área de cocina, seguridad, salón, baños y/o baterías sanitarias, además de servicios, manipulación de alimentos y bebidas, distribución de servicios básicos, uso adecuado de uniformes y aseo personal.

- **Requisitos de categorización para los establecimientos de alimentos y bebidas**

Para poder categorizar los establecimientos inventariados se utilizó los anexos B1, C1 y D1 del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas los mismos que contienen requisitos dependiendo al tipo de establecimiento en este caso a restaurantes, cafeterías y bares-discotecas, en estos anexos se encuentran requisitos de infraestructura, servicios y buenas prácticas de manufactura (BPM).

Para la calificación de cada requisito se identificó mediante un puntaje de acuerdo el tipo de requisito.

- Requisitos de buena práctica 6 puntos
- Requisitos de servicios 4 puntos
- Requisitos de infraestructura 2 puntos

Después de valorizar el puntaje dependiendo de cada tipo de requisito se suma y como resultado se obtuvo el tipo de categorización.

Puntajes para la categorización de establecimientos de alimentos y bebidas se encuentran detallados de la siguiente manera:

Tabla 9. Puntaje para la Categorización de Restaurantes

Restaurantes	Nivel de puntaje requerido
Categoría 5 tenedores	Mayor o igual a 91 puntos
Categoría 4 tenedores	Entre 81 y 90 puntos
Categoría 3 tenedores	Entre 80 y 71 puntos
Categoría 2 tenedores	Entre 70 y 61 puntos
Categoría 1 tenedores	Entre 60 y 40 puntos

Tabla 10. Puntaje para la Categorización de Cafeterías

Cafeterías	Nivel de puntaje requerido
Categoría 2 tazas	Mayor o igual a 71 puntos
Categoría 1 tazas	Entre 40 y 70 puntos

Tabla 11. Puntaje para la Categorización de Bares-Discotecas

Bares – Discotecas	Nivel de puntaje requerido
Categoría 3 copas	Mayor o igual a 81 puntos
Categoría 2 copas	Entre 71 y 80 puntos
Categoría 1 copas	Entre 70 y 40 puntos

Basándonos en el puntaje de todos los establecimientos inventariados anteriormente se obtuvo la categoría de cada uno de ellos a través de la valorización del requisito establecido en los Anexos del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas.

9.1.2 Objetivo 2 Plantear estrategias operativas a través de las matrices PETS-LA, FODA, MEFE, MEFI y MAFE para el fortalecimiento en los establecimientos de Alimentos y bebidas.

- **Tipo de investigación**

Descriptivo

En el objetivo dos se basó con el tipo de investigación descriptivo ya que se muestra todos los componentes principales a la realidad de la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

Técnica de investigación

1.- Matriz PEST-LA

La matriz PEST-LA permite identificar cambios de escenario en nuestro sector o en la región para detectar posibles oportunidades de crecimiento. (Iso4Docs, 2024)

Para esta técnica se utilizó el método analítico donde se evaluó los factores externos político, económico, social, tecnológico, legal y ambiental (PEST-LA), de la situación actual para la creación de estrategias operativas de la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí. (Cervantes, 2015)

Para el desarrollo de la matriz PEST-LA de acuerdo a Cervantes (2015) se siguieron determinados pasos:

- A. Identificar los factores (políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ambientales).
- B. Se ubicaron los elementos identificados a través de las visitas in situ y las entrevistas realizadas a los actores claves.
- C. Se midió el grado de impacto (positivo o negativo)
- D. Se colocó el (nivel de impacto) de los elementos positivos o negativos.

Para la valoración del impacto consideró el número de variables que cumple o no cumple el elemento analizado dentro de la matriz, su valoración se la realizó de la siguiente manera:

- Impacto alto: 4 – 5 variables de cumplimiento.
- Impacto medio: 2 – 3 variables de cumplimiento
- Impacto bajo: 0 – 1 variable de cumplimiento

El impacto fue valorado de la siguiente forma:

- Alto: con una valoración de 3
- Medio: con una valoración de 2
- Bajo: con una valoración de 1

- E. Se colocó la calificación dependiendo del nivel del impacto.

La valoración y calificación se la realizó de la siguiente manera:

- Impacto Negativo: de 0 a 2 variables que no cumple el elemento analizado.
- Impacto Positivo: de 3 a 5 variables que cumple el elemento analizado.

Tabla 12. Ejemplo de Tabla de Matriz PEST-LA

Factor	Elementos analizados	A. Calificación Positivo/Negativo	Impacto	Calificación 1/3
Político				
Económico				
Socio-Cultural				
Tecnológico				
Legal				
Ambiental				

Nota: Adaptado de Cervantes (2015)

2.- Matriz FODA

Para esta técnica de información se utilizó el método analítico donde primeramente se identificó las fortalezas y debilidades que son los factores internos; oportunidades y amenazas que son los factores externos que se analizó de la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí, esto se lo realizo a través de un cuadro relacionándose todo, esta tiene como objetivo generar estrategias que permita potencializar los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón.

Tabla 13. Ejemplo de Tabla de Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
•	•
Debilidades	Amenazas
•	•

Nota: Adaptado de (Ponce Talancón, 2007)

3.- Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

Una vez elaborado el análisis FODA se precedió a examinar la situación interna de la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón donde primero se realizó una tabla con los parámetros Factores Clave, Peso Ponderado, Calificación y Total Ponderado, para desarrollar esta la tabla se siguió los siguientes pasos:

1.- Se enlisto los factores críticos o determinantes para el éxito identificados en el proceso, abarcando 6 factores clave de fortalezas y 6 factores clave de debilidades.

2.- Se asignó un peso ponderado a cada factor donde 0.0 es considerado sin importancia y 1.0 si es muy importante de tal manera que la suma total de peso ponderado sea igual a 1.0.

3.- Se asignó una calificación entre 1 y 2 a cada factor clave de debilidades donde 1 es debilidad mayor y 2 debilidad menor y una calificación entre 3 y 4 a cada factor clave de fortalezas donde 3 es fortaleza menor y 4 es fortaleza mayor.

4.- Se multiplico el peso de cada factor por su calificación correspondiente para cada variable.

5.- Se sumó el total ponderado de cada uno de los factores para determinar el valor total, si el total ponderado es muy debajo de 2.5 se caracteriza a las organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que por arriba del 2.5 indica una posición interna fuerte.

Tabla 14. Ejemplo de tabla para la Matriz MEFI

Factores internos clave	Peso	Calificación	Total ponderado
Fortalezas			
F1:			
Total, Fortalezas			
Debilidades			
D1:			
Total, de Debilidades			
Total, MEFI			

Nota: Adaptado de (Ponce Talancón, 2007)

4.- Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

Esta matriz es para evaluar los factores externos las oportunidades y las amenazas, donde se realizó la misma tabla con los mismos parámetros donde su desarrollo consiste en los siguientes pasos:

1.- Se enlisto los factores críticos o determinantes para el éxito identificados en el proceso, abarcando 6 factores clave de oportunidades y 6 factores clave de amenazas.

2.- Se asignó un peso ponderado a cada factor donde 0.0 es considerado sin importancia y 1.0 si es muy importante de tal manera que la suma total de peso ponderado sea igual a 1.0 no puede ser menos ni más, mayor mente las oportunidades tienen un peso alto por encima de las amenazas.

3.- Se asignó una calificación entre 1 y 4 a cada factor clave si la calificación es 1 significa una amenaza mayor, si es una calificación 2 significa una amenaza menor, si es una calificación 3 significa una oportunidad menor y si es una calificación 4 significa una oportunidad mayor, así las calificaciones se refieren a la eficacia de las estrategias.

4.- Se multiplico el valor asignado de cada factor clave, del paso 2 por su calificación correspondiente del paso 3, al realizado tenemos la calificación.

5.- Se sumó el total ponderado de cada uno de los factores para determinar el valor total, si el total ponderado esta entre 1.0 es considerado el valor más bajo; si es 4.0 es considerado el valor más alto y si es 2.5 es considerado el valor promedio.

Tabla 15. Ejemplo de tabla para la Matriz MEFÉ

Factores externos clave	Peso	Calificación	Total ponderado
Oportunidades			
O1:			
Total, de Oportunidades			
Amenazas			
A1:			
Total, de Amenazas			
Total, MEFÉ			

Nota: Adaptado de (Ponce Talancón, 2007)

5.- Matriz Analítica de Formación de Estrategias (MAFE)

La matriz MAFE es un análisis de formación de estrategias a base de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para desarrollar esta matriz se retomó la información contenida en cada cuadrante de la matriz FODA, se realizó un cuadro donde se presenta la creación de estrategias haciendo cruces como a continuación:

- (FA) fortalezas para combatir las amenazas
- (FO) fortalezas a favor de las oportunidades
- (OD) oportunidades para combatir las debilidades
- (DA) debilidades a favor de las amenazas

Tabla 16. Ejemplo de tabla para la Matriz MAFE

Matriz MAFE	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	F1:	D1:
Oportunidades (O)	F+O=Estrategias ofensivas	D+O=Estrategias de adaptación
O1:		
Amenazas (A)	F+A=Estrategias supervivencia	de D+A=Estrategias defensivas
A1:		

Nota: Adaptado de (Ponce Talancón, 2007)

9.1.3 Objetivo 3 Diseñar un boletín informativo a través de la sistematización de la información recolectada como medio de difusión para los prestadores de servicios.

- **Tipo de investigación**

Descriptivo

En el objetivo tres se basó con el tipo de investigación descriptivo ya que se muestra todos los componentes principales a la realidad de la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí

- **Metodología para el boletín informativo**

Para el boletín informativo de baso en el método descriptivo, en la investigación realizada se obtuvo información y resultados, los mismos que fueron analizados y sistematizados para plasmarla dentro del boletín informativo en el cual se encontrará información relevante que servirá para conocimiento de la sociedad.

Una vez analizado los tipos de boletines de la página se elige el boletín de contenido por las siguientes características: contiene material exclusivo, va dirigido para un público en específico, es periódico, fácil de leer y comprender.

Para la realización del boletín se utilizó herramientas como:

- Información sistematizada
- Fotografías relevantes
- Computadora
- Acceso a internet
- Página web Canvas

A continuación, se detalla la estructura del boletín informativo:

- **Encabezado y Título:** en el encabezado y el título invita al lector a adentrarse en su contenido
- **Secciones Temáticas:** El cuerpo del boletín se divide en secciones que podría abarcar noticias, eventos, consejos, recomendaciones, estadísticas y más.
- **Contenido de Texto:** la información de cada sección debe ser conciso, claro y relevante donde los párrafos deben estar bien estructurados siendo fácil de digerir la información.

- **Imágenes y Gráficos:** estos elementos clarifican conceptos complejos y hace que la información sea más memorizable.
- **Llamadas a la Acción:** Las llamadas a la acción estratégicamente ubicadas invitan a los lectores a profundizar más, visitar un sitio web, registrarse en un evento o participar en una conversación.
- **Datos de Contacto y Enlaces:** en la parte inferior del boletín se encuentra los datos de contactos y enlaces actuando como los responsables de la comunicación.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Diagnóstico del área de estudio Cantón Pujilí

10.1 Reseña histórica

El origen del vocablo Pujilí es remoto, Pugshili en kichwa significa “posada de juguetes” u “olor a sogá”. La primera aceptación parece acertada porque Pujilí desde antaño ha sido y sigue siendo en la actualidad un centro de producción de alfarería de primer orden.

Sobre los terrenos de los Puxileos, pueblo indígena precolombino al pie del monte Sinchaguasín, fue fundado en 1657, dentro de la circunscripción de la Real Audiencia de Quito, el Asiento Doctrinero de San Buenaventura de Puxili, por obra Franciscano Fray Eugenio López.

Posteriormente, obtuvo el título de Villa y fue administrado por cabildos sucesivos. Ya en la época de la Independencia Pujilí aportó con sus hombres y mujeres, nativos de esta comarca, a las luchas por la libertad. Pero fue en el periodo republicano, a veinte años de la separación del Ecuador de la Gran Colombia y de la aprobación de la Constitución del Estado ecuatoriano, cuando Pujilí obtiene el reconocimiento como Cantón, de conformidad con el decreto de la sexta Asamblea Nacional Constituyente, reunida en Guayaquil y presidida por Pedro Moncayo. (GADMIC Pujili, 2019)

10.1.1 Descripción Geográfica

El Cantón Pujilí cuenta con una extensión de 1.308 kilómetros cuadrados, se encuentra ubicado en la provincia de Cotopaxi en la zona central del Ecuador.

- **Limites:**

Norte: Sigchos, Saquisilí y Latacunga

Sur: Pangua, Bolívar (Guaranda), y Tungurahua (Ambato)

Este: Latacunga y Salcedo

Oeste: La Maná y Pangua

- **Clima:**

El cantón Pujilí cuenta con un clima semi árido-meso termal con una temperatura de 12,4^ac.

- **Parroquias:**

El cantón Pujilí consta de 7 parroquias, una urbana y seis rurales

Parroquia urbana: Pujilí (Matriz)

Parroquias Rurales: La Victoria, Guangaje, Zumbahua, Angamarca, Pilaló y El Tingo (La Esperanza)

Figura 3. Ubicación Geográfica del Cantón Pujilí



Nota: Plan de Desarrollo Turístico 2022-2025

10.2 Inventario de Planta Turística Oferta de Alimentos y Bebidas.

Para la realización del inventario se aplicó una ficha técnica del anexo... proporcionada por la carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi para la recolección de información de la planta turística oferta de los establecimientos de alimentos y bebidas obteniendo datos reales demostrando la realidad de los establecimientos de la oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

10.2.1 Interpretación de resultados del Inventario de Planta Turística Oferta de Alimentos y Bebidas a través de las fichas técnicas.

En la siguiente tabla se puede observar el total de los establecimientos de alimentos y bebidas que fueron identificados en el catastro como en las fichas técnicas.

Tabla 17. Resultados del Inventario de Planta Turística Oferta de Alimentos y Bebidas

Tipo de Establecimientos	Cantidad
Restaurante	19
Cafetería	4
Bar	6
Total	29

Nota: Investigación de Campo (Eliana Ochoa, 2024)

10.2.2 Cuadro Resumen de los establecimientos inventariados del alimentos y bebidas del cantón Pujilí

En la siguiente tabla se muestra todos los establecimientos de alimentos y bebidas inventariados en las salidas de campo en el cantón Pujilí.

Tabla 18. Establecimientos inventariados

Fotografía	Establecimiento	Clasificación	Categorización	Parroquia
	Karu Ñan	Restaurante	(1) un tenedor	Zumbahua
	Sumak Mikuna	Restaurante	(1) un tenedor	Zumbahua

	Mirador Oro Verde	Restaurante	(1) un tenedor	Zumbahua
	Hosteria Chukirawa	Restaurante	(1) un tenedor	Zumbahua
	Restaurante Inti Ñan	Restaurante	(1) un tenedor	Zumbahua
	Restaurante Comunitario Kirutwa Musguk Was	Restaurante	(1) un tenedor	Zumbahua
	Andean House	Restaurante	(1) un tenedor	Zumbahua
	Fanny Lu Paradero Los Guarumos	Restaurante	(2) dos tenedores	El Tingo
	Pollos al Gusto	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)

	Cafelisa	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)
	Los Aylluz	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)
	Pollos Rikoton	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)
	Gusto Restaurante	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)
	La Esquina de Ales	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)
	Parrilladas El Chagra	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)
	Pizzería El Danzante	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)

	Píoo Rojo	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)
	Mr. Grill	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)
	Pizza de Angelo	Restaurante	(1) un tenedor	Pujilí (La Matriz)
	Beer Club	Bar	(1) una copa	Pujilí (La Matriz)
	California Bar 593	Bar	(1) una copa	Pujilí (La Matriz)
	Moncawa	Bar. Discoteca	(2) dos copas	Pujilí (La Matriz)
	La Casa	Bar	(1) una copa	Pujilí (La Matriz)
	La Hueca del Diablo	Bar – Discoteca	(1) una copa	Pujilí (La Matriz)

	Coco Barril	Bar – Discoteca	(1) una copa	Pujilí (La Matriz)
	Dulzura Mía	Cafetería	(1) una taza	Pujilí (La Matriz)
	Bogati	Cafetería	(1) una taza	Pujilí (La Matriz)
	Happy	Cafetería	(1) una taza	Pujilí (La Matriz)
	Dulfres	Cafetería	(1) una taza	Pujilí (La Matriz)
Total				29 establecimientos

Nota: Investigación de Campo (Eliana Ochoa, 2024)

10.2.1.1 Restaurantes del Cantón Pujilí

Mediante el inventario realizado se identificó 19 establecimientos clasificado como restaurantes los cuales fueron identificados en las diferentes parroquias del cantón Pujilí como:

- Zumbahua: 7 establecimientos
- Tingo: 1 establecimientos
- Pujilí (La Matriz): 11 establecimientos

Tomando en cuenta que en las diferentes parroquias no cuentan con establecimientos de restaurantes como: La Victoria, Guangaje, Angamarca y Pilaló. En esta investigación se identificó 16 establecimientos los cuales no están dentro del catastro del Ministerio de Turismo (MINTUR) como son Pizzería D'Angelo, Mr. Grill, Pioo Rojo, Pizzería el Danzante, Parilladas el Chagra, La Esquina de Ales, Restaurante El Gusto, Pollos Rikoton, Los Aylluz, Cafelisa, Sumak Mikuna, Mirador Oro Verde, Hosteria Chukirawa, Restaurante Inti Ñan, Restaurante Comunitario Kirutwa y Andean House; también se evidencio que existen establecimientos registrados en el catastro de MINTUR que en la actualidad se encuentran cerrados de manera permanente como es la Pizzería Doña Teresita y Restaurante Sisa Pakary.

En la tabla 15 de resumen se detallan información recolectada en las fichas técnicas la misma que se encuentra sistematizada en esta tabla de resumen.

RRR Restaurantes del Cantón Pujilí

Tabla 19. Tabla resumen Restaurantes del Cantón Pujilí

Restaurante	Parroquia	Número de platos	Plato más vendido	Categoría	Número de empleados	Infraestructura y equipamiento				Buenas prácticas y manipulación de alimentos (4pMx.)				Servicios complementarios			
						Agua, luz, internet	Número de mesas	Ruta de evacuación	Equipamiento de seguridad	Higiene y aseo de los utensilios y vajilla.	Uso adecuado de la vestimenta	Manejo de alimentos y bebidas	Parqueadero	Guardia	Pago con tarjeta	reservaciones	
Karu Ñan	Zumbahua	20	Caldo de gallina	1	4	Si	6	Si	Si	1	2	1	No	No	Si	Si	
Sumak Mikuna	Zumbahua	10	Yahuarlocro	S/C	3	Si	6	Si	Si	1	2	1	No	No	Si	Si	
Mirador Verde	Oro Zumbahua	20	Mote con chicharrón	S/C	2	Si	10	Si	Si	2	2	2	No	No	Si	Si	

Restaurante	Parroquia	Número de Platos	Platos más vendidos	Categoría	Número de empleados	Infraestructura y equipamientos					Buenas prácticas y manipulación de alimentos (4pMx.)				Servicios complementarios			
						Agua, luz, internet	Número de mesas	Ruta de evacuación	Equipamiento de seguridad	Higiene y aseó de los utensilios y	Uso adecuado de la vestimenta	Manejo de alimentos y bebidas	Parqueadero	Guardia	Pago con tarjeta	reservaciones		
Hosteria Chukirawa	Zumbahua	15	Guatita con pollo, chuleta y lomo	S/C	4	Si	6	Si	Si	1	2	2	No	No	Si	Si		
Restaurante Inti Ñan	Zumbahua	15	Capuchino artesanal	S/C	4	Si	6	Si	Si	1	2	1	No	No	Si	Si		
Restaurante Comunitario Kirutwa Mushuk Was	Zumbahua	20	Caldo de gallina	S/C	3	Si	6	Si	Si	1	1	1	No	No	Si	Si		
Andean House	Zumbahua	15	Borrego asado	S/C	2	Si	6	Si	Si	1	1	1	No	No	Si	Si		

Restaurante	Parroquia	Número de Platos	Platos más vendidos	Categoría	Número de empleados	Infraestructura y equipamientos					Buenas prácticas y manipulación de alimentos (4pMx.)					Servicios complementarios			
						Agua, luz, internet	Número de mesas	Ruta de evacuación	Equipamiento de seguridad	Higiene y aseo de los utensilios y vajilla.	Uso adecuado de la vestimenta	Manejo de alimentos y bebidas	Parqueadero	Guardia	Pago con tarjeta	reservaciones			
Fanny Paradero	lu Tingo los	18	Caldo de gallina	2	3	Si	10	Si	Si	1	1	1	No	Si	No	Si			
Pollos Gusto	al Pujilí (La Matriz)	16	Almuerzos	1	4	Si	6	Si	Si	3	1	3	No	No	Si	Si			
Cafelisa	Pujilí (La Matriz)	20	Yahuarlocro	S/C	5	Si	10	Si	Si	1	1	1	No	No	Si	Si			
Los Aylluz	Pujilí (La Matriz)	8	Almuerzos	S/C	3	Si	4	Si	Si	2	2	3	No	No	No	No			
Pollos Rikoton	Pujilí (La Matriz)	12	Pollo asado	S/C	4	Si	7	Si	Si	2	2	1	No	No	Si	Si			

Restaurante	Parroquia	Infraestructura y equipamientos										Buenas prácticas y manipulación de alimentos (4pMx.)			Servicios complementarios			
		Número de Platos	Platos más vendidos	Categoría	Número de empleados	Agua, luz, internet	Número de mesas	Ruta de evacuación	Equipamiento de seguridad	Higiene y aseo de los utensilios y vajilla.	Uso adecuado de la vestimenta	Manejo de alimentos y bebidas	Parqueadero	Guardia	Pago con tarjeta	reservaciones		
Gusto Restaurante	Pujilí (La Matriz)	8	Tortillas de papa	S/C	3	Si	6	Si	Si	1	2	3	No	No	No	No		
La Esquina de Ales	Pujilí (La Matriz)	10	Almuerzos	S/C	3	Si	6	Si	Si	2	2	2	Si	No	Si	No		
Parrilladas El Chagra	Pujilí (La Matriz)	9	Parrillada	S/C	3	Si	6	Si	Si	1	3	3	No	No	No	No		
Pizzería Danzante	El Pujilí (La Matriz)	14	Pizza mixta	S/C	3	Si	5	Si	Si	1	3	1	No	No	No	Si		
Pioo Rojo	Pujilí (La Matriz)	9	Pollo asado	S/C	3	Si	6	Si	Si	1	2	2	No	No	Si	Si		

Restaurante	Parroquia	Infraestructura y equipamientos									Buenas prácticas y manipulación de alimentos (4pMx.)				Servicios complementarios	
		Número de Platos	Platos más vendidos	Categoría	Número de empleados	Agua, luz, internet	Número de mesas	Ruta de evacuación	Equipamiento de seguridad	Higiene y aseo de los utensilios y vajilla.	Uso adecuado de la vestimenta	Manejo de alimentos y bebidas	Parqueadero	Guardia	Pago con tarjeta	reservaciones
Mr. Grill	Pujilí (La Matriz)	8	alitas	S/C	4	Si	6	Si	Si	1	1	1	No	No	Si	Si
Pizza de Angelo	Pujilí (La Matriz)	10	Pizza de champiñones	S/C	3	Si	6	Si	Si	1	3	1	No	No	Si	Si

Nota: Investigación de Campo (Eliana Ochoa, 2024)

10.2.1.2 Bares del Cantón Pujilí

En el levantamiento de información a través del catastro del MINTUR se identificó 9 establecimientos de bares, y en las salidas de campo se registraron 2 establecimientos La Hueca del Diablo y Coco Barril los cuales no se encontraban en el catastro del MINTUR, 5 de los establecimientos registrados en el catastro se encuentran cerrados permanentemente esto son El Café Tal, El Compita Café Bar, On Bar, Ruskayas Bar y Ruta 76.

Estos establecimientos se encuentran ubicados en la parroquia Pujilí (La Matriz).

En la tabla 16 de resumen se detallan información recolectada en las fichas técnicas la misma que se encuentra sistematizada en esta tabla de resumen.

Bares del Cantón Pujilí

Tabla 20. Tabla resumen de Bares del Cantón Pujilí

Bar	Parroquia	Número de platos a la carta	Bebida más consumida	Categoría	Número de empleados	Infraestructura y equipamiento				Buenas prácticas y manipulación de alimentos (4pMx.)			Servicios complementarios			
						Agua, luz, internet	Número de mesas	Ruta de evacuación	Equipamiento de seguridad	Higiene y aseo de los utensilios y vajilla.	Uso adecuado de la vestimenta	Manejo de alimentos y bebidas	Parqueadero	Guardia	Pago con tarjeta	reservaciones
Beer Club	Pujilí (Matriz)	0	Cerveza Wiski	1	3	Si	5	Si	Si	2	0	2	No	Si	Si	Si
California Bar 593	Pujilí (Matriz)	0	Cerveza Vodka	1	4	Si	6	Si	Si	2	0	1	No	Si	Si	Si
Moncawa	Pujilí (Matriz)	0	Cerveza Switch	2	4	Si	5	Si	Si	2	0	1	No	Si	No	Si
La Casa	Pujilí (Matriz)	0	Cerveza	1	4	Si	5	Si	Si	2	0	2	No	Si	No	Si
La Hueca del Diablo	Pujilí (Matriz)	0	Cerveza Switch	S/C	4	Si	4	Si	Si	2	0	2	No	Si	No	Si
Coco Barril	Pujilí (Matriz)	0	Cerveza Switch	S/C	4	Si	6	Si	Si	1	0	1	No	Si	Si	Si

Nota: Investigación de Campo (Eliana Ochoa, 2024)

10.2.1.3 Cafetería de Cantón Pujilí

En el cantón se pudo identificar 4 establecimientos de cafetería los cuales no se encuentran registrados en el catastro del MINTUR, mientras que un establecimiento se encuentra registrado en el catastro, pero en la actualidad se encuentra cerrado permanentemente dichos establecimientos es Te Quiero Bien Repostería Fina, se realizó el levantamiento de información a través de la ficha técnica.

Estos establecimientos se encuentran ubicados en la parroquia Pujilí (La Matriz).

En la tabla 17 de resumen se detallan información recolectada en las fichas técnicas la misma que se encuentra sistematizada en esta tabla de resumen.

Cafeterías del Cantón Pujilí

Tabla 21. Tabla resumen de Cafeterías del Cantón Pujilí.

Nota: Investigación de Campo (Eliana Ochoa, 2024)

Cafetería	Parroquia	Número de platos a la carta	Plato o bebida más vendido	Categoría	Número de empleados	Infraestructura y equipamiento				Buenas prácticas y Servicios complementarios (4pMx.)							
						Agua, luz, internet	Número de mesas	Ruta de evacuación	Equipamiento de seguridad	Higiene y aseó de los utensilios y vajilla.	Uso adecuado de la vestimenta	Manejo de alimentos y bebidas	Parqueadero	Guardia	Pago con tarjeta	reservaciones	
Dulzura Mía	Pujilí (La Matriz)	12	Capuchino	S/C	2	Si	5	Si	Si	1	2	1	No	No	No	Si	
Bogati	Pujilí (La Matriz)	20	Crepes	S/C	2	Si	4	Si	Si	1	3	1	No	No	Si	Si	
Happy	Pujilí (La Matriz)	14	Tigrillo	S/C	4	Si	5	Si	Si	1	2	1	No	No	Si	Si	
Dulfres	Pujilí (La Matriz)	18	Brownie	S/C	1	Si	4	Si	Si	1	2	1	No	No	No	Si	

10.2 Interpretación de resultados de anexos del Reglamento de alimentos y bebidas

10.2.1 Requisitos generales obligatorios para los establecimientos de alimentos y bebidas

Mediante el desarrollo de los anexos de requisitos generales obligatorios se evidenció que no todos los establecimientos de restaurantes, cafeterías y bares- discotecas inventariados cumplen con los requisitos propuestos en los anexos.

- **Restaurantes**

En la siguiente tabla se evidencia la información sistematizada en porcentajes del cumplimiento y no cumplimiento con los requisitos obligatorios en restaurantes.

Tabla 22. Resumen de Establecimientos que cumplen o no con los requisitos obligatorios

Restaurantes	Cumple	No cumple
1. Karuña Ñan	89%	11%
2. Sumak Mikuna	87%	13%
3. Mirador Oro Verde	89%	11%
4. Hosteria Chukirawa	87%	13%
5. Restaurante Inti Ñan	82%	18%
6. Restaurante Comunitario Kirutwa Musguk Was	84%	16%
7. Andean House	87%	13%
8. Fanny Lu Paradero	84%	16%
9. Pollos al Gustos	84%	16%
10. Cafelisa	76%	24%
11. Los Aylluz	76%	24%
12. Pollos Rikoton	76%	24%
13. Gusto Restaurante	71%	29%
14. La Esquina de Ales	76%	24%
15. Parrilladas El Chagra	76%	24%
16. Pizzería El Danzante	82%	18%
17. Pioo Rojo	87%	13%
18. Mr. Grill	84%	16%
19. Pizza de Angelo	84%	16%

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa

De todos los establecimientos de restaurantes evaluados el 87% cumple con la mayoría de los requisitos obligatorios mientras que el 13% no cumplen con los requisitos.

El establecimiento karuña Ñan y Mirador Oro Verde cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 89% mientras que el 11% restante no cumple con los requisitos obligatorios de equipamiento en áreas de preparación de alimentos.

Los establecimientos Sumak Mikuna, Hosteria Chukirawa, Andean House y Pioo Rojo cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 87% mientras que el 13% restante no cumple con los requisitos obligatorios de equipamiento en áreas de preparación de alimentos.

Los establecimientos Restaurante Comunitario Kirutwa Musguk Was, Fanny Lu Paradero, Pollos al Gustos, Mr. Grill y Pizza de Angelo cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 84% mientras que el 16% restante no cumple con los requisitos obligatorios de equipamiento en áreas de preparación de alimentos.

El establecimiento Restaurante Inti Ñan y Pizzería El Danzante cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 82% mientras que el 18% restante no cumple con los requisitos obligatorios de equipamiento en áreas de preparación de alimentos.

Los establecimientos Cafelisa, Los Aylluz, Pollos Rikoton, La Esquina de Ales y Parrilladas El Chagra cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 76% mientras que el 24% restante no cumple con los requisitos obligatorios de equipamiento en áreas de preparación de alimentos.

El establecimiento Gusto Restaurante cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 71% mientras que el 29% convirtiéndose en el único establecimiento con un porcentaje mayor en no cumplimiento de requisitos en áreas de preparación de alimentos.

- **Cafeterías**

En la siguiente tabla se evidencia la información sistematizada en porcentajes del cumplimiento y no cumplimiento con los requisitos obligatorios en cafeterías

Tabla 23. Resumen de Establecimientos que cumplen o no con los requisitos obligatorios

Cafeterías	Cumple	No cumple
1. Dulzura Mía	81%	19%
2. Bogati	81%	19%
3. Happy	81%	19%
4. Dulfres	78%	22%

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa

De todos los establecimientos de cafeterías evaluados el 75% cumple con la mayoría de los requisitos obligatorios mientras que el 25% no cumplen con los requisitos.

Los establecimientos Dulzura Mía, Bogati y Happy cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 81% mientras que el 19% restante no cumple con los requisitos obligatorios de equipamiento en áreas de preparación de alimentos.

El establecimiento Dulfres cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 78% mientras que el 22% convirtiéndose en el único establecimiento con un porcentaje mayor en no cumplimiento de requisitos en áreas de preparación de alimentos.

- **Bares - Discotecas**

En la siguiente tabla se evidencia la información sistematizada en porcentajes del cumplimiento y no cumplimiento con los requisitos obligatorios en bares – discotecas.

Tabla 24. Resumen de Establecimientos que cumplen o no con los requisitos obligatorios

Bares - Discotecas	Cumple	No cumple
1. Beer Club	81%	19%
2. California Bar 593	76%	24%
3. Moncawa	76%	24%
4. La Casa	76%	24%
5. La Hueca del Diablo	73%	27%
6. Coco Barril	73%	27%

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa

De todos los establecimientos de bares - discotecas evaluados el 65% cumple con la mayoría de los requisitos obligatorios mientras que el 35% no cumplen con los requisitos.

El establecimiento Beer Club cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 81% mientras que el 19% restante no cumple con los requisitos obligatorios de equipamiento en áreas de preparación de alimentos y bebidas.

Los establecimientos California Bar 593, Moncawa y La Casa cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 76% mientras que el 24% restante no cumple con los requisitos obligatorios de equipamiento en áreas de preparación de alimentos y bebidas.

Los establecimientos La Hueca del Diablo, Coco Barril cumplen con los requisitos obligatorios siendo un 73% mientras que el 27% convirtiéndose en el único establecimiento con un porcentaje mayor en no cumplimiento de requisitos en áreas de preparación de alimentos y bebidas.

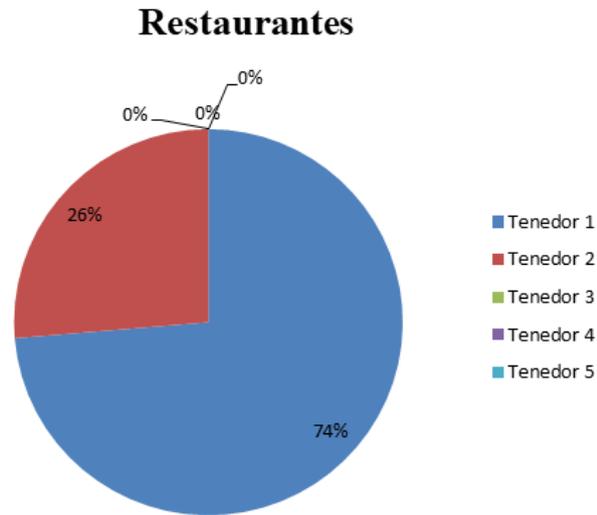
10.2.2 Requisitos de categorización para los establecimientos de alimentos y bebidas

Al desarrollar el inventario de la planta turística oferta de alimentos y bebidas en el cantón Pujilí se evidencio que algunos establecimientos no contaban con una categorización por lo mismo se desarrolló los anexos correspondientes.

Basándonos en el nivel de puntajes otorgado por el Ministerio de Turismo se realizaron las correspondientes fichas técnicas de todos los establecimientos identificados y entrevistados que se mostrarán en el Anexo, obteniendo la categoría de cada uno de ellos.

Los restaurantes pueden clasificarse en 5 categorías, y dentro de las entrevistas obtenidas de la muestra se han presentado restaurantes que pertenecen de 1 tenedor hasta 2 tenedores, pues han obtenido puntajes entre los 40 y 70 puntos.

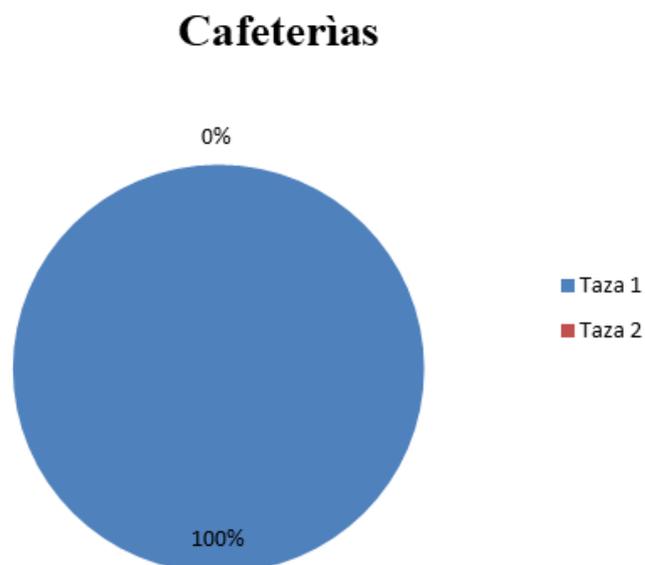
Figura 4. Categorización de restaurantes



El 74% de los restaurantes han obtenido una categorización de 1 tenedor, representado a 14 establecimientos siendo la mayoría de la muestra tomada dentro de esta categoría, seguida del 26% que demostraron ser de 2 tenedores, representando a 5 establecimientos y finalmente no cuenta con establecimientos de 3, 4 y 5 tenedores.

Según el Reglamento de Alimentos y Bebidas, las cafeterías pueden clasificarse en dos categorías. De las cafeterías inventariadas, a partir de la observación se ha determinado que todas alcanzan un puntaje que va desde los 40 a 70 puntos, de tal manera que todas alcanzarían como categoría a 1 taza.

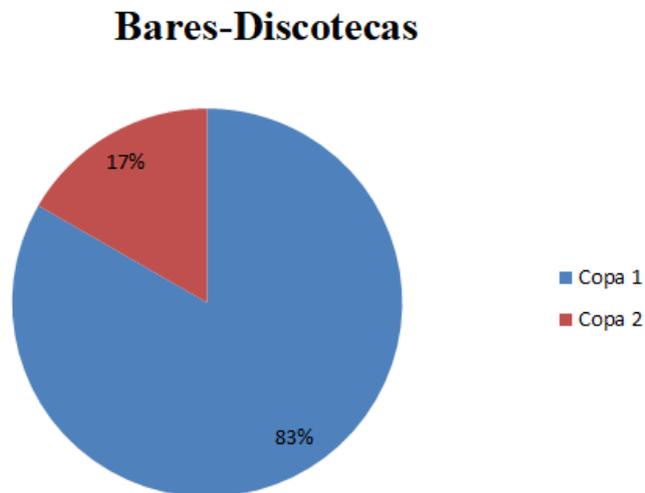
Figura 5. Categorización de Cafeterías



El 100% de las cafeterías han obtenido una categorización de 1 taza, representado el total de los 4 establecimientos inventariados.

Los bares – discotecas se clasifican en tres categorías de 1 a 3 copas de los bares – discotecas inventariadas, a partir de la observación se ha determinado que todas alcanzan un puntaje que va desde los 40 a 71 puntos, de tal manera que todas alcanzarían como categoría a 1 y 2 copas.

Figura 6. Categorización de Bares y Discotecas



El 83% de los bares-discotecas han obtenido una categorización de 1 copa, representado a 5 establecimientos siendo la mayoría de la muestra tomada dentro de esta categoría, seguida del 17% que demostraron ser de 2 copas, representando a 1 establecimiento.

10.3 Entrevistas

La entrevista es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. Canales la define como "la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto" (Díaz Bravo y otros, 2013)

Según Díaz Bravo (2013). La entrevista es una herramienta importante para la recolección de información para el desarrollo de la investigación, para la ejecución de la entrevista primeramente se identificó los actores claves los cuales se dividen en actores Públicos y Privados, para la realización de la entrevista se tomará en cuenta a los actores privados como son los dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas como también a los turistas y visitantes para una mejor recolección de datos.

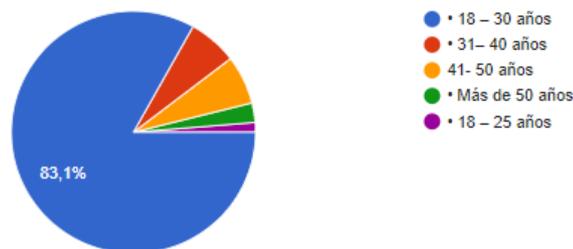
10.3.1 Entrevista a los Turistas y Visitantes

La entrevista dirigida a los turistas y visitantes tuvo como objetivo recopilar información para determinar el perfil del visitante que utiliza la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

La entrevista fue realizada a 382 personas, obtenida a través de una fórmula de muestreo probabilístico, a continuación, la tabulación de las respuestas.

1. Edad

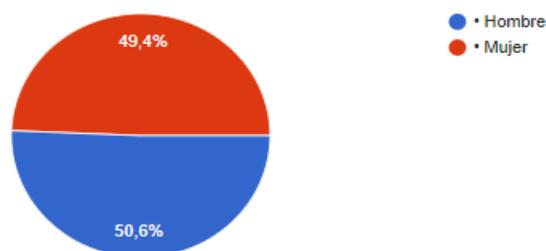
Figura 7. Edad



En la figura 3 se evidencia que 83,1% de los turistas entrevistados se encuentran en un rango de 18 a 30 años, seguido de un 6,5% de rango de edad de 31 a 40 y 41 a 50, mientras que un 2,6% tiene un rango más de 50 años y por último un 1,3% pertenece a un rango de 18 a 25 años.

2. Género

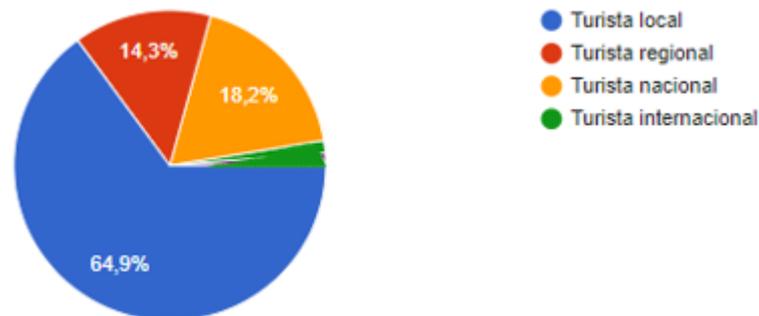
Figura 8. Género



En la figura 4 se expone que el 49,4% de los entrevistados son mujeres mientras que el 50,5% son hombres.

3. ¿De qué lugar nos visita?

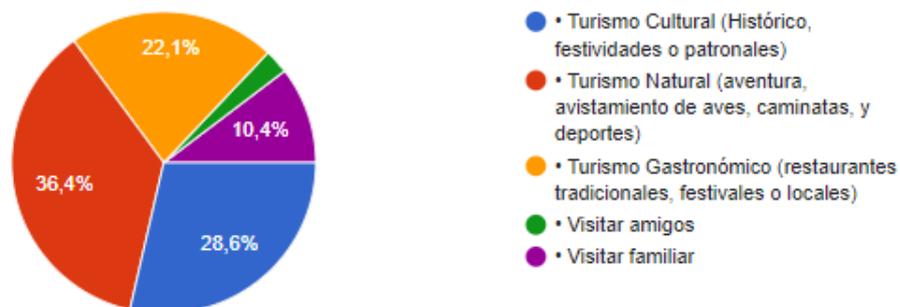
Figura 9. Lugar de Visita



En la figura 5 se muestra que el 64,9% de los entrevistados son turistas locales, el 18,2% son turistas nacionales, el 14,3% son turistas regionales, y el 1,3% son turistas internacionales.

4. ¿Qué lo motiva a salir de viaje?

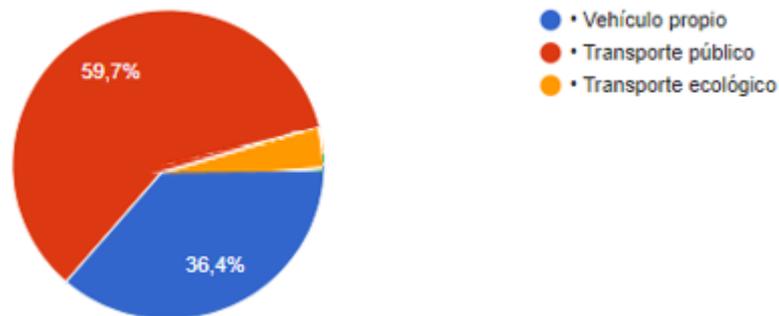
Figura 10. Razón de Viaje



Como se muestra en la figura 6 en base a las respuestas de los turistas entrevistados el 36,4% el motivo de viajes es por el turismo natural, el 28,6% por el turismo cultural, el 22,1% por el turismo gastronómico, el 10,4% su motivo de viaje es por visitar a familiares y por último el 2,6% por visitar a amigos que se encuentran en el cantón Pujilí.

5. ¿Qué transporte frecuente o utiliza al momento de viajar?

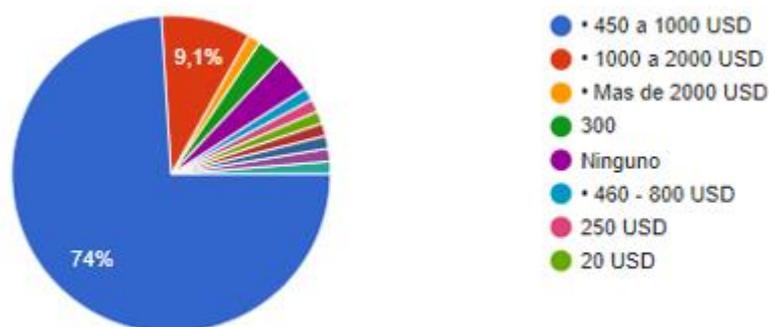
Figura 11. Medio de Transporte



En la figura 7 se muestra el tipo de transporte más frecuentado o utilizado con un 59,7% es el transporte público, el 36,4% usa el vehículo propio, mientras que el 2,6% usa el transporte ecológico.

6. ¿Cuál es el rango de su ingreso mensual?

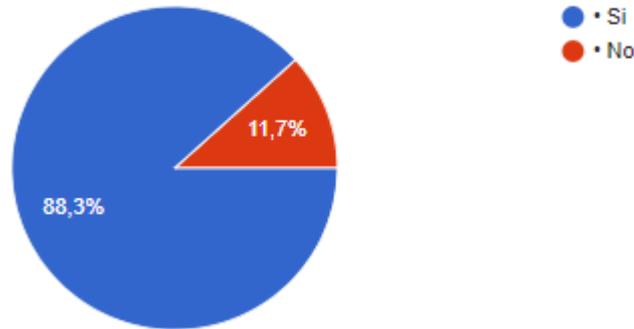
Figura 12. Rango de Ingreso Mensual



Como se evidencia en la figura 8 el 74% tiene un rango mensual de 450 a 1000 USD, el 9,1% tiene un rango de 1000 a 2000 USD, el 1,3% tiene un ingreso más de 2000 USD, el 2,6% tiene un rango de 300USD, el 1,3% tiene un ingreso de 20 a 250 USD, mientras que el 3,9% no cuenta con un ingreso mensual.

7. ¿Ha visitado antes el cantón Pujilí?

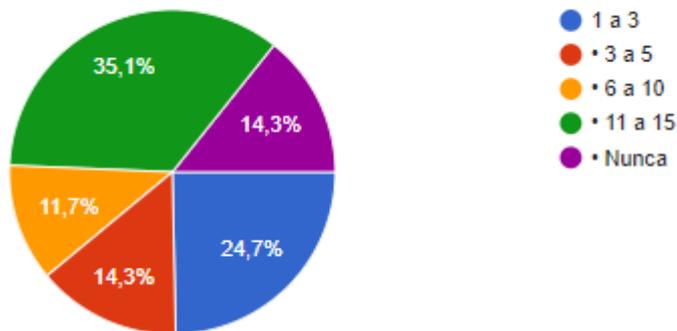
Figura 13. Visitas al Cantón Pujilí



Según la figura 9 el 88,3% si ha visitado el cantón Pujilí, mientras que el 11,7% no ha realizado ni un viaje previo al cantón.

8. ¿Cuántas veces ha visitado el cantón Pujilí, en los últimos 12 meses?

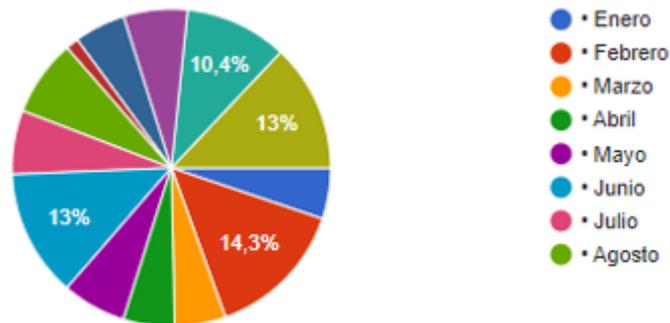
Figura 14. Visitas al cantón Pujilí, en los últimos 12 meses



En la figura 10 se observa que el 35,1% de los entrevistados ha visitado el cantón Pujilí de 1 a 3 veces, el 14,3% de 3 a 5 veces, el 24,7% de 1 a 3 veces, el 14,3% de 3 a 5 veces y por último el 11,7% ha visitado de 6 a 10 veces en los últimos 12 meses.

9. ¿En qué meses frecuenta visitar el cantón Pujilí?

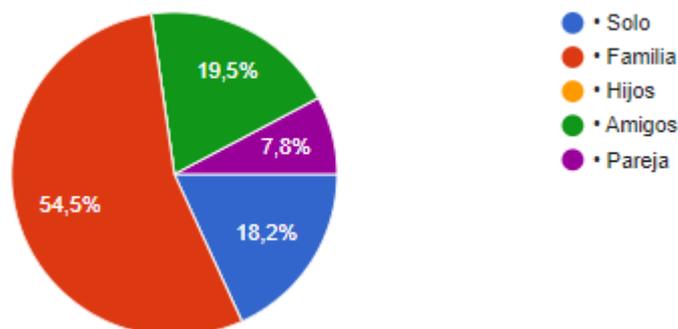
Figura 15. Meses de Afluencia



De acuerdo en la figura 11 el 14,3% de los entrevistado a visitado el cantón Pujilí en el mes de febrero, el 13% en el mes de junio, el 10,4% en el mes de diciembre, el 6,5% en los meses de julio, noviembre y mayo, el 7,8% en el mes de agosto, el 5,2% en los meses de octubre, marzo, enero y abril, el 1,3% en el mes de septiembre, mientras que el otro 13% no frecuenta visitar el cantón Pujilí.

10. ¿Con quién viaja?

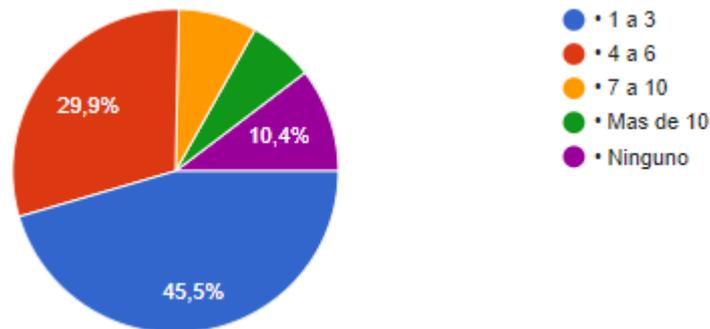
Figura 16. Preferencia de viaje



En la figura 12 se observa que el 54,5% de los entrevistados prefiere viajar en familia, el 19,5% con amigos, el 7,8% en pareja y el 18,2% prefiere viajar solo.

11. ¿Cuántos atractivos turísticos, culturales, históricos, religiosos, artísticos, festivos y desfiles a los que ha asistido o visitado durante su estadía en Pujilí?

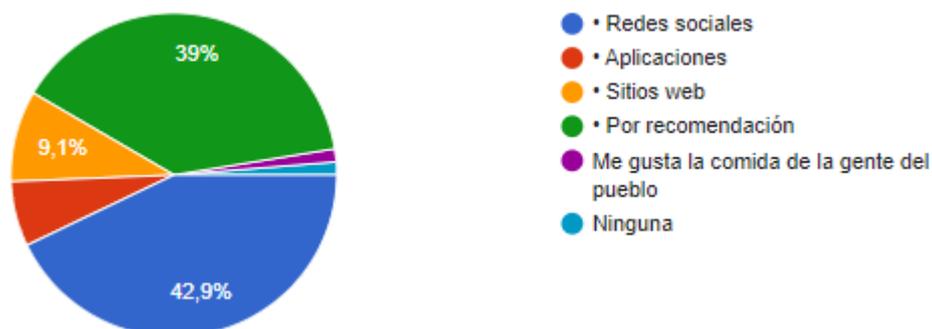
Figura 17. Atractivos turísticos visitados



En la figura 13 se evidencia que el 29,9% menciona que ha presenciado de 4 a 6 actividades o atractivos, el 45,5% entre 1 y 3, el 7,8% entre 7 a 10, el 6,5% más de 10, mientras que el 10,4% no ha asistido a ninguna actividad o atractivo.

12. ¿Qué medios utiliza para buscar establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Pujilí?

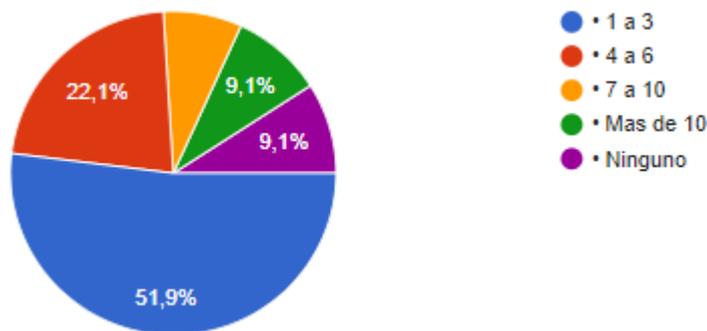
Figura 18. Medios de difusión



De acuerdo con la figura 14 el 42,9% de los entrevistados utilizan redes sociales para buscar establecimientos de alimentos y bebidas, el 39% por recomendación, 9,1% por sitios web, 6,5% por aplicaciones y el 1,3% no utiliza ningún medio para buscar establecimientos.

13. ¿Cuántos establecimientos de alimentos y bebidas ha visitado durante su estadía?

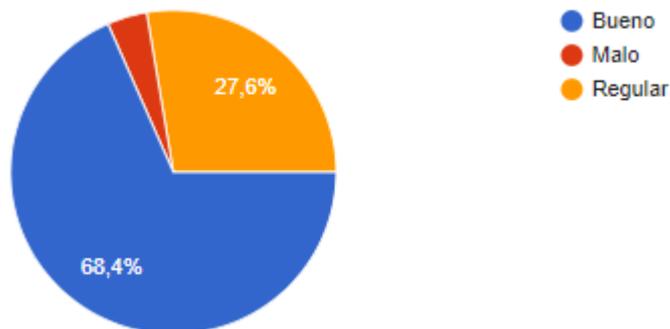
Figura 19. Establecimientos Visitados



Según la figura 15 el 51,9% en su estadía ha visitado entre 1 a 3 establecimientos de alimentos y bebidas, el 22,1% entre 4 a 6, 9,1% más de 10 establecimientos, el 7,8% entre 7 a 10, mientras que el otro 9,1% no ha visitado ningún tipo de establecimiento de alimentos y bebidas.

14. De los establecimientos visitados ¿Cómo considera usted el servicio?

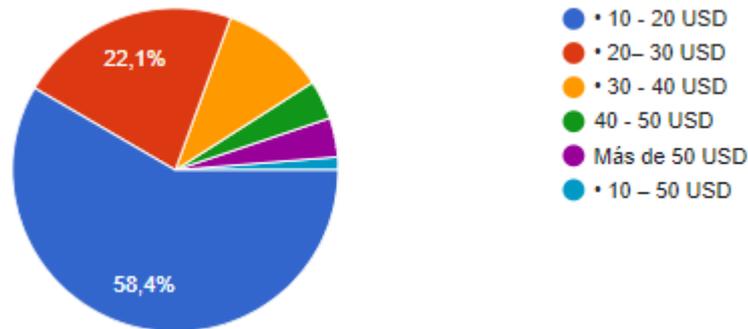
Figura 20. Valoración de servicios de Establecimientos Visitados



De acuerdo a la figura 16 el 68,4% de los entrevistados considera bueno el servicio, el 27,6% regular y el 3,9% considera malo el servicio de los establecimientos visitados.

15. En promedio ¿Qué presupuesto considera usted consumir en alimentos y bebidas en el cantón Pujilí?

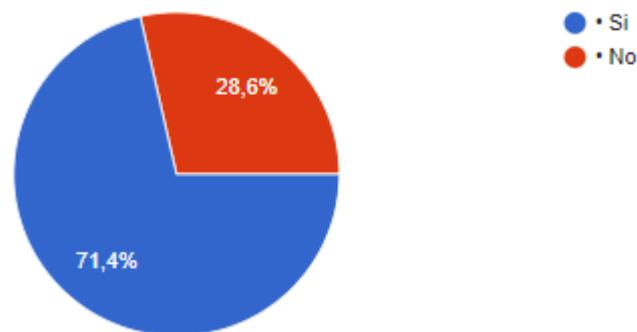
Figura 21. Presupuesto de Consumo



En la figura 17 indica que 58,4% de los entrevistados considera consumir en alimentos y bebidas una cantidad de 10 a 20 USD, el 22,1% de 20 a 30 USD, 10,4% de 30 a 40 USD, el 3,9% de 40 a 50 USD, el 1,3% de 10 a 50 USD, mientras que el otro 3,9% más de 50 USD.

16. ¿Conoce usted los platos representativos del cantón Pujilí?

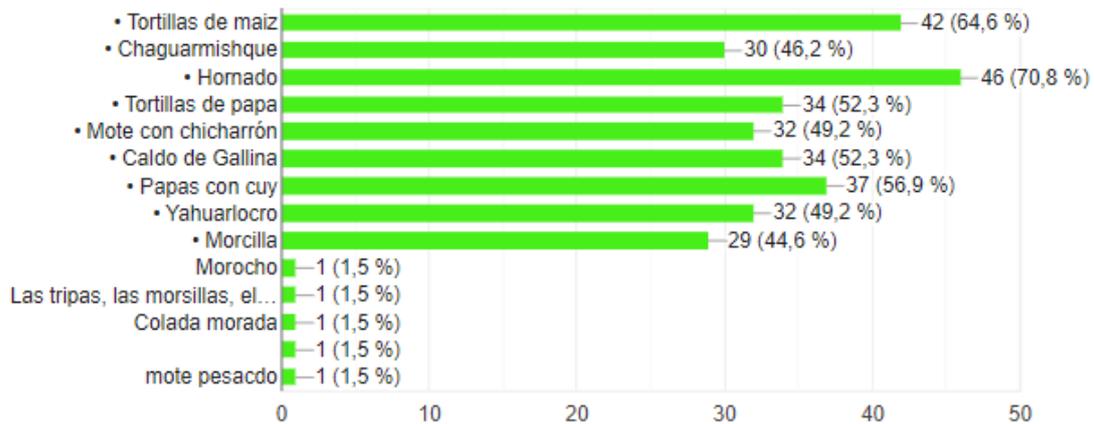
Figura 22. Conocimiento de Platos Representativos



En base a la figura 18 el 71,4% de los entrevistados si conocen los platos representativos del cantón Pujilí, mientras que el 28,8% no tiene conocimiento de la gastronomía representativa del cantón.

- En caso de responder Si a la pregunta 16, seleccione cuales conoce

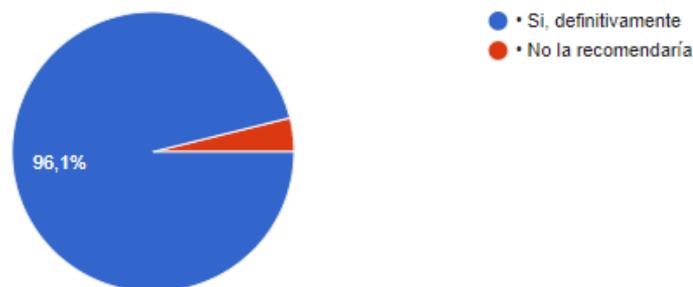
Figura 23. Selección de Platos Representativos



En la figura 19 se muestra los platos y bebidas más conocidos entre ellos se encuentra el hornado con el 70,8%, seguido de tortillas de maíz con el 64,6%, papas con cuy con el 56,9%, las tortillas de papas y caldo de gallina con el 52,3%, mote con chicharrón y yahuarlocro con el 49,2%, chaguarmisque y morcilla con el 44,6% y el resto de platos y bebidas con un porcentaje de 1.5%.

17. ¿Recomendaría usted la gastronomía del cantón Pujilí?

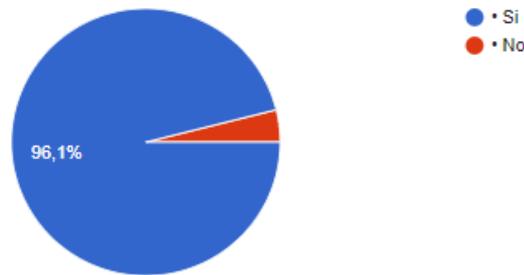
Figura 24. Recomendación de Gastronomía



En la figura 20 se evidencia que el 96,1% de los entrevistados recomiendan la gastronomía del cantón, mientras que el 3,9% definitivamente no recomendaría.

18. ¿Regresaría a visitar el cantón Pujilí?

Figura 25. Retornaría al Cantón Pujilí



Según la figura 21 el 96,1% de los entrevistados si regresarían al cantón Pujilí, mientras que el 3,9% no lo haría.

10.3.1.1 Resultados de la entrevista a los turistas y visitantes

Con base en los resultados de la entrevista se puede observar que la mayoría de los entrevistados son turistas locales con un rango de edad de 18 a 30, con motivos de viaje de turismo natural, gastronómico y cultural, movilizándose en transporte público, teniendo un ingreso mensual de 450 a 1000 USD, con una preferencia de viaje en familia, los meses de ingreso con mayor frecuencia de viaje al cantón son febrero, junio, julio y agosto, los turistas utilizan las redes sociales como medio para buscar establecimientos de alimentos y bebidas y los platos más consumidos es el hornado, caldo de gallina, papas con cuy y tortillas de maíz. En general la entrevista proporciona información relevante sobre las preferencias y experiencias de los turistas en el cantón Pujilí.

En la siguiente tabla se muestra los resultados del levantamiento de información a través de la entrevista realizada a los turistas y visitantes para conocer el perfil del turista.

Tabla 25. Tabla del Perfil del Turista

PERFIL DEL TURISTA	
VARIABLES	
Edad	18-30 años
Género	Hombre 50.5%
	Mujer 49.4%
Lugar de origen	Turista local
Motivo de viaje	Turismo Natural
	Turismo Gastronómico
	Turismo Cultural
Transporte	Transporte público
Ingreso mensual	450 a 1000 USD
Preferencia de viaje	Familia
Meses de ingreso	Febrero
	Junio
	Julio
	Agosto
Medios para buscar establecimientos de alimentos y bebidas	Redes sociales
Gasto promedio en consumo de alimentos y bebidas	10-20 USD
Plato más consumido	Hornado
	Caldo de gallina
	Papas con cuy
	Tortillas de maíz

Nota: Investigación de Campo (Eliana Ochoa, 2024)

10.3.2 Entrevista a los prestadores de servicios

La entrevista dirigida a los prestadores de servicio tiene como objetivo recopilar información para determinar el potencial que presenta los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pujilí, la entrevista fue realizada a 29 personas entre gerentes, encargados y propietarios de los establecimientos.

1. Nombres, establecimiento y cargo que desempeña

Las tres primeras preguntas de la entrevista se centran en conocer el nombre de los entrevistados en conjunto con el cargo que desempeña como se muestra en la siguiente tabla.

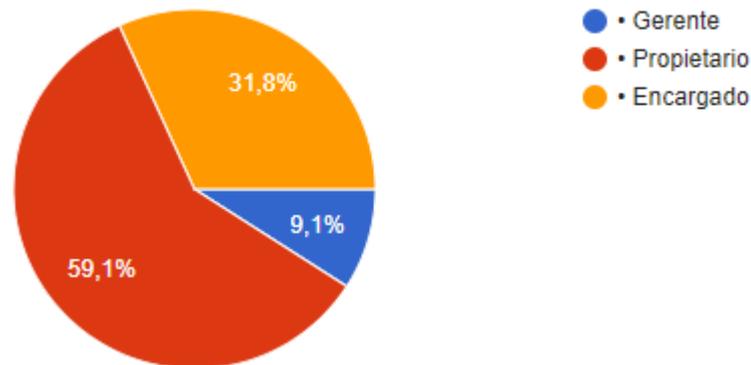
Tabla 26. Tabla de Nombres y cargos de los prestadores de servicios

Establecimiento	Tipo	Nombre y Apellido	Cargo
Karu Ñan	Restaurante	Alex Pastuña	Gerente
Sumak Mikuna	Restaurante	Darwin Chaluisa	Propietario
Mirador Oro Verde	Restaurante	Rubio Paola Mariela de Jesús	Propietario
Hosteria Chukirawa	Restaurante	Manuel Latacunga	Propietario
Restaurante Inti Ñan	Restaurante	Martha Cusco	Propietario
Restaurante Comunitario Kirutwa	Restaurante	Fabian Toaquiza	Encargado
Musguk Was			
Andean House	Restaurante	Mirian Latacunga	Gerente
Fanny Lu Paradero	Restaurante	Fanny	Propietaria
Pollos al Gusto	Restaurante	Oña Changoluiza	Gerente
Cafelisa	Restaurante	Liliana Guerrero	Propietario
Los Aylluz	Restaurante	Nieves Millingalli	Propietario
Pollos Rikoton	Restaurante	Stalin Toro	Encargado
Gusto Restaurante	Restaurante	Jina León	Propietario
La Esquina de Ales	Restaurante	Leonardo Dueñas	Encargado
Parrilladas El Chagra	Restaurante	Jimena Salguero	Propietario
Pizzería El Danzante	Restaurante	Alexander Culqui	Propietario
Pioo Rojo	Restaurante	Jhoana García	Encargado
Mr. Grill	Restaurante	Rita Cevallos	Propietario
Pizza de Angelo	Restaurante	Lennin Orellana	Gerente
Beer Club	Bar		
Californía Bar 593	Bar	José Amores	Propietario
Moncawa	Bar - Discoteca	Henry Paredes	Gerente
La Casa	Bar	Rafael Villavicencio	Propietario
La Hueca del Diablo	Bar – Discoteca	Maricela Estrella	Propietario
Coco Barril	Bar – Discoteca	Nelson Naranjo	Propietario
Dulzura Mía	Cafetería	Nelson Monje	Propietario
Bogati	Cafetería	Carla Sánchez	Gerente
Happy	Cafetería	Alexandra Hurtado	Propietario
Dulfres	Cafetería	Gabriela Oña	Propietario

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa (2024)

En el Gráfico se muestra el porcentaje de entrevistado y el cargo que ocupan.

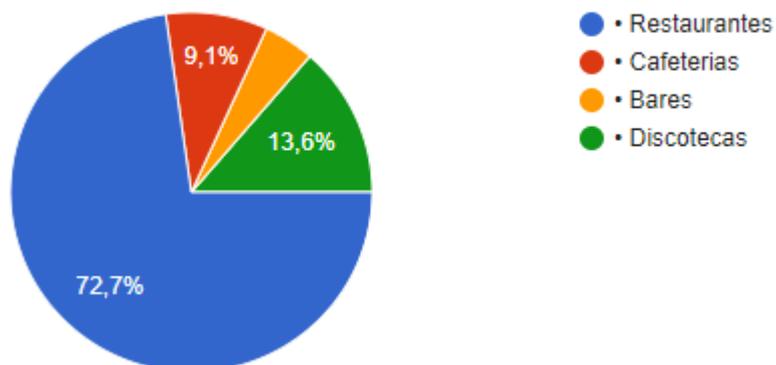
Figura 26. Cargo que ocupan



De las personas entrevistadas el 59,1% pertenece a las personas propietarias del establecimiento, mientras que el 31,8% pertenece a encargados y el 9,1% son gerentes, siendo el porcentaje del cargo que ocupa en los establecimientos de alimentos y bebidas.

2. Tipo de establecimiento

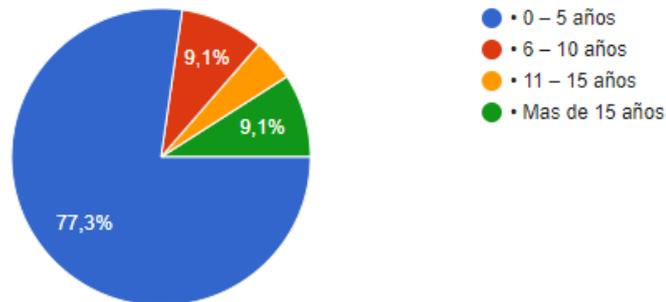
Figura 27. Tipo de establecimiento



Del cargo de las personas entrevistadas el 72,7% pertenece a restaurante, el 9,1% son cafeterías, el 4,1% son bares y el 13,6% son discotecas, los cuales son establecimientos identificados en el cantón Pujilí tal como señala en la figura 23.

3. ¿Cuál es el tiempo que tiene activo su establecimiento?

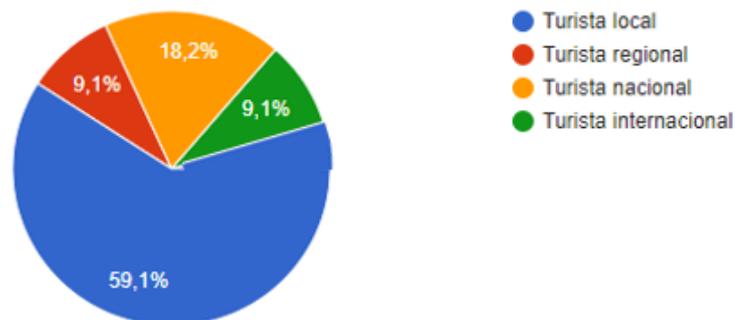
Figura 28. Tiempo de Funcionamiento



De estos establecimientos de planta turística oferta de alimentos y bebidas el 77,3% son establecimientos con un periodo de 0 a 5 años de funcionamiento, el 9,1% son establecimientos con un periodo de funcionamientos de 6 a 10 años y más de 15 años, mientras que el 4,1% son establecimientos con un periodo de 11 a 15 años como se muestra en la figura 24.

4. ¿De qué procedencia son los clientes que ha recibido en su establecimiento?

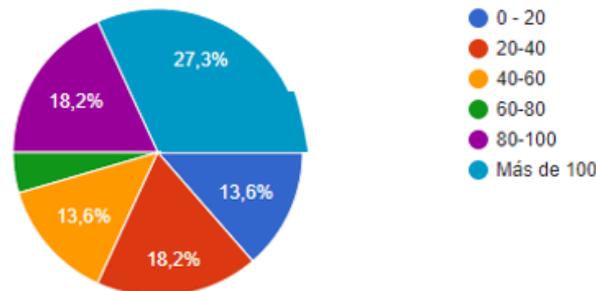
Figura 29. Procedencia de Clientes



A través de la tabulación de la de la figura 25, indica el tipo de cliente que recibe cada establecimientos, el 59,1% son turistas locales dando a entender que son personas de la misma localidad, el 18,2% pertenece a turistas nacionales estos son personas de diferentes provincias a nivel del Ecuador, el 9,1% pertenece a turistas regionales siendo personas de un territorio en específico con características especiales, y por último indica que el 9,1% hace referencia al turismo internacional siendo personas de diferentes países a nivel mundial.

5. ¿Cuál es la cantidad de clientes que recibe mensualmente?

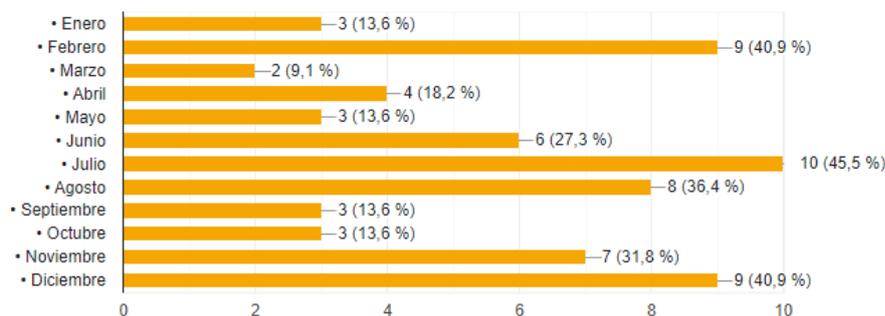
Figura 30. Cantidad mensual de Clientes



A través de la tabulación de la información de la entrevista nos da como resultado en porcentajes la cantidad de clientes que recibe cada establecimiento mensualmente, como se ve en el Gráfico, el 27,3% indica que recibe más de 100 clientes al mes, el 18,2% recibe entre 80 a 100 clientes, el 13,6% recibe entre 0 a 20 y 40 a 60 clientes mensualmente, mientras que el otro 18,2% recibe de 20 a 30 clientes mensualmente en cada establecimiento como se muestra en la figura 26.

6. ¿Qué meses considera que son de temporada alta?

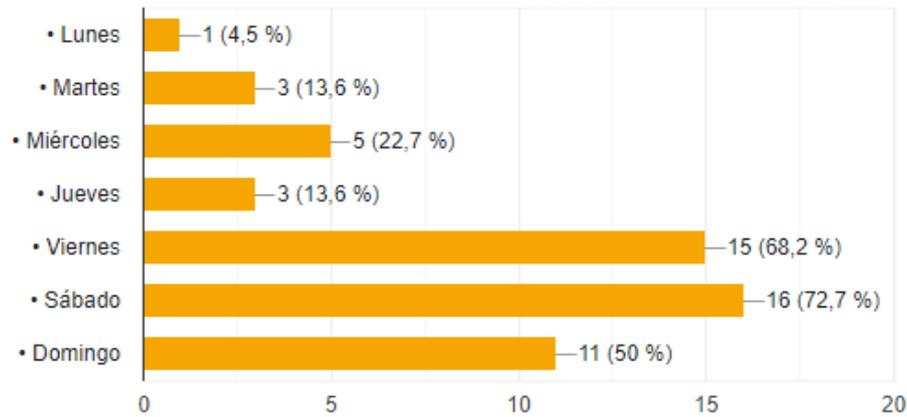
Figura 31. Meses de Temporada Alta



En base a las respuestas de los prestadores de servicios en la figura 27 el mes con mayor afluencia de turistas o visitantes es en julio de acuerdo al 45,5% de entrevistados, seguido del mes de febrero y diciembre con el 40,9% de encuestados, seguido del mes de agosto con un 36,4%, noviembre con 31,8%, junio con 27,3%, abril con 18,2%, enero, mayo, septiembre, octubre con un 13,6%, mientras que marzo con 9,1% es el mes menos visitado de acuerdo a los entrevistados.

7. ¿Qué días considera que son mayor afluencia dentro de su establecimiento?

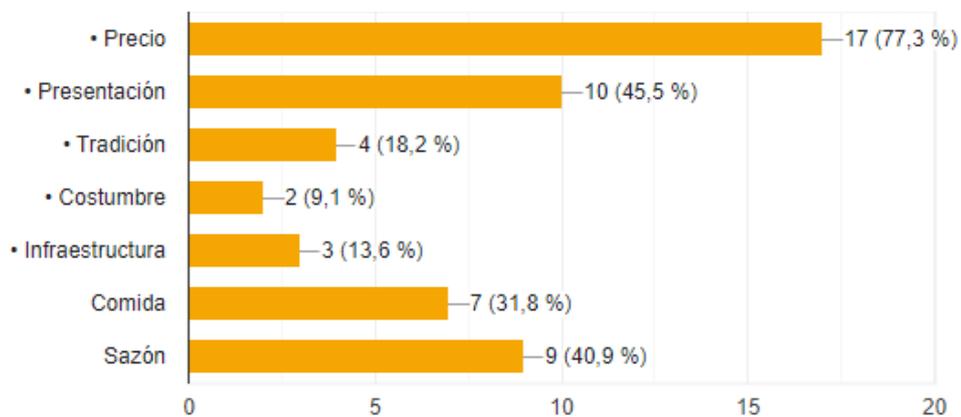
Figura 32. Días de mayor afluencia



Como se muestra en la figura 28 de acuerdo a las respuestas de los prestadores de servicios, el sábado es el día con mayor afluencia con el 72,7%, seguido del día viernes con 68,2%, el domingo con 50%, miércoles con 22,7%, martes y jueves con 13,6%, mientras que el día lunes es considerado con menor afluencia con 4,5%.

8. ¿Qué factores considera que influye al momento de elegir un establecimiento?

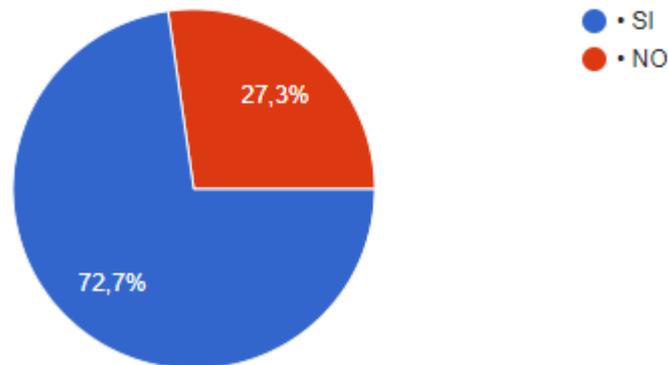
Figura 33. Factores influyentes



De los factores considerados según los prestadores de servicios el factor que más influye es el precio con 77,3%, seguido de la presentación con 45,5%, sazón con 40,9%, comida con 31,8%, tradición con 18,2%, infraestructura con 13,6%, mientras que el factor que menos influye es la costumbre con 9,1% como se muestra en la figura 29.

9. ¿Realiza un registro de sus platos más vendidos en su establecimiento?

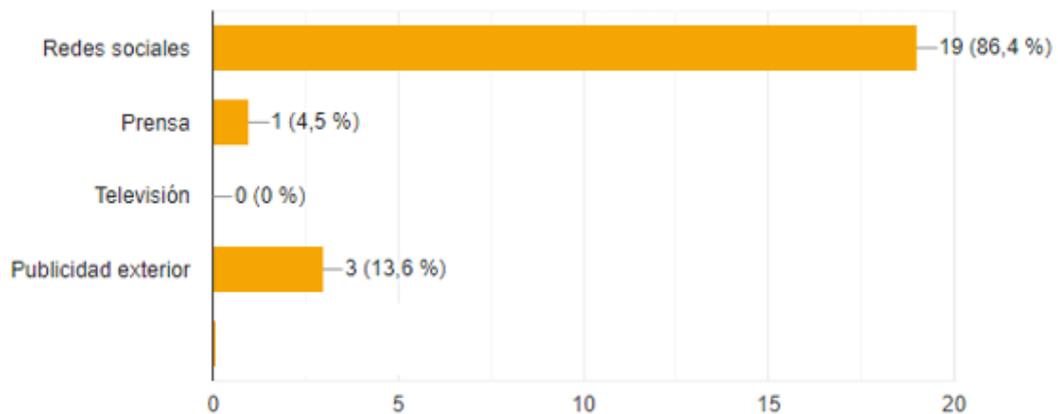
Figura 34. Registro de Platos



De acuerdo con la figura 30, el 72,2% de los prestadores de servicios si realiza un registro de los platos más vendidos para mejorar la gestión y satisfacer las preferencias de sus clientes, mientras que el 27,3% no realiza ningún tipo de registro.

10. ¿Qué medios informativos utiliza para realizar marketing en su establecimiento?

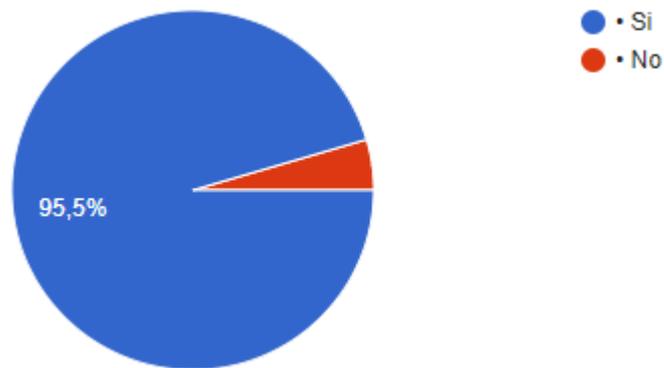
Figura 35. Medios de Difusión



Como se muestra en la figura 31, los prestadores de servicios utilizan medios informativos para realizar marketing mejorando su estado actual, el medio más utilizado son las redes sociales con un 86,4%, seguido de publicidad exterior con un 13,6%, prensa con un 4,5%, mientras que el medio informativo como la televisión no es utilizado para realizar marketing.

11. ¿Considera importante la capacitación de su personal?

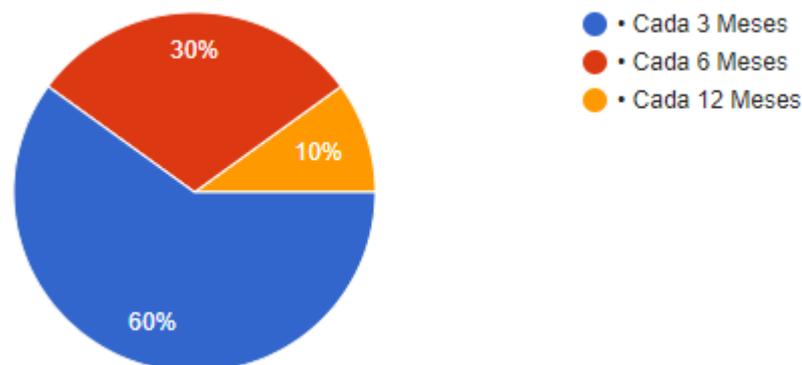
Figura 36. Estimación de capacitación



Como se señala en la figura 32, los prestadores de servicios consideran muy importante la capacitación del personal con un 95,5%, mientras que el 4,5% considera no importante en capacitar a su personal para el reconocimiento y desarrollo de su establecimiento.

- En caso de responder Si a la pregunta 11, indique cada que tiempo realiza capacitación a su personal.

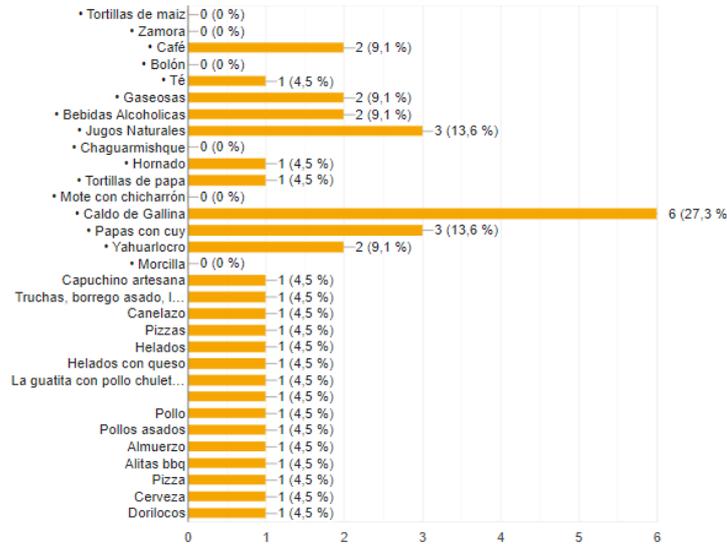
Figura 37. Tiempo de Capacitación



De acuerdo con la figura 33, el 30% de los entrevistados realizan capacitación cada 6 meses, el 60% cada 3 meses, mientras que el 10% realiza capacitación cada 12 meses.

12. ¿Cuál es el plato o bebida más vendido dentro del establecimiento?

Figura 38. Plato o Bebida más Vendido



Como se señala en la figura 34, el plato más vendido es el caldo de gallina con un 27,3%, seguido de jugos naturales, papas con cuy con un 13,6%, café, gaseosas, bebidas alcohólicas, yahuarlocro con un 9,1%, té, hornado, tortillas de papa, capuchino artesanal, truchas, borrego asado, canelazo, pizza, helados, helados con queso, guatita con pollo, chuleta, pollo asado, almuerzos, alitas BBQ, cerveza, dorilocos con un 4,5%.

13. De los platos o bebidas seleccionadas anteriormente ¿Por qué considera usted que sea el más vendido?

De acuerdo a los resultados anteriores consideran que son los más vendidos de acuerdo a que es lo más tradicional de la zona, el clima, la sazón, precio y el servicio.

10.1.4.2.1 Resultados de la entrevista a los Prestadores de servicios

Con base en la información proporcionada en la entrevista se puede analizar qué la mayoría de clientes en la planta turística oferta de alimentos y bebidas son turistas locales, los establecimientos cuentan con una antigüedad de 0-5 años recibiendo una cantidad más de 100 clientes mensualmente, considerando julio como el mes de temporada alta y el día sábado como de mayor afluencia, se analizó que el factor más influyente es el precio y el plato más consumido es el caldo de gallina. Esta información puede resultar útil para que la planta turística de alimentos y bebidas del cantón Pujilí lo adapten a la preferencia de sus clientes.

En la siguiente tabla se muestra la información sistematizada obtenida en las entrevistas realizadas.

Tabla 27. Tabla prestadores de servicios

PRESTADORES DE SERVICIOS	
VARIABLES	
Cargo	Gerente 9,1%
	Propietario 59,1%
	Encargado 31,8%
Tipo de establecimiento	Restaurantes
	Cafeterías
	Bares
	Discotecas
Antigüedad del establecimiento	0-5 años
Ingreso de clientes	Turista local
Cantidad de clientes mensualmente	Más de 100 clientes mensuales
Meses de temporada alta	Julio
Días de mayor afluencia	Sábado
Influyente para el consumo	Precio
Plato o bebida más vendida	Caldo de gallina

Nota: Investigación de Campo (Eliana Ochoa, 2024)

10.4 Matriz PEST-LA

La matriz PEST-LA permitió analizar los factores externos de la situación actual Político, Económico, Social, Tecnológico, Legal y Ambiental para el desarrollo de estrategias operativas.

Tabla 28. Tabla de la Matriz PEST-LA

Factor	Elementos analizados	Impacto Positivo/Negativo	Valoración del impacto	Calificación 1/3
Político	Cambio de autoridades en el GAD Municipal y Parroquiales del Cantón.	Positivo	Alto	3
	Interés en la planificación y ejecución de proyectos	Positivo	Alto	3
	Mantenimiento en infraestructura turística por parte de las autoridades	Positivo	Alto	3
Económico	Falta de presupuesto para la ejecución de proyectos	Negativo	Medio	2
	Población dedicada a un solo ámbito laboral	Negativo	Alto	3
	Elaboración de fiestas y eventos	Positivo	Alto	3
	Falta de fuentes de empleo	Negativo	Alto	3
Socio-Cultural	Pérdida de identidad cultural	Negativo	Alto	3
	Creación de ferias artesanales, gastronómicas.	Positivo	Alto	3
	Escasos servicios médicos	Negativo	Alto	3
Tecnológico	Falta cobertura telefónica e internet	Negativo	Alto	3
	Implementación de marketing de las parroquias del cantón.	Positivo	Alto	3
Legal	Desinterés de la población	Negativo	Alto	3
	Incumplimiento de leyes y reglamentos	Negativo	Alto	3
Ambiental	Falta de alcantarillado	Negativo	Alto	3
	Inadecuado manejo de los desechos	Negativo	Alto	3
	Falta de conciencia ambiental	Negativo	Alto	3
	Degradación de los atractivos naturales	Negativo	Medio	2

Nota: Investigación de Campo (Eliana Ochoa, 2024)

En la tabla 24 se analizaron 18 elementos, distribuidos en 6 factores: político, económico, socio – cultural, tecnológico, legal y ambiental del cantón Pujilí, de los elementos analizados 6 fueron valorados como positivos y 12 negativos, significando el 33 % como elementos positivos y el 67% negativos.

A través de este análisis se pudo identificar los impactos que existen en el entorno facilitando el desarrollo de estrategias adecuadas para potencializar la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

10.5 FODA

El FODA es una herramienta que tiene como propósito evaluar los factores fuertes y débiles que diagnostican las situaciones internas y externas en este caso del cantón Pujilí es decir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la planta turística oferta de alimentos y bebidas. (Ponce Talacon, 2006)

Tabla 29. Tabla Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Menú legible de alimentos y bebidas en idioma inglés que incluya precios asequibles exhibidos al público. • Facilidad de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico). • Política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes. • Vestíbulo o sala de espera para el cliente • Entrada de clientes independiente de la del personal de servicio. • Contar con alarma de incendios y/o detector de humo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Festividades tradicionales del cantón para la dinamizar y diversificar el turismo, impulsando el desarrollo económico a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas. • Nuevas formas de promoción en redes sociales para el reconocimiento a nivel nacional e internacional. • Ubicación geográfica estratégica para el posicionamiento en la zona. • Cámaras de seguridad integradas al ECU 911 a las afueras del establecimiento implementando la seguridad al turista o visitante. • Listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi. • Parqueadero y/o servicio de valet parking a las afueras del establecimiento.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de cumplimiento con el marco legal vigente en baños y/o baterías sanitarias. • No contar con suministro de agua permanente en el establecimiento. • Uso inadecuado de uniformes, y aseo personal. • Falta de personal capacitado en la manipulación de alimentos y servicio al cliente. • Falta de información al consumidor en los horarios de atención del establecimiento el mismo que deben estar exhibidos en un lugar visible. • El personal de cocina desconoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desastres naturales por los efectos del cambio climático que altera el flujo de turistas o visitantes. • Aumento del precio de la materia prima que se requiere. • Competencia entre establecimientos a través de sus servicios. • Impacto de la crisis económica que reduce la demanda interna y externa. • Inseguridad en el cantón Pujilí por falta de políticas y acciones. • Legislación poco favorable para los prestadores de servicios de alimentos y bebidas.

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa (2024)

10.6 Matriz MEFI

Posterior mente se desarrolló la Matriz MEFI donde se evaluó los factores internos analizando las fortalezas y debilidades de la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

Como resultado final de la Matriz MEFI nos dio como resultado muy positivo de 2.65 dando a entender que tiene una posición interna fuerte lo cual demuestra que se tiende más a las fortalezas que debilidades.

Tabla 30. Tabla Matriz MEFI en base a la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

Factores internos clave	Peso	Calificación	Total ponderado
Fortalezas			
F1: Menú legible de alimentos y bebidas en idioma inglés que incluya precios asequibles exhibidos al público.	0.10	4	0.4
F2: Facilidad de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).	0.10	4	0.4
F3: Política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.	0.09	3	0.3
F4: Vestíbulo o sala de espera para el cliente	0.08	3	0.24
F5: Entrada de clientes independiente de la del personal de servicio.	0.07	4	0.28
F6: Contar con alarma de incendios y/o detector de humo.	0.08	4	0.32
Total, Fortalezas			1.94
Debilidades			
D1: Falta de cumplimiento con el marco legal vigente en baños y/o baterías sanitarias.	0.09	2	0.18
D2: No contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.	0.10	1	0.1
D3: Uso inadecuado de uniformes y aseo personal.	0.09	1	0.09
D4: Falta de personal capacitado en la manipulación de alimentos y servicio al cliente.	0.10	1	0.10
D5: Falta de información al consumidor en los horarios de atención del establecimiento el mismo que deben estar exhibidos en un lugar visible.	0.07	2	0.14
D6: El personal de cocina desconoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.	0.10	1	0.10
Total, de Debilidades			0.71
Total, MEFI	1.0		2.65

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa (2024)

10.7 Matriz MEFE

Después de la matriz MEFI se empleó la Matriz MEFE donde se evaluó los factores externos siendo estos las oportunidades y amenazas de la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí que previamente se obtuvo en la matriz FODA.

Tabla 31. Tabla Matriz MEFE en base a la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

Factores externos clave	Peso	Calificación	Total ponderado
Oportunidades			
O1: Festividades tradicionales del cantón para la dinamizar y diversificar el turismo, impulsando el desarrollo económico a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas.	0.10	4	0.4
O2: Nuevas formas de promoción en redes sociales para el Nuevas formas de promoción en redes sociales para el reconocimiento a nivel nacional e internacional.	0.09	4	0.36
O3: Ubicación geográfica estratégica para el posicionamiento en la zona.	0.09	4	0.36
O4: Cámaras de seguridad integradas al ECU 911 a las afueras del establecimiento implementando la seguridad al turista o visitante.	0.10	4	0.4
O5: Listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.	0.08	3	0.24
O6: Parqueadero y/o servicio de valet parking a las afueras del establecimiento.	0.07	3	0.21
Total, de Oportunidades			1.97
Amenazas			
A1: Desastres naturales por los efectos del cambio climático que altera el flujo de turistas o visitantes.	0.10	1	0.10
A2: Aumento del precio de la materia prima que se requiere.	0.08	1	0.08
A3: Competencia entre establecimientos a través de sus servicios.	0.09	1	0.09
A4: Impacto de la crisis económica que reduce la demanda interna y externa.	0.07	2	0.14
A5: Inseguridad en el cantón Pujilí por falta de políticas y acciones.	0.05	1	0.05
A6: Legislación poco favorable para los prestadores de servicios de alimentos y bebidas.	0.08	1	0.08
Total, de Amenazas			0.54
Total, MEFE	1.00		2.51

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa (2024)

Como resultado final de la Matriz MEFI nos dio como resultado muy positivo de 2.51 dando a entender que tiene una posición externa fuerte lo cual implica que el entorno tiende más a las amenazas que a las oportunidades.

10.8 Matriz MAFE

Por último, se realizó la Matriz MAFE donde se utilizó la información del FODA agrupándolas de la siguiente manera

- (FA) fortalezas para combatir las amenazas
- (FO) fortalezas a favor de las oportunidades
- (OD) oportunidades para combatir las debilidades
- (DA) debilidades a favor de las amenazas

Tabla 32. Matriz MAFE en base a la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

Matriz MAFE	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	<p>F1: Menú legible de alimentos y bebidas en idioma inglés que incluya precios asequibles exhibidos al público.</p> <p>F2: Facilidad de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).</p> <p>F3: Política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.</p> <p>F4: Vestíbulo o sala de espera para el cliente</p> <p>F5: Entrada de clientes independiente de la del personal de servicio.</p> <p>F6: Contar con alarma de incendios y/o detector de humo.</p>	<p>D1: Falta de cumplimiento con el marco legal vigente en baños y/o baterías sanitarias.</p> <p>D2: No contar con suministro de agua permanente en el establecimiento</p> <p>D3: Uso inadecuado de uniformes, y aseo personal.</p> <p>D4: Falta de personal capacitado en la manipulación de alimentos y servicio al cliente.</p> <p>D5: Falta de información al consumidor en los horarios de atención del establecimiento el mismo que deben estar exhibidos en un lugar visible.</p> <p>D6: El personal de cocina desconoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.</p>
Oportunidades (O)	F+O=Estrategias ofensivas	D+O=Estrategias de adaptación
<p>O1: Festividades tradicionales del cantón para la dinamizar y diversificar el turismo, impulsando el desarrollo económico a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas.</p>	<p>F1+O1: Desarrollar un menú legible que incluya precios asequibles y estandarizando el idioma inglés impulsando el desarrollo económico de alimentos y bebidas a un público extranjero que visite el cantón por sus festividades tradicionales.</p>	<p>O1+D1: Promover el cumplimiento con el marco legal vigente referente a los baños o baterías sanitarias, durante las festividades tradicionales del cantón impulsando a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas a brindar un mejor servicio.</p>
<p>O2: Nuevas formas de promoción en redes sociales para el reconocimiento a nivel nacional e internacional.</p>	<p>F2+O2: Implementar la facilidad de pago por medio electrónico promocionando el uso de banca móvil, transferencia, tarjeta de débito /crédito de esta manera hacerse conocer por redes sociales que se puede acceder a estos lugares facilitando los medios de pago.</p>	<p>O2+D2: Gestionar con ministerios el suministro de agua permanente en los establecimientos promoviendo los acontecimientos y promocionando por redes sociales las obras que benefician tanto al área local como a turistas nacionales e internacionales</p>
<p>O3: Ubicación geográfica estratégica para el posicionamiento en la zona.</p>	<p>F3+O3: Establecer una política interna en la que se mencione la atención a proveedores, ya</p>	<p>O3+D3: Establecer el uso adecuado de la indumentaria y aseo personal ya que debe dar una</p>

<p>O4: Cámaras de seguridad integradas al ECU 911 a las afueras del establecimiento implementando la seguridad al turista o visitante.</p>	<p>que por la ubicación estratégica de posicionamiento no se puede interferir con horas de alto tránsito de personas de esta manera se puede brindar mejor atención tanto a proveedores como clientes</p> <p>F4+O4: Implementar salas de espera para los clientes con cámaras de seguridad en conjunto con el ECU 911 donde se pueda observar claramente los rasgos de las personas de esta manera priorizando la seguridad del turista o visitante ante algún eventual suceso o robo que pueda suceder.</p>	<p>buena presentación al turista por su ubicación geográfica</p> <p>O4+D5: Informar al consumidor de los horarios de atención de los establecimientos teniendo en cuenta las cámaras de seguridad a las afueras de los establecimientos para seguridad de los turistas y visitantes.</p>
<p>O5: Listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.</p>	<p>F5+O5: Establecer entradas independientes de personal priorizando la entrada al consumidor al establecimiento, además de realizar convenios con compañías de taxis que utilicen aplicaciones móviles para brindar una mayor seguridad al cliente brindando un servicio de calidad.</p>	<p>O5+D5: Proveer más informacional al consumidor para acceder a los establecimientos además de tener convenios con compañías de taxis que puedan facilitar el transporte brindando seguridad y comodidad al consumidor.</p>
<p>O6: Parqueadero y/o servicio de valet parking a las afueras del establecimiento.</p>	<p>F6+O6: Establecer el uso de alarmas contra incendio, rociadores de agua, así como el uso de extintor y detector de humo dentro y fuera del establecimiento y si este cuenta con parqueadero priorizando la seguridad tanto de consumidores como de sus bienes materiales.</p>	<p>O6+D5: Brindar mayor Información a sobre los sitios de Parqueaderos o parking a las afueras de los establecimientos</p>

Amenazas (A)

F+A=Estrategias de supervivencia

D+A=Estrategias defensivas

A1: Desastres naturales por los efectos del cambio climático que altera el flujo de turistas o visitantes.

F6+A2: Contar con sistemas de alarmas que permitan indicar desastres naturales para alerta a los turistas y brindarles seguridad tanto a turistas nacionales como internacionales.

D1+A1: Fortalecer el marco legal que pueda apoyar a los prestadores de servicios ante emergencias como son los desastres naturales por efecto de los cambios climáticos

A2: Aumento del precio de la materia prima que se requiere.	F4+A2: Facilidad de Pago para adquirir materia prima local fomentando la economía del cantón Pujilí	D2+A2: Gestionar con ministerios el abastecimiento de agua permanente tanto de uso público como de regadío para la creación de huertos que abastezcan de productos básicos así disminuyendo el costo que requiere la materia prima
A3: Competencia entre establecimientos a través de sus servicios.	F2+A1: Contar con un menú legible de alimentos y bebidas idioma inglés brindando servicio y regularizando la competencia entre establecimientos a través de sus servicios	D5+A3: Implementar la capacitación del personal para la manipulación de alimentos y estandarizar la calidad de servicio en todos los establecimientos
A4: Impacto de la crisis económica que reduce la demanda interna y externa.	F3+A2: Facilitar el pago por medios bancarios realizando descuentos para beneficiar a tanto a consumidores como a propietarios disminuyendo la crisis económica.	D6+A4: Informar al personal sobre la preparación de los alimentos tratando de no desperdiciar los alimentos reduciendo costos innecesarios reduciendo de esta manera el impacto de la crisis económica
A5: Inseguridad en el cantón Pujilí por falta de políticas y acciones.	F6+A5: Fomentar el uso de alarmas comunitarias que puedan ayudar a combatir la inseguridad en el cantón Pujilí implementando acciones	D5+A5: Mejorar la información a los consumidores sobre la seguridad que presenta el cantón por falta de conocimiento de políticas y acciones
A6: Legislación poco favorable para los prestadores de servicios de alimentos y bebidas.	F3+A6: Implementar Políticas internas que favorezcan a los prestadores de servicios y proveedores un acuerdo mutuo que los beneficie y no interfieran con horas de alto tráfico de personas.	D2+A6: Mejorar el cumplimiento de la legislación y favorecer a los prestadores de servicios para así brindarles una mejor atención a visitantes y turistas.

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa (2024)

10.8.1 Estrategias

Al desarrollar la matriz MAFE dio como resultado 24 estrategias operativas, 6 estrategias ofensivas, 6 estrategias de adaptación, 6 estrategias de supervivencia y 6 estrategias defensivas, para la aplicación en la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

En la siguiente tabla se muestra las estrategias desarrolladas.

Tabla 33. Estrategias operativas para la Planta Turística Oferta del Cantón Pujilí

Tipo de estrategias	Estrategias
Estrategia ofensiva	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un menú legible que incluya precios asequibles y estandarizando el idioma inglés impulsando el desarrollo económico de alimentos y bebidas a un público extranjero que visite el cantón por sus festividades tradicionales. 2. Implementar la facilidad de pago por medio electrónico promocionando el uso de banca móvil, transferencia, tarjeta de débito /crédito de esta manera hacerse conocer por redes sociales que se puede acceder a estos lugares facilitando los medios de pago. 3. Establecer una política interna en la que se mencione la atención a proveedores, ya que por la ubicación estratégica de posicionamiento no se puede interferir con horas de alto tránsito de personas de esta manera se puede brindar mejor atención tanto a proveedores como clientes 4. Implementar salas de espera para los clientes con cámaras de seguridad en conjunto con el ECU 911 donde se pueda observar claramente los rasgos de las personas de esta manera priorizando la seguridad del turista o visitante ante algún eventual suceso o robo que pueda suceder. 5. Establecer entradas independientes de personal priorizando la entrada al consumidor al establecimiento, además de realizar convenios con compañías de taxis que utilicen aplicaciones móviles para brindar una mayor seguridad al cliente brindando un servicio de calidad.

6. Establecer el uso de alarmas contra incendios, rociadores de agua, así como el uso de extintor y detector de humo dentro y fuera del establecimiento y si este cuenta con parqueadero priorizando la seguridad tanto de consumidores como de sus bienes materiales.

Estrategia de adaptación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover el cumplimiento con el marco legal vigente referente a los baños o baterías sanitarias, durante las festividades tradicionales del cantón impulsando a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas a brindar un mejor servicio. 2. Gestionar con ministerios el suministro de agua permanente en los establecimientos promoviendo los acontecimientos y promocionando por redes sociales las obras que benefician tanto al área local como a turistas nacionales e internacionales 3. Establecer el uso adecuado de la indumentaria y aseo personal ya que debe dar una buena presentación al turista por su ubicación geográfica 4. Informar al consumidor de los horarios de atención de los establecimientos teniendo en cuenta las cámaras de seguridad a las afueras de los establecimientos para seguridad de los turistas y visitantes. 5. Proveer más informacional al consumidor para acceder a los establecimientos además de tener convenios con compañías de taxis que puedan facilitar el transporte brindando seguridad y comodidad al consumidor. 6. Brindar mayor Información a sobre los sitios de Parqueaderos o parking a las afueras de los establecimientos
Estrategia de supervivencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contar con sistemas de alarmas que permitan indicar desastres naturales para alerta a los turistas y brindarles seguridad tanto a turistas nacionales como internacionales. 2. Facilidad de Pago para adquirir materia prima local fomentando la economía del cantón Pujilí 3. Contar con un menú legible de alimentos y bebidas idioma inglés brindando servicio y regularizando la competencia entre establecimientos a través de sus servicios 4. Facilitar el pago por medios bancarios realizando descuentos para beneficiar a tanto a consumidores como a propietarios disminuyendo la crisis económica. 5. Fomentar el uso de alarmas comunitarias que puedan ayudar a combatir la inseguridad en el cantón Pujilí implementando acciones 6. Implementar Políticas internas que favorezcan a los prestadores de servicios y proveedores un acuerdo mutuo que los beneficie y no interfieran con horas de alto tráfico de personas.

Estrategias defensivas	<ol style="list-style-type: none">1. Fortalecer el marco legal que pueda apoyar a los prestadores de servicios ante emergencias como son los desastres naturales por efecto de los cambios climáticos.2. Gestionar con ministerios el abastecimiento de agua permanente tanto de uso público como de regadío para la creación de huertos que abastezcan de productos básicos así disminuyendo el costo que requiere la materia prima.3. Implementar la capacitación del personal para la manipulación de alimentos y estandarizar la calidad de servicio en todos los establecimientos.4. Informar al personal sobre la preparación de los alimentos tratando de no desperdiciar los alimentos reduciendo costos innecesarios reduciendo de esta manera el impacto de la crisis económica.5. Mejorar la información a los consumidores sobre la seguridad que presenta el cantón por falta de conocimiento de políticas y acciones.6. Mejorar el cumplimiento de la legislación y favorecer a los prestadores de servicios para así brindarles una mejor atención a visitantes y turistas.
------------------------	---

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa (2024)

10.8.1.1 Propuesta de Plan de Acción

Por último, de las estrategias desarrolladas anteriormente se logró identificar 6 estrategias operativas significativas en relación a la planta turística oferta de alimentos y bebidas

Tabla 34. Propuesta de Plan de Acción

Estrategia	Objetivos	Actividades	Recursos necesarios	Presupuesto
1.- Desarrollar un menú legible que incluya precios asequibles y estandarizando el idioma inglés impulsando el desarrollo económico de alimentos y bebidas a un público extranjero que visite el cantón por sus festividades tradicionales.	Atraer un mayor número de turistas extranjeros	Promocionar la oferta de alimentos y bebidas que presenta el cantón Pujilí en conjunto con los productos autóctonos de la zona	Contar con un un nivel intermedio del idioma inglés para facilitar la comunicación con turistas extranjeros	Elaboración del diseño y presentación de menús: \$580
2.- Implementar la facilidad de pago por medio electrónico promocionando el uso de banca móvil, transferencia, tarjeta de débito /crédito de esta manera hacerse conocer por redes sociales que se puede acceder a estos lugares facilitando los medios de pago.	Fomentar el uso de medios tecnológicos para sustituir los métodos de pago tradicionales evitando así ser blanco de personas inescrupulosas.	Aplicar programas de financiamiento como proyectos de paga por servicios de pagos digitales.	Implementos de cobranza por medios digitales como: banca móvil, pay pal, data-fast.	Adquisición de equipos electrónicos para pagos con tarjeta de débito o crédito: \$360

<p>3.- Implementar salas de espera para los clientes con cámaras de seguridad en conjunto con el ECU 911 donde se pueda observar claramente los rasgos de las personas de esta manera priorizando la seguridad del turista o visitante ante algún eventual suceso o robo que pueda suceder.</p>	<p>Poder visualizar claramente a los visitantes y turistas priorizando la seguridad ante algún eventual robo</p>	<p>Implementar el uso de cámaras que estén acogidas a los servicios del ECU 911 para solventar rápidamente emergencias q se puedan suscitar. Realizar capacitaciones para el uso de medios tecnológicos de seguridad en conjunto con el ECU 911</p>	<p>Implementos de seguridad como cámaras, DBR, y circuito integrado de comunicación. Adecuar la sala de espera con implementos de comodidad.</p>	<p>Cámaras de seguridad: \$300 Equipamiento de sala; \$200</p>
<p>4.- Establecer entradas independientes de personal priorizando la entrada al consumidor al establecimiento, además de realizar convenios con compañías de taxis que utilicen aplicaciones móviles para brindar una mayor seguridad al cliente brindando un servicio de calidad.</p>	<p>Priorizar al cliente de tal manera que se sienta importante al entrar al establecimiento además de brindarle la mejor atención y experiencia al consumidor</p>	<p>Crear entradas secundarias en la parte posterior de los establecimientos para así no interferir con la experiencia que se le brinda al consumidor</p>	<p>Implementar accesos en la parte posterior de los establecimientos a través de puertas con identificación de personal.</p>	<p>Adquisición y mano de obra para colocar la puerta: \$210</p>
<p>5.- Establecer el uso de alarmas contra incendios, rociadores de agua, así como el uso de extintor y detector de humo dentro y fuera del establecimiento y si este cuenta con parqueadero priorizando la seguridad tanto de consumidores como de sus bienes materiales.</p>	<p>Contribuir a la seguridad priorizando a su personal como a sus consumidores</p>	<p>Realizar capacitaciones para solventar eventuales emergencias que se puedan suscitar dentro del establecimiento</p>	<p>Implementar herramientas para la seguridad del personal como del establecimiento mediante alarmas contra incendios, rociadores de agua, así como el uso de extintor y detector de humo.</p>	<p>Adquisición de equipos de seguridad Alarmas contra incendios: \$50 Rociadores de agua: \$130 Extintor: \$50 Detector de humo: \$25</p>

6.- Establecer una política interna en la que se mencione la atención a proveedores, ya que por la ubicación estratégica de posicionamiento no se puede interferir con horas de alto tránsito de personas de esta manera se puede brindar mejor atención tanto a proveedores como clientes	Mantener el orden acorde a la atención tanto a los consumidores como a sus proveedores sin interrumpir las actividades que se está realizando en los horarios de mayor tráfico de personas	Proponer horarios de atención ubicados en lugares estratégicos visibles para proveedores y clientes.	Implementación de visitas para proveedores.	Elaboración de letreros con los horarios establecidos: \$10
--	--	--	---	---

Nota: Elaborado por Eliana Ochoa (2024)

10.9 Diseño del boletín informativo

El boletín informativo del anexo 4 cuenta con información relevante para los prestadores de servicios de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

- **Encabezado o título**

Se encuentra el tema relevante del boletín informativo el cual se titula como: Boletín Informativo Planta Turística Establecimientos de Alimentos y Bebidas (Oferta) Cantón Pujilí.

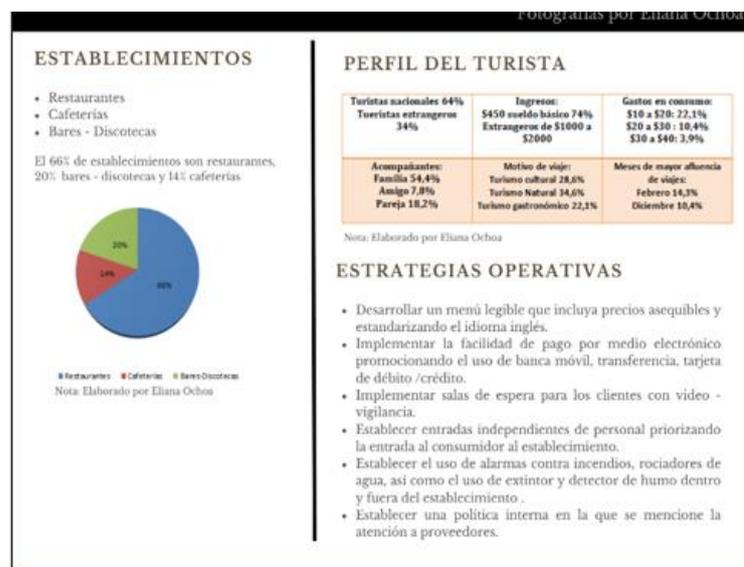
Figura 39. Encabezado del Boletín



- **Contenido del texto**

El contenido del boletín esta realizado mediante tabulaciones facilitando la sistematización de la información, lo que mejora la comprensión y legibilidad del contenido abordando temas como perfil de turista y estrategias operativas para los prestadores de alimentos y bebidas del cantón Pujilí.

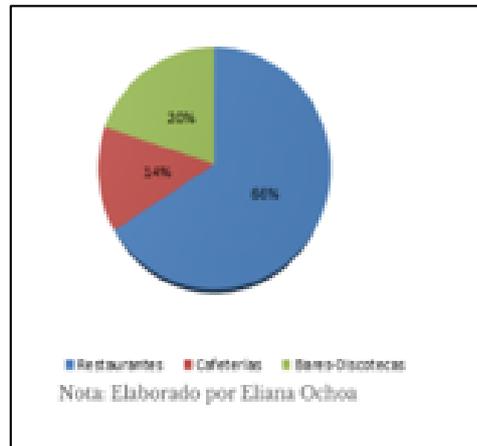
Figura 40. Contenido de Texto



- **Imágenes y gráficos**

En el boletín informativo contiene gráficos relevantes de la sistematización de información realizada en las salidas de campo mediante las entrevistas e inventario de los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón.

Figura 41. Tabulaciones



- **Datos de contacto y enlaces**

Los datos de referencia se encuentran en el pie de página contiene detalles como autor, fotografía y diseño, contactos y fuente.

Figura 42. Referencias

CRÉDITOS	FUENTE:		cliana.ochoa1652@utc.edu.ec
ESTUDIANTE INVESTIGADOR:	Proyecto de investigación sobre la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí, 2024		Kassandra Eli
Eliana Ochoa			0939610431
FOTOGRAFÍA Y DISEÑO:			
Eliana Ochoa			

11. IMPACTOS

11.1 Impacto Técnico

La creación del boletín informativo tiene un impacto técnico muy importante en varios componentes ya que cumple un papel clave en la difusión de la información relacionada con la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí, los resultados de las entrevistas se plasman en el boletín obteniendo información relevante para los prestadores de servicio de alimentos y bebidas.

11.2 Impacto Social

Al crear el boletín informativo genera un impacto social significativo ya que fomenta la difusión de información y promueve la participación del cantón Pujilí, la información promocionada en el boletín permite a las autoridades actualizar información, a las personas locales, turistas o visitantes a mantenerse informadas sobre datos relevantes y novedades en este caso de la planta turística oferta de alimentos y bebidas fortaleciendo al cantón.

11.3 Impacto económico

Con la creación del boletín informativo se genera un impacto económico importante en el cantón Pujilí debido a que la información contenida como las estrategias operativas son direccionada a la planta turística de oferta de alimentos y bebidas, además servirá como herramienta de apoyo para los prestadores de servicios, ya que son los responsables de crear productos y asistencia para el desarrollo e incremento de la economía del cantón.

12. CONCLUSIONES

Mediante el diagnóstico realizado a través del catastro proporcionado por el GAD municipal del cantón Pujilí se estipula que no cuenta con información actualizada de la planta turística oferta de alimentos y bebidas donde se encontraron registrados 9 establecimientos operativos, por tal razón en la investigación se realizó un inventario a través de fichas técnicas en las salidas de campo dando como resultado 19 restaurantes, 4 cafeterías y 6 bares- discotecas, las mismas que fueron identificadas en las parroquias del cantón, dando como resultado 29 establecimientos, los mismos que deberían ser tomados en cuenta para la actualización de información en el catastro de planta turística de oferta, además se utilizó los anexos del reglamento de alimentos y bebidas para la evaluación como requisitos obligatorios para posicionarse dentro de los establecimiento turístico, y categorización.

En definitiva las salidas de campo tomaron parte de las entrevistas realizadas a turistas y visitantes como a los propietarios que prestan servicios de alimentos y bebidas, estipulando que por situación política e inseguridad no todos colaboraron con la investigación, mediante los resultados obtenidos, la información de las entrevistas fue sistematizada permitiendo conocer el perfil del turista además de la situación actual de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas, permitiendo desarrollar 24 estrategias de las cuales se ha escogido 6 estrategias operativas que generen el fortalecimiento de los establecimientos de alimento y bebidas del cantón Pujilí. Estas estrategias están dirigidas a las necesidades de los establecimientos que oferten alimentación como infraestructura, instalaciones y calidad de servicios.

La investigación realizada se llevó a cabo con el propósito de crear un boletín con información relevante y sistematizada sobre la planta turística oferta de alimentos y bebidas del cantón Pujilí como medio de difusión, determinando que es un recurso valioso para dar a conocer e informar a los dueños de los prestadores de servicios las preferencias, comportamientos y necesidades del turista o visitante, el boletín no solo sirve como herramienta de información sino que también promoverá la toma de decisiones en las estrategias operativas propuestas en el boletín.

13. RECOMENDACIONES

Se recomienda a las autoridades competentes del Ministerio de Turismo (MINTUR) realizar un seguimiento y actualización del catastro del mismo modo al Gad Municipal renovar la información del PDOT del cantón permitiendo brindar información actualizada de los establecimientos de alimentos y bebidas al catastro del Cantón Pujilí como también facilitar la información actualizada en plataformas oficiales.

Se sugiere a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas del cantón Pujilí a través de esta investigación se tome en cuenta las estrategias operativas propuestas mejorando la Infraestructura, servicios e instalaciones de mecanismos de seguridad en conjunto con los agentes de control para salvaguardar la integridad del consumidor en los establecimientos con el fin de adecuar y ofrecer una experiencia de calidad satisfaciendo las necesidades, preferencias y comportamientos de los turistas o visitantes.

Se solicita al GAD Municipal del Cantón Pujilí desarrollar campañas publicitarias enfocadas a la planta turística oferta de alimentos y bebidas de forma que se logre difundir la información a través del boletín diseñado ya sea de forma impreso como digital para fomentar el desarrollo de la economía del Cantón.

14. BIBLIOGRAFIA

- Quecedo Lecanda, R., & Castaño Garrido, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *redalyc.org*, 36.
- Albano, P. (2019). *Universidad Tecnológica Nacional*. Universidad Tecnológica Nacional: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15984/mod_resource/content/2/CLASE%20N%C2%B0%2010%20El%20turismo%20como%20sistema%20%28Tipos%20de%20sistema%20tur%C3%ADstico%20-%20Elementos%20del%20sistema%20tur%C3%ADstico%29.docx
- Araújo, J. (18 de 07 de 2018). *knoow.net*. *knoow.net*: <https://knoow.net/es/tierras-y-lugares/turismo-es/oferta-turistica/>
- ASMPMarketing. (2016). *Guia en Turismo*. ASMPMarketing: <https://www.guiaenturismo.com/turismo-nacional-e-internacional/>
- Borges, C. (21 de 08 de 2019). *rockcontent*. *rockcontent*: <https://rockcontent.com/es/blog/boletin-informativo/>
- Boullon, R. (2016). En *Planificación del Espacio Turístico* (pág. 250). EDITORIAL TRILLAS.
- CERVANTES, C. V. (2024). *CENTRO VIRTUAL CERVANTES*. Retrieved 08 de 01 de 2024, from *CENTRO VIRTUAL CERVANTES*: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/metodologia_cualitativa.htm
- CEUPE. (2022). *Características del turismo de aventura*. CEUPE.
- Chavez, J. (08 de 2021). *CEUPE magazine*. CEUPE magazine: <https://www.ceupe.com/blog/turismo-de-montana.html>
- Cortes, D. (2023). *CESUMA*. CESUMA: <https://www.cesuma.mx/blog/desarrollo-del-turismo-internacional.html>
- Delgadillo, M. (3 de 08 de 2021). *blogemBlue*. *blogemBlue*: <https://blog.embluemail.com/que-es-un-boletin-informativo/>
- Díaz Bravo, L., García, U. T., Martínez, M., & Varela Ruiz, M. (06 de 2013). *Scielo*. Scielo: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009#:~:text=Es%20un%20instrumento%20t%C3%A9cnico%20que,planteadas%20sobre%20el%20problema%20propuesto%22
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *SCIELO*.

- Escuela Politecnica del Litoral. (2022). *Espol*.
<https://www.espol.edu.ec/es/investigacion/grupos-de-investigacion/turismo-marino-costero#:~:text=El%20turismo%20marino%20y%20costero,de%20cambio%20a%20nivel%20global.>
- Floreano Reviriego, J. (03 de 10 de 2022). *Blog ESAH*. Blog ESAH:
<https://www.estudiahosteleria.com/blog/hosteleria-turismo/que-es-el-turismo-de-negocios>
- Flores Amador, M. C. (2012). *Elementos Fundamentales en la Actividad Turística*.
- Floriano Reviriego, J. (28 de 06 de 2023). *Blog ESAH*. Blog ESAH:
<https://www.estudiahosteleria.com/blog/hosteleria-turismo/turismo-urbano>
- Folgueiras Bertomeu , P. (2003). *La Entrevista*.
- fude. (2021). *educativo.net*. educativo.net: <https://www.educativo.net/articulos/el-agente-de-viajes-y-sus-principales-funciones-622.html>
- GADMIC Pujili. (2019). *Municipio de Pujili*. Municipio de Pujili:
<https://www.municipiopujili.gob.ec/pujili/>
- Gonzales, A. C. (2014). *Investigacion de campo como estrategia metodologica para la resolucion de problemas*. maracaibo/venezuela.
- Gonzales, L. (17 de 02 de 2017). *biblipos.es*. biblipos.es: <https://www.biblipos.es/boletines-de-sumarios-resumenes-e-indices/>
- Gonzales, P. (30 de 11 de 2023). *Brevo*. Brevo: <https://www.brevo.com/es/blog/que-es-un-boletin-informativo/>
- Hammond, M. (17 de 05 de 2023). *HubSpot*. HubSpot:
<https://blog.hubspot.es/service/calidad-del-servicio#:~:text=La%20calidad%20de%20servicio%20es,al%20utilizar%20un%20determinado%20servicio>
- Hasharon, V. (2022). *VERED HASHARON*. VERED HASHARON:
<https://www.veredgo.es/que-hace-un-operador-de-turismo/>
- Indec. (2023). *¿Qué es el Turismo?* Indec.
<https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/turismo.pdf>
- InfoInventario. (02 de 2014). *InfoInventario*. InfoInventario: https://infoinventario.com/como-puedo-realizar-un-inventario-turistico-de-manera-eficiente-y-completa/#Beneficios_de_contar_con_un_inventario_turistico_completo
- Intedya. (03 de 10 de 2016). *International Dynamic Advisor*. International Dynamic Advisor:
<https://www.intedya.com/internacional/103/consultoria-buenas-practicas-de-manufactura-bpm.html>

- Iso4Docs. (22 de 01 de 2024). *ISO4DOCS*. ISO4DOCS: <https://iso4docs.com/algunas-herramientas-para-efectuar-un-buen-analisis-de-contexto/>
- Lamboggia Ortiz, J. C. (2014). Análisis del Turismo y su importancia en el crecimiento económico de América Latina: El Caso del Ecuador.
- Lexis. (11 de 10 de 2018). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas*. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Ley de Turismo. (03 de 2016). *LEXIS*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Maldonado Aguirre, A. A. (04 de 12 de 2020). *UIC*. UIC: <https://www.uic.mx/el-turismo-de-salud/>
- Martinez Chavez, D. (31 de 08 de 2015). *Universidad Externado de Colombia*. Universidad Externado de Colombia: <https://www.redalyc.org/journal/5762/576265105008/html/>
- MINCETUR. (2006). *Manual para la formulacion del inventario de recursos turisticos a nivel Nacional*. <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.5.pdf>
- MINTUR. (2019). *Plan nacional de Turismo*.
- MINTUR. (18 de 08 de 2023). *PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS*. <https://www.gob.ec/mintur/tramites/emision-catastro-turistico-nacional-actividades-modalidades-turisticas-centros-turisticos-comunitarios>
- Nagy, J. (2015). *Caja de Herramientas Comunitarias*. Caja de Herramientas Comunitarias.
- OMT. (2008). *GLOSARIO DE TERMINOS DE TURISMO*.
- Pasman, C., & Magnasco, F. (12 de 2021). *programa vinculacion empresa-escuela*. programa vinculacion empresa-escuela: <https://empresaescuela.org/boletin-de-novedades/#:~:text=EI%20Bolet%C3%ADn%20de%20Novedades%20es,mundo%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20t%C3%A9cnicas>
- Pat Fernandez, L., & Calderon Gomez, G. (18 de 12 de 2012). *redalyc.org*. [redalyc.org: https://www.redalyc.org/pdf/2233/223326490002.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/2233/223326490002.pdf)
- Peláez , A., Gonzales, L., Vásquez , A., Pérez, L., Ramírez, S., & Rodríguez, J. (2006). *La Entrevista*.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (06 de 6 de 2022). *Definicion.de*. [Definicion.de: https://definicion.de/boletin/](https://definicion.de/boletin/)

- Ponce Talacon, H. (09 de 2006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales*. <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- Qualtrics. (7 de 10 de 2022). *Qualtrics*. Qualtrics: <https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigacion/que-es-una-encuesta/>
- Quiña Rivera, D., & Armijos, S. (2022). *Análisis de la planta Turística oferta alimentación cantón Pangua*. REPOSITORIO UTC.
- Real Academia Española. (22 de 01 de 2024). *DLE*. DLE: <https://dle.rae.es/cup%C3%B3n>
- Rivas Castillo, H. (2022). *ESPECIFICAR*. <https://especificarmag.com.mx/la-importancia-de-las-fichas-tecnicas/#:~:text=Una%20ficha%20t%C3%A9cnica%20es%20un,guardan%20distintos%20niveles%20de%20importancia>
- Rumbo Naturaleza. (8 de 11 de 2022). *Rumbo Naturaleza*. Rumbo Naturaleza: <https://rumbonaturaleza.com/blog/ecoturismo/que-es-ecoturismo/>
- Salomeh, C. (21 de 03 de 2019). *Inthemirror.home.blog*. Inthemirror.home.blog: <https://inthemirror.home.blog/2019/03/21/el-boletin-informativo/>
- Santos, F. (s.f.). *Boletín de Novedades*. Universidad Militar Nueva Granda, Bogota-Colombia.
- Slemenzon Rojo, C. (2023). *El Rol del Profesional en Turismo en las Agencias de Viajes*. https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1139/1/slemenzon_c.pdf
- Sobrado, D. (2018). Identidad Cultural y Turismo Gastronómico. *International Journal of Scientific Management and Tourism*.
- Socatelli, P., M. (2013). *Demanda Turística*.
- Sousa, J. M. (ene.abr de 2017). *SCIELO*. Retrieved 08 de 01 de 2024, from SCIELO: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2017000100151#:~:text=Este%20proceso%20tambi%C3%A9n%20es%20conocido,editado%20sobre%20una%20materia%20determinada.
- Tapella, E. (2007). *El Mapeo de Actores Claves*. American Institute for Global Change Research.
- Torrecilla, J. M. (2016). Entrevista. 5.
- Universidad Europea. (05 de 07 de 2022). *Universidad Europea*. Universidad Europea: <https://universidadeuropea.com/blog/que-es-turismo-deportivo/#:~:text=El%20turismo%20deportivo%20es%20el,con%20ver%20un%20evento%20deportivo.>

- UNWTO. (22 de 01 de 2024). *UNWTO*. UNWTO: <https://www.unwto.org/es/etica-cultura-y-responsabilidad-social#:~:text=El%20turismo%20cultural%20es%20un,inmateriales%20de%20un%20destino%20tur%C3%ADstico>.
- Valverde Macias, J., Velez del Hierro, C., & Nieves Moyano, M. (12 de 2016). *Revistas Uees*.
Revistas Uees:
<https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/4#:~:text=Resumen,nivel%20educacional%2C%20profesional%20y%20personal>.
- Varisco, C. (2007). *Sistema Turístico. Subsistemas, Dimensiones y Conceptos Transdisciplinarios*. NÜLAN.
- Viaja Ecuador. (13 de 07 de 2023). *viajaecuador*. [viajaecuador: https://www.viajaecuador.com.ec/turismo-de-bienestar/](https://www.viajaecuador.com.ec/turismo-de-bienestar/)
- Villacis Zapata, W., & Chasqui Cagua, E. (2016). *Universidad Nacional de Loja*. Universidad Nacional de Loja:
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/17126#:~:text=El%20inventario%20permite%20descubrir%20sitios,con%20diferentes%20plazas%20de%20trabajo>.
- Vivanco, F. (29 de 01 de 2021). *UIDE*. UIDE: <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/>