



UNIVERSIDAD TÉCNICA COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS

NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN
PANGUA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL.”**

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

Autora:

Illanes Esparza Johana Morella

Tutor:

Guamán Guevara Adolfo Ricardo

LATACUNGA – ECUADOR

Febrero 2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Illanes Esparza Johana Morella, con cédula de ciudadanía No. 1754646444, declaro ser autora del presente Proyecto de Investigación: **“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN PANGUA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL”**, siendo el Licenciado . Adolfo Ricardo Guamán Guevara,Ph.D. 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, 20 de febrero del 2025

Johana Illanes E

Johana Morella Illanes Esparza

C.C: 1754646444

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 **ILLANES ESPARZA JOAHANA MORELLA**, identificada con cédula de ciudadanía N° **1754646444** 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 “Diseño de productos turísticos gastronómicos en el cantón Pangua que promueva el desarrollo local” 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: mayo 2020 - septiembre 2020

Finalización de la carrera: octubre 2024 – marzo 2025

Aprobación en Consejo Directivo: 28 de noviembre del 2023

Tutor: Lcdo. Adolfo Ricardo Guamán Guevara, Ph,D

Tema: “**DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN PANGUA QUE ME PROMUEVA EN DESARROLLO LOCAL**”

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.

- 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 20 días del mes de febrero del 2024.


Johana Morella Illanes Esparza

LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.

LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN PANGUA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL”, de Illanes Esparza Johana Morella, 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, 20 de febrero del 2025



~~Lcdo. Adolfo Ricardo Guaman Guevara, Ph.D~~

~~C.C: 1802830123~~

DOCENTE TUTOR

AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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, los postulantes: Illanes Esparza Johana Morella con el título del Proyecto de Investigación: “**DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN PANGUA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL**”, han 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, 20 de febrero del 2025



Ing. Daniela Rodas Vinueza, M. Sc.

C.C: 1722220868

LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Andrea Andrade Ayala, M. Sc

C.C: 1719291468

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.

C.C: 0602636987

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y al Niñito de Isinche, por guiarme en cada paso de mi vida por bendecirme con fortaleza, salud, vida y sobre todo por darme paciencia para afrontar momentos buenos y malos de esta hermosa etapa Universitaria, al mismo tiempo agradezco a mi grandiosa madre Zoila, quien siempre confió en mí incluso cuando dudaba de mí misma, a mis hermanos, por su infinito apoyo en todos los momentos de mi vida y finalmente y no menos importante a mi padre por haberme dado la vida y por ser fuente de mi inspiración para seguir adelante cada día. Gracias hermana Alejandra por apoyarme incondicionalmente, el esfuerzo fue mutuo, y el apoyo será recíproco.

Mi objetivo desde el principio de esta etapa fue siempre enorgullecerles. De la misma forma expreso un profundo agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi, por abrirme las puertas y brindarme la oportunidad de formarme y convertirme en una profesional al servicio de la sociedad.

A mi tutor de tesis Ing. Ricardo Guamán le agradezco de todo corazón por compartir su conocimiento y cada palabra de aliento han contribuido significativamente a mi desarrollo personal. Su dedicación y compromiso han dejado una huella profunda en mi vida gracias por guiarme cuando sentía que estaba perdida.

A mis ángeles que siempre velaron por mi bienestar Jonathan M, Gissela A y a mi mejor amigo Danny H que han sido parte de mi vida, gracias por esos consejos y momentos hermosos vividos.

Este logro no hubiera sido posible sin el apoyo de todas las personas maravillosas que han sido parte de este trascurso de mi vida.

Con amor Johana Morella Illanes Esparza

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado en primer lugar, Dios por ser mi guía y mi protector por todo lo que ha permitido alcanzar, por todas las bendiciones que ha permitido que lleguen a mi vida.

Al niño Isinche, le dedico mi esfuerzo, siempre confié en él y me sentía protegida en una ciudad desconocida para mí.

En segundo lugar, a mi madre por su bendición a diario desde que nací y a lo largo de este camino me protegieron y me alentó a nunca rendirme.

En tercer lugar, a mis hermanos por su esfuerzo y dedicación, por los sacrificios que han hecho para que pudiera cumplir mis metas, su fe en mis capacidades me han dado la confianza necesaria para superar cada obstáculo y alcanzar este logro tan importante.

También quiero dedicar a mi hermana Alejandra que ella es como mi otra madre, que jamás dudo en apoyarme en este proceso, hermanita sueño verte cumplir tus metas.

Por último, a mis amigas Katherine Rocha y Gissela A gracias por su sincera amistad, compañía, apoyo y animó a lo largo de este camino. Sus palabras de aliento han sido fundamental para mantenerme motivada.

Recuerden que sin ustedes nada de esto hubiera sido posible.

El tiempo de Dios es perfecto.

Con amor Johana Morella Illanes Esparza

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES

TÍTULO: “DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN PANGUA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL”

Autora:

Illanes Esparza Johana Morella

RESUMEN

El cantón Pangua, conocido como el Paraíso escondido de Cotopaxi, carece actualmente de productos turísticos gastronómicos que impulsen el desarrollo local. Esta investigación se enfocó en establecer características de la oferta y demanda vinculado al tema gastronómico, mediante la aplicación de diversas metodologías, empleando un enfoque cualitativo y descriptivo, sustentado en la investigación diagnóstica, documental y de campo, lo que permitió una exhaustiva recolección, análisis y sistematización de la información. El diagnóstico situacional del área de estudio reveló que Pangua, es uno de los siete cantones que integran la provincia de Cotopaxi, alberga 27 atractivos turísticos naturales y culturales, donde existen 50 establecimientos de alimentos y bebidas en el catastro 2024 del GAD Municipal, aunque la verificación In situ confirmó que 16 establecimientos de alimentos y bebidas permanecen operativos mientras que de ellos tan solo tres establecimientos están constando dentro del catastro. Entre sus celebraciones destaca el Reencuentro Panguense, festividad de mayor relevancia local que se celebra anualmente el 10 de agosto. Para caracterizar la oferta y demanda turística, se aplicó tres tipos de encuestas dirigidas a los actores principales del sector: habitantes (378 encuestas), visitantes (192 encuestas) y autoridades (5 encuestas), realizadas durante ocho salidas de campo, los resultados evidenciaron que la mayoría de los visitantes provienen del cantón Latacunga, principalmente motivados por visitas familiares, con un rango de edad predominante entre 18 y 30 años, quienes manifestaron un notable interés en participar en ferias gastronómicas. Respecto a la oferta, se realizó entrevistas a los propietarios de 10 establecimientos, incluyendo servicios de alojamiento, revelaron que la gastronomía tradicional no es representativa del lugar, debido a los cambios de estilo de vida de los habitantes. Se identificó que la principal actividad económica se centra en los productos derivados de la caña de azúcar, específicamente bebidas destiladas y dulces. Los tres grupos encuestados coincidieron en que el diseño de un producto turístico gastronómico contribuiría significativamente a la promoción del cantón como destino turístico y fomentaría la dinamización económica local. Aplicando el método inductivo, se desarrolló un producto turístico gastronómico denominado "El Mundo de la Caña", basado en el Manual para Organizadores de Ferias, que contempla tres etapas fundamentales: organización y planificación pre feria, desarrollo de la feria, y monitoreo post feria, este producto incluye degustaciones, exposiciones de trapiches artesanales, presentaciones artísticas, danzas y música. La investigación aportaría aspectos positivos como el incremento de visitantes en el cantón además de poder posicionar al cantón como sitio turístico.

Palabras Clave: Gastronomía, Feria turística, Turismo, Trapiche(alambiques), Cañicultores

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

**THEME: “DESIGN OF GASTRONOMIC TOURISM PRODUCTS IN THE CANTON
OF PANGUA TO PROMOTE LOCAL DEVELOPMENT”**

Author:

Illanes Esparza Johana Morella

ABSTRACT

The canton of Pangua, known as the hidden paradise of Cotopaxi, currently lacks gastronomic tourism products that promote local development. This research focused on establishing the characteristics of supply and demand related to the gastronomic theme, through the application of several methodologies, using a qualitative and descriptive approach, based on diagnostic, documentary and field research, which allowed for an exhaustive collection, analysis and systematization of the information. The situational diagnosis of the study area revealed that Pangua, one of the seven cantons that make up the province of Cotopaxi, is home to 27 natural and cultural tourist attractions, where there are 50 food and beverage establishments in the 2024 cadastre of the Municipal GAD, although the on-site verification confirmed that 16 food and beverage establishments remain operational while only three establishments are listed in the cadastre. Among its celebrations is the Reencuentro Panguense, a festivity which is held annually on August 10. To characterize the tourism supply and demand, three types of surveys were applied to the main actors in the sector: inhabitants (378 surveys), visitors (192 surveys) and authorities (5 surveys), conducted during eight field trips, the results showed that most visitors come from Latacunga canton, mainly motivated by family visits, with a predominant age range between 18 and 30 years, who expressed a strong interest in participating in gastronomic fairs. With respect to supply, interviews were conducted with the owners of 10 establishments, including lodging services, who revealed that traditional gastronomy is not representative of the place, due to changes in the inhabitants' lifestyles. The main economic activity was identified as sugarcane products, specifically distilled beverages and sweets. The three groups surveyed agreed that the design of a gastronomic tourism product would contribute significantly to the promotion of the canton as a tourist destination and would promote local economic dynamization. Applying the inductive method, a gastronomic tourism product called "The World of Sugarcane" was developed, based on the Manual for Fair Organizers, which includes three fundamental stages: pre-fair organization and planning, development of the fair, and post-fair monitoring; this product includes tastings, exhibitions of handmade traps, artistic presentations, dances and music. The research would contribute positive aspects such as increasing the number of visitors to the canton as well as positioning the canton as a tourist site.

Keywords: Gastronomy, Tourist fair, Tourism, Trapiche (alembic), Sugarcane growers

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
1 INFORMACIÓN GENERAL	1 2
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
2.1 Beneficiarios del proyecto de investigación	3
2.2 Problema de la investigación	4
3 OBJETIVOS	7
3.1 Objetivo General	7
3.1 Objetivo Específicos	7
4 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA	10
4.1 MARCO LEGAL	10
4.1.1 Constitución del Ecuador- Sección cuarta. Cultura y ciencia.	10
4.1.2 Constitución del Ecuador	10
4.1.3 Soberanía alimentaria	10
4.1.4 Soberanía económica – Sistema económico y Política Económica	10
4.1.5 Sección octava	11
4.2 Ley de Turismo	11
4.3 Reglamento de alimentos y bebidas	12
4.4 Ley del Patrimonio Cultural	13
4.5 Turismo	13

4.6	Tipos de turismo			15
	1.1	Turismo gastronómico		16
4.7	Inventario gastronómico			16
4.8	Patrimonio			17
4.9	Patrimonio Cultural			17
4.10	Patrimonio Inmaterial			18
4.11	Patrimonio alimentario			18
4.12	Patrimonio gastronómico			18
4.13	Gastronomía			19
	4.13.1	Gastronomía	tradicional	19
	4.13.2	Gastronomía	típica	20
	4.13.3	Gastronomía	patrimonial	20
	4.14	Producto	turístico	20
	4.14.1	Producto	Turístico Gastronómico	21
4.15	Tipos de productos turísticos			21
	5.11.1.	Feria gastronómica		21
	1.1.1	Festival gastronómico		22
	1.1.2	Ruta gastronómica		22
	5.11.2.	Circuito	gastronómico	23
5.12.	Oferta turística			23
5.13.	Tipos de demanda turística.....			23
5.14.	Desarrollo Local			24
5.15.	Caña de azúcar			25
	4.16	Aguardientes	del Ecuador	26
5	VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA			26
6	METODOLOGÍA			27

6.1	Objetivo 1	27
7.2.	Tipo de investigación	27
7.2.1.	Investigación diagnóstica	27
7.3.	Métodos	27
7.4.	<i>Método bibliográfico</i>	27
7.5.	<i>Técnicas</i>	27
7.5.1.	Análisis de la información	28
7.6.	<i>Redacción científica</i>	28
7.7.	<i>Instrumentos</i>	28
7.8.	Objetivo 2	29
7.9.	Tipo de investigación	29
7.9.1.	Investigación documental	29
7.9.2.	Investigación de campo	29
7.10.	Métodos	30
7.10.1.	Método cualitativo	30
7.10.2.	Análisis de documentos	30
7.11.	Entrevistas	31
7.12.	Encuestas	31
7.13.	Población y muestra	32
7.14.	Fórmula para determinar la muestra:	33
7.15.	Instrumentos	33
7.16.	Catastro	34
7.17.	Objetivo 3	34
7.18.	Diseñar un producto turístico gastronómico para el cantón Pangua que promueva el desarrollo local	34
7.18.1.	Método inductivo	34
7.19.	Diseño de productos	34
7.20.	Manual para organizadores de ferias (PROMOCAP)	35
	Análisis y Discusión de Resultados	43
	Objetivo 1	43
7.21.	Diagnóstico situacional del área de estudio	43

7.22.	Diagnóstico Económico	46
7.23.	Autodefinición	46
7.24.	Educación	47
7.24.1.	Centros educativos	47
7.25.	Nivel de instrucción	47
7.26.	Bienes inmateriales	48
	Establecimientos de Alimentos y bebidas	49
	Gastronomía	50
7.26.1.	Historia de la gastronomía de Pangua.	50
7.26.2.	Gastronomía actual del cantón Pangua	51
7.27.	Gastronomía del Cantón Pangua	52
7.28.	Atractivos Turísticos del cantón Pangua	54
7.29.	Complejos turísticos	56
7.30.	Objetivo 2	57
7.30.1.	Establecer características de la oferta y de demanda	57
7.30.2.	OFERTA	57
7.31.	Demanda	62
7.32.	Perfil del Visitante	71
	Objetivo 3	72
7.32.1.	Diseño del producto turísticos	72
7.32.2.	Feria gastronómica en el Cantón Pangua – Ecuador	72
7.33.	Etapa 1: Organización y planificación (Pre- Feria)	72
7.34.	Planificación Pre - Feria	75
7.35.	Adicionales	78
7.35.1.	Ficha de inscripción	78
7.36.	Croquis ubicación de stands	79
7.37.	Etapa 2: Desarrollo de la feria.....	80
7.38.	Etapa 3: Monitoreo Post – Feria	82
7.38.1.	Cronograma de actividades	83
7.38.2.	Determinación del presupuesto general	84
7.38.3.	Presupuesto.	84

7	IMPACTOS TÉCNICOS SOCIALES AMBIENTALES ECONÓMICOS.....	86
7.1	Impacto Social	86
7.2	Impacto económico	87
8	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
8.1	Conclusiones	87
8.2	Recomendaciones	88
9	. Referencias	88

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.	BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	3
TABLA 2.	ACTIVIDADES Y ASIGNACIÓN DE TAREAS EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS	8
TABLA 3.	TIPOS DE TURISMO	16
TABLA 4.	FORMATO DE ORGANIZACIÓN DE LA FERIA DEL MANUAL PARA ORGANIZADORES DE FERIAS (PROMOCAP)	39
TABLA 5.	INSTRUMENTO PARA EL MONITOREO.	41
TABLA 6.	INSTRUMENTO PARA EVALUAR EL IMPACTO.	43
TABLA 7.	DATOS GENERALES	44
TABLA 8.	NÚMERO DE POBLACIÓN	45
TABLA 9.	AUTODEFINICIÓN	47
TABLA 10.	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	48
TABLA 11.	<i>FESTIVIDADES DEL CANTÓN</i>	48
TABLA 12.	ALOJAMIENTO	49

TABLA 13. CLASIFICACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	49
TABLA 14. ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	50
TABLA 15. INVENTARIO DE LA GASTRONOMÍA	52
TABLA 16. TABLA RESUMEN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES	54
TABLA 17. ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES	55
TABLA 18. COMPLEJOS TURÍSTICOS	56
TABLA 19. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DEL CANTÓN PANGUA	57
TABLA 20. CUADRO DE LA GASTRONOMÍA QUE OFRECEN CADA UNO EN LOS RESTAURANTES Y CAFETERÍA	58
TABLA 21. LISTADO DE LOS RESTAURANTES QUE OFRECEN COMIDA TRADICIONAL	59
TABLA 22. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA A LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	60
TABLA 23. ENTREVISTA APLICADA A LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN	61
TABLA 24. PERFIL DEL VISITANTE.	71
TABLA 25. PLANIFICACIÓN PRE-FERIA	76
TABLA 26. FICHA PARA PARTICIPANTES	78
TABLA 27. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	83
TABLA 28. INGRESOS	84
TABLA 29. PRESUPUESTO (EGRESOS).	85
TABLA 30. VALOR ESTIMADO.	86

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.- DIAGRAMA MANUAL PARA ORGANIZADORES DE FERIAS PROMOCAP	36
FIGURA 2.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ÁREA DE ESTUDIO.....	44
FIGURA 3.- MAPA INFORMATIVO TURÍSTICO DEL CANTÓN PANGUA	56
FIGURA 4.- 1. EDAD	62
FIGURA 5.- 2. GÉNERO	63
FIGURA 6.- 3. LUGAR DE RESIDENCIA Es	63
FIGURA 7.- 4. CON QUIEN VISITA EL CANTÓN	64
FIGURA 8.- 5. ¿POR QUÉ USTED VISITA PANGUA?	64
FIGURA 9.- 6. ¿SITUACIÓN LABORAL?	65
FIGURA 10.- 7. ¿QUÉ TAN FRECUENTEMENTE VISITA RESTAURANTES O FERIAS EN EL CANTÓN	

PANGUA?	65
FIGURA 11.- 8.- ¿QUÉ COMIDA CONSUME CON FRECUENCIA EN PANGUA?	66
FIGURA 12.- 9. ¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS QUE USTED CONSIDERA MÁS RELEVANTES AL SELECCIONAR UN LUGAR PARA COMER EN PANGUA?	66
FIGURA 13.- 10. ¿QUÉ ENFOQUE LE GUSTARÍA QUE TUVIERA UN NUEVO PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO EN PANGUA?	67
FIGURA 14.- 11. ¿CREE USTED QUE LA OFERTA GASTRONÓMICA ACTUAL DEL CANTÓN PANGUA ES ADECUADA?	67
FIGURA 15.- 12. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A GASTAR EN UN PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO EN PANGUA?	68
FIGURA 16.- 13¿CUÁL CONSIDERA QUE ES LA MEJOR TEMPORADA DEL AÑO PARA DISFRUTAR DE UNA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA EN PANGUA?	68
FIGURA 17.- 14. ¿QUÉ PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO CREERÍA USTED QUE PUEDE AYUDAR A MEJORAR LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA PANGUENSE?.....	69
FIGURA 18.- 15. ¿PIENSA USTED QUE LA CREACIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO TURÍSTICO AYUDARÍA A PROMOVER LA GASTRONOMÍA DE PANGUA?	69
FIGURA 19.- 16. ¿CREE USTED QUE LA CREACIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO TURÍSTICO AYUDARÍA A IMPULSAR LA ECONOMÍA DEL CANTÓN PANGUA?	70
FIGURA 20.- 17. ¿CREE USTED QUE LA CREACIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO TURÍSTICO AYUDARÍA A IMPULSAR LA ECONOMÍA DEL CANTÓN PANGUA?	70
FIGURA 21.- ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN.	73
FIGURA 22.- CROQUIS UBICACIÓN DE STANDS.	79
FIGURA 23.- AFICHE PARA LA FERIA	81
FIGURA 24.- CÓDIGO QR DE UBICACIÓN.	82

ÍNDICE DE APÉNDICES

APÉNDICE 1. HOJA DE VIDA DEL TUTOR	100
APÉNDICE 2. HOJA DE VIDA DEL INVESTIGADORA.....	104

APÉNDICE 3. MODELO DE ENTREVISTAS.	106
APÉNDICE 4. MODELO DE ENCUESTAS.	107
APÉNDICE 5. FOTOGRAFÍAS DE LA INVESTIGACIÓN	115
APÉNDICE 6. ENCUESTAS APLICADAS A LOS VISITANTES	119
APÉNDICE 7. ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES	126
APÉNDICE 8. AVAL DEL TRADUCTOR	134

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título:

“Diseño de productos turísticos gastronómicos en el cantón Pangua que promueva el desarrollo local”

Lugar de ejecución.

Cantón: Pangua

Provincia: Cotopaxi

Zona: 3

Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera que Auspicia: Carrera de Turismo

Proyecto de investigación vinculado: Patrimonio alimentario y gastronómico de la Provincia de Cotopaxi

Nombres de equipo de investigadores:

Tutor: Adolfo Ricardo Guamán Guevara

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

Investigadora: Johana Morella Illanes Esparza **Correo**

Institucional: johana.illanes6444@utc.edu.ec **Área de**

conocimiento.

Área: Servicios

Subárea: Servicios personales

Línea de Investigación: Planificación y Gestión del Turismo Sostenible

Sub líneas de investigación: Gestión del Turismo Sostenible

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En la provincia de Cotopaxi, el turismo gastronómico fue considerado un motor esencial para la economía local. Este enfoque permitió que las actividades turísticas se desarrollarán en un entorno auténtico, donde la cultura y la tradición culinaria jugaron un papel fundamental. La historia detrás de cada plato también fue un aspecto destacado, ya que cada uno contaba con relatos que reflejaban la identidad cultural del cantón como señala Coloma et al. (2024). Debido a que la gastronomía tradicional es preparada tan solo en el día de feria (domingo) y en fechas festivas (sancocho de tripas de borrego), se ha visto la necesidad de crear un producto turístico gastronómico basado en la caña de azúcar como producto principal, ya que la fuente de la economía del cantón es la agricultura, por sus extensiones de sembríos en sus tres parroquias Pinllopata, Ramón Campaña y El Corazón, considerándose como un cantón cañicultor.

La investigación realizada permite la creación de un producto turístico gastronómico que contribuya al desarrollo económico local y al aumento de nuevas oportunidades laborales. Además, se preservarán las tradiciones de la zona, generando un ciclo virtuoso en el que la valorización de los productos locales impulsó el crecimiento de la oferta turística. De esta manera, se logrará fortalecer tanto la economía como la identidad cultural de la región, beneficiando a la comunidad en su conjunto. Lo que ayuda a posicionar a Pangua como un sitio turístico innovador atrayendo a turistas interesados en vivir experiencias nuevas, y al mismo tiempo fomenta la participación comunitaria y potencializa los emprendimientos, para un mejor desarrollo turístico local.

La creación de productos turísticos gastronómicos basados en la caña de azúcar tuvo como objetivo satisfacer las necesidades de la demanda turística. Se buscó desarrollar

propuestas gastronómicas originales que ofrecieran una experiencia enriquecedora e inolvidable. La meta fue asegurar a los visitantes una oferta única y cautivadora, elevando así la calidad de su viaje y promoviendo el atractivo turístico de la región.

2.1 Beneficiarios del proyecto de investigación

Las cuatro parroquias que conforman el cantón Pangua fueron identificadas como beneficiarias del proyecto investigativo. Tanto de manera directa como indirecta, estas comunidades pudieron aprovechar la información recopilada en la investigación.

Tabla 1. Beneficiarios del proyecto

Beneficiarios directos	Número	Detalle
Servicios de alimentos y bebidas	16 establecimientos	12 restaurantes 1 cafeterías 1 fast food 2 paraderos
Servicio de alojamiento	4 establecimientos	3 hoteles 1 hostales
Asociaciones	1 asociación de cañicultores (ASOCAD)	32 asociados
Investigador	1	Johana Illanes
<i>Fuente:</i> Elaboración propia		
Beneficiarios indirectos	Número	Detalle
Estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi	127 estudiantes	Carrera de Turismo
Estudiantes de la Unidad Educativa Pangua	62 estudiantes	De la especialidad en Ventas e información turística
Turistas	385	Turistas

Juntas parroquiales	4 juntas parroquiales	Pinllopata Ramón Campaña El Corazón Moraspungo
---------------------	-----------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

Con la información de la tabla 1, se identificaron a los principales beneficiarios directos del proyecto, que incluían a los prestadores de servicios de alimentación y alojamiento a nivel cantonal, así como a la asociación de cañicultores “ASOCAD”. El investigador también se benefició de este proyecto.

Los principales beneficiarios indirectos de esta investigación son los estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Este estudio les proporcionó un recurso valioso para su aprendizaje, complementando sus conocimientos y estableciendo una base sólida para el desarrollo de futuros proyectos investigativos en los ámbitos cultural y gastronómico.

Asimismo, los estudiantes de la Unidad Educativa Pangua, especializados en Ventas e Información Turística, también se benefician al poder utilizar los hallazgos y conclusiones del estudio para perfeccionar o desarrollar sus propios proyectos. Además, los turistas, tanto nacionales como internacionales, se ven favorecidos indirectamente al tener acceso a información más completa y actualizada sobre los atractivos culturales y gastronómicos de la región. Por último, las cuatro parroquias involucradas en este proyecto de investigación obtienen beneficios indirectos al promoverse un mayor conocimiento sobre su patrimonio y potencial turístico. De esta manera, la investigación no solo impacta a los estudiantes y turistas, sino que también contribuye al fortalecimiento del reconocimiento cultural y turístico de las comunidades locales, generando un efecto positivo en su desarrollo integral.

2.2 Problema de la investigación

El turismo gastronómico había experimentado un crecimiento notable a nivel mundial, convirtiéndose en uno de los segmentos más dinámicos del sector. Según la Organización Mundial de Turismo (2021), este sector atraía al 87% de los turistas globales, quienes consideraban la gastronomía como un elemento fundamental de su experiencia de viaje. Esta tendencia resaltó la necesidad de desarrollar productos turísticos que no solo atrajeran a los visitantes, sino que también generaran un impacto económico positivo.

El turismo gastronómico se volvió esencial para la economía local, ya que incentiva el comercio, el sector servicios, así como la agricultura, la pesca y la ganadería. Carrillo (2020) subrayó que este enfoque no solo promovía la sostenibilidad, sino que también ayuda a preservar la cultura local. La creación de experiencias culinarias únicas no solo beneficiaba a los turistas, sino que también contribuye al desarrollo social y económico de las comunidades anfitrionas. Así, el turismo gastronómico se consolidó como un motor clave para el crecimiento económico local, mejorando la calidad de vida de los residentes y fomentando una mayor apreciación por las tradiciones culinarias y los productos locales.

Ecuador, reconocido por su excepcional diversidad geográfica y cultural, alberga una gastronomía rica y variada, intrínsecamente ligada a los productos cosechados en sus diversos cantones. No obstante, la preservación y promoción de estas tradiciones culinarias enfrentan múltiples desafíos. Sin embargo Torres et al. (2018) señala que factores económicos, sociales y culturales representan obstáculos significativos. La globalización y los cambios en los hábitos alimenticios de la población ecuatoriana han provocado un desplazamiento de los ingredientes y recetas tradicionales, amenazando la autenticidad de la cocina local. La falta de promoción y difusión efectivas también contribuye a la pérdida de recetas ancestrales, generando desconocimiento y desinterés entre las nuevas generaciones y los turistas, tanto nacionales como internacionales. Además, la infraestructura turística inadecuada dificulta la creación de rutas

gastronómicas, limitando el acceso a esta valiosa herencia cultural. Para asegurar la continuidad de la gastronomía ecuatoriana, es fundamental abordar estos desafíos y fomentar estrategias que promovieran su preservación, difusión y valoración, tanto a nivel local como global, garantizando así su legado para el futuro.

En Ecuador, el sector cañicultor se distribuye en varias localidades, destacando la provincia del Guayas, donde se hallan los ingenios más importantes, como los de Milagro y San Carlos. También había cultivos en La Troncal, Cañar y Pangua en Cotopaxi. Este sector es vital para la generación de empleo, cultivándose alrededor de 70,000 hectáreas de caña de azúcar y produciendo aproximadamente 11 millones de quintales de azúcar. Anualmente, entre 8,000 y 10,000 hectáreas se renuevan para garantizar la sostenibilidad del cultivo. La importancia de este sector radica en su contribución a la economía local y al sustento de muchas familias en las áreas productivas, como detallan Paucar & Robalino (2009).

Armijos et al. (2022) señalaron que uno de los problemas principales era la escasez de información e investigación sobre la cultura gastronómica de la región, atribuida a la limitada recopilación de documentación en el departamento de turismo de Cotopaxi. Además, la existencia de desinterés por parte de las autoridades competentes en este ámbito, lo que limita la incorporación de innovaciones en el turismo local. Por otro lado, la industria gastronómica desempeña un papel crucial al absorber una considerable cantidad de mano de obra, ya que estaba estrechamente vinculada al motor turístico de Cotopaxi. Sin embargo, esta industria se ve afectada por la disminución del número de turistas en el cantón, repercutiendo negativamente en la mayoría de sus habitantes, según Yáñez & Armendáriz (2014).

La provincia de Cotopaxi, gracias a su diversidad climática, cuenta con cultivos de caña de azúcar en los cantones de Pangua, Sigchos, Pujilí y La Maná. Sin embargo, esta producción no se destina completamente a la industria azucarera, sino que se utilizaba para elaborar derivados como aguardiente y panela. Manotoa (2013) enfatizó que los cantones con mayor

superficie plantada eran Pangua, con 3,351 hectáreas (97.4% en monocultivos), seguido por Sigchos con 1,392 hectáreas (100% monocultivo), Pujilí con 756 hectáreas (100% monocultivo) y La Maná con 741 hectáreas (también 100% monocultivo). Estos datos reflejaban la importancia del cultivo en la economía local.

La problemática identificada es la inexistencia de productos turísticos gastronómicos que promuevan el desarrollo local. Además, el desconocimiento de la elaboración de los platos tradicionales por parte de nuevas generaciones, esta investigación no solo busca resaltar la oferta gastronómica, sino que también promueva el bienestar económico y social de los habitantes del cantón impulsando la economía.

La falta de una oferta turística gastronómica organizada y sustentada en los recursos autóctonos del cantón impide aprovechar el turismo gastronómico como motor de crecimiento económico y generación de empleo. Esta carencia no solo limita las oportunidades para los emprendedores locales, sino que también desvanece la posibilidad de posicionar al cantón como un sitio turístico para los visitantes interesados en experiencias gastronómicas, lo que repercute negativamente en el desarrollo económico de la comunidad.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Analizar el turismo gastronómico en el cantón Pangua aplicando distintas metodologías para el desarrollo local

3.1 Objetivo Específicos

Diagnosticar el estado actual del área de estudio

Establecer las características de la oferta y demanda del turismo gastronómico del cantón

Diseñar un producto turístico gastronómico innovador basado en la gastronomía patrimonial y gastronomía actual.

Tabla 2. Actividades y asignación de tareas en función de los objetivos establecidos

Objetivo	Actividades	Metodologías	Resultados obtenidos
Diagnosticar el estado actual del área de estudio	Análisis de fuentes primarias y secundarias. Visita a la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Pangua. Solicitud de un inventario de alimentos y bebidas locales. Evaluación y organización de la información recopilada.	Tipo: Investigación diagnóstica Método: Descriptivo y bibliográfico Técnica: Evaluación de datos, redacción académica y organización de la información. Instrumento: Investigaciones científicas, PDOT, trabajos de titulación.	Evaluación del contexto del área de estudio.

Establecer las características de la oferta y la demanda del turismo gastronómico en el cantón.

Revisión de documentos. Selección de información y materiales.
Análisis de datos.
Elaboración de cuestionarios.
Realización de salidas de campo.
Planificación y ejecución de

Tipo: Diagnóstico, documental y de campo.

Método: Cualitativo.

Técnica: Análisis documental, entrevistas y encuestas.

Instrumento: Artículos científicos, tesis, inventarios, cámara fotográfica y cuestionarios.

Características de la oferta y la demanda turística en el cantón Pangua.

encuestas y entrevistas.

Organización de la información recopilada.

Diseñar un producto turístico gastronómico para el cantón Pangua con base en la gastronomía patrimonial y gastronomía actual.	Revisión bibliográfica	Tipo: Descriptiva y de campo.	Producto turístico gastronómico que
	Revisión del catastro de la planta turística.	Método: Inductivo, Manual PROMOCAP.	fomente el desarrollo local.
	Aplicación del manual para organizadores de ferias (PROMOCAP).	Técnicas: Diseño de productos.	Feria gastronómica turística "El Mundo de la Caña".
	Fase inicial: Pre-feria (planificación y organización).	Instrumentos: Manual para organizadores de ferias PROMOCAP, artículos científicos, tesis.	
	Fase central: Feria (ejecución). Fase final: Post-feria (evaluación y seguimiento).		

Fuente: Elaboración por Johana Illanes.

4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

4.1 MARCO LEGAL

4.1.1 Constitución del Ecuador- Sección cuarta. Cultura y ciencia.

Según el Artículo 21 de la Constitución del Ecuador, las personas tenían el derecho de construir y mantener su propia identidad cultural, así como decidir su pertenencia a una o varias comunidades culturales y expresar esas elecciones. También contaban con libertad estética, el derecho a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural. Además, podían difundir sus propias expresiones culturales y acceder a diversas manifestaciones culturales. Por otro lado, el Artículo 25 establecía que las personas tenían derecho a disfrutar de los beneficios del progreso científico y de los saberes ancestrales, según lo detallado por la Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador en la (Constitución de La República Del Ecuador, 2021).

4.1.2 Constitución del Ecuador

La presente investigación se basa en las siguientes normas jurídicas que se incluyen en ella:

4.1.3 Soberanía alimentaria

La soberanía alimentaria, según el Artículo 281, se consideraba un objetivo estratégico y una responsabilidad del Estado, que debía garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcanzaran de manera sostenible la autosuficiencia en alimentos saludables y culturalmente adecuados, según la (Constitución de La República Del Ecuador, 2021).

4.1.4 Soberanía económica – Sistema económico y Política Económica

Según el Artículo 283 de la Constitución de la República del Ecuador, el sistema económico era social y solidario, reconociendo al ser humano como sujeto y fin. Buscaba una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza, con el objetivo de garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e

inmateriales que permitieran el buen vivir. El sistema económico se integraba por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, así como otras determinadas por la Constitución. La economía popular y solidaria se regulaba por ley e incluía a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios (Constitución de La República Del Ecuador, 2021).

4.1.5 Sección octava

El Artículo 388 establecía que el Estado debía destinar los recursos necesarios para la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la innovación, la formación científica, la recuperación y el desarrollo de saberes ancestrales, así como la difusión del conocimiento. Un porcentaje de estos recursos se asignaba a financiar proyectos mediante fondos concursables. Las organizaciones que recibían fondos públicos estaban sujetas a la rendición de cuentas y al control estatal correspondiente, según la, (Constitución de La República Del Ecuador, 2021).

Para el desarrollo de este trabajo de investigación, fue necesario examinar las particularidades de:

4.2 Ley de Turismo

Según el Artículo 2, el turismo se define como la realización de todas las actividades relacionadas con el desplazamiento de personas hacia lugares diferentes a su residencia habitual, sin la intención de establecerse permanentemente en ellos.

El Artículo 3 establece los principios de la actividad turística, que incluyen:

- a) La iniciativa privada como base fundamental del sector, contribuyendo a través de inversiones directas, generación de empleo y promoción tanto nacional como internacional;
- b) La participación de los gobiernos provinciales y cantonales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico en el marco de la descentralización;

- c) El fomento de infraestructura nacional y la mejora de servicios públicos básicos para garantizar la satisfacción adecuada de los turistas;
- d) La conservación constante de los recursos naturales y culturales del país;
- e) La iniciativa y participación de comunidades indígenas, campesinas, montubias o afroecuatorianas, preservando su cultura e identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, conforme a lo dispuesto en esta ley y sus reglamentos, según detalla la (Ley de Turismo, 2014).

4.3 Reglamento de alimentos y bebidas

En este contexto, se encuentran los siguientes artículos que están estrechamente relacionados con la realización de este proyecto de investigación:

El Artículo 14 menciona la clasificación de los establecimientos de alimentos y bebidas, que incluye cafeterías, bares, restaurantes, discotecas, establecimientos móviles, plazas de comida y servicios de catering. Estos deben informar a la Autoridad Nacional de Turismo sobre el tipo de cocina que ofrecen a sus usuarios, conforme a lo establecido. Para los fines de este estudio, los literales c y f del Artículo 14 se centran en el ámbito gastronómico, destacando restaurantes y plazas de comida como los más relevantes entre los establecimientos de alimentos y bebidas según lo indicado por el Ministerio de Turismo en el (Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, 2018).

El Artículo 16 establece que los establecimientos clasificados como cafeterías, bares, restaurantes, discotecas, establecimientos móviles, plazas de comida y servicios de catering deben informar a la Autoridad Nacional de Turismo sobre el tipo de cocina que ofrecen a sus usuarios (Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, 2018).

Por otro lado, el Artículo 43 del Reglamento General de la Ley de Turismo define la actividad de alimentos y bebidas como “el servicio gastronómico prestado por propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o

bebidas para consumo. Además, podrán ofrecer servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento” (Ley de Turismo, 2014).

Según el Ministerio de Turismo, el turismo resalta la importancia de mantener actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia diferentes lugares en beneficio de estas. Se evidencian diversos objetivos estratégicos para tal propósito. En este sentido, uno de esos objetivos es incrementar la oferta de destinos y servicios turísticos sostenibles y competitivos en Ecuador (Ley de Turismo, 2014).

4.4 Ley del Patrimonio Cultural

En los literales a y b del Artículo 4 se establecía que era necesario “investigar, guardar, salvaguardar, restituir y promocionar el patrimonio cultural en Ecuador”, así como regular las actividades relacionadas. También se debía elaborar un inventario de los bienes que conformaban el patrimonio, lo que permitiría preservar y conservar los bienes de una localidad, evitando su desaparición y la pérdida de la identidad de los pueblos. Por ello, era fundamental mantener las tradiciones y conocimientos gastronómicos de generación en generación, según el (Reglamento a La Ley De Patrimonio Cultural, 2007).

4.5 Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (2008), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas hacia países o lugares fuera de su entorno habitual, ya sea por motivos personales, profesionales o de negocios. Estas personas son conocidas como viajeros, que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes. El turismo abarca diversas actividades, muchas de las cuales conllevan un gasto turístico.

Ahora bien, es necesario mencionar que a través del turismo es posible que las personas, que desean conocer los nuevos atractivos de un lugar en particular y quieran también aprender y probar de diversas costumbres gastronómicas, puedan hacerlo sin restricción alguna, lo cual,

aporta facilidad a los turistas de deleitarse experimentando nuevas y extraordinarias aventuras, en cuanto a la exploración de sabores diversos, que aportan con mayor énfasis, la gastronomía tradicional de la zona visitada tal como argumenta el Ministerio de Turismo (2021). De allí la relevancia de establecer diseños de productos gastronómicos que se incluyan en rutas y ferias turísticas, y que ayuden a expandir el conocimiento de las costumbres de la región, fortaleciendo los siguientes beneficios directos:

- Incremento del Turismo al aumentar el número de turistas que visitan el cantón Pangua, específicamente para experimentar la gastronomía local, lo que representa mayores ingresos para los negocios locales como restaurantes, mercados y tiendas de productos típicos.
- Desarrollo económico local, al crear nuevas oportunidades de empleo en áreas como el de hotelería y la guía turística.
- Valorización de productos locales al hacer promoción de productos agrícolas, así como de la panela en el cantón, convirtiéndolo en un atractivo clave dentro de la ruta turística generando con ello mayor demanda por parte de las personas.
- Fomento de la cultura y patrimonio por medio de la preservación y promoción de recetas tradicionales y prácticas culinarias que incentiva el conocimiento del patrimonio cultural de la región.
- Desarrollo de infraestructura turística y gastronómica del cantón Pangua al adecuar, restaurantes, mercados y caminos para beneficiar otras actividades económicas en la región.

Beneficiarios indirectos:

- La dinamización de sectores económicos como el del transporte, la agricultura, la artesanía y la educación.

- Fortalecimiento de la comunidad al fomentar la cohesión social y el trabajo en conjunto dentro de la comunidad, al unirse para desarrollar y promover una ruta gastronómica, creando un sentido de pertenencia y cooperación entre los residentes.
- Mejora de la imagen del Cantón, por parte de las personas, al fortalecer la reputación de este a nivel regional, nacional e incluso internacional, atrayendo con esto no solo a turistas, sino también a inversionistas y proyectos de desarrollo.
- Diversificación de oferta turística, al hacer que la región sea más atractiva para diversos turistas, que lleva a un turismo más sostenible y menos dependiente de una sola actividad.
- Fomento de la educación y conciencia ambiental, por medio incentivar el uso sostenible de los recursos locales, para el éxito de la calidad y autenticidad de los productos dentro de la ruta gastronómica.

4.6 Tipos de turismo

De acuerdo con la OMT existen 3 tipos básicos de turismo los cuales se dividen en:

- Turismo interno, que abarca tanto el turismo nacional como el turismo receptor.
- Turismo nacional, que incluye el turismo interno y el turismo emisor.
- Turismo internacional, que se divide en turismo receptor y emisor.

Es así que Morales & Jiménez (2020), el turismo interno se refiere a los viajeros que se desplazan dentro de su propio país. El turismo receptor abarca a los visitantes no residentes que viajan dentro del territorio, mientras que el turismo emisor se refiere a los residentes que viajan fuera de su lugar de residencia.

Mientras que Quezada (2019), sostiene que la clasificación del turismo según el tipo de turista no es absoluta, ya que implica la búsqueda de relajación, entretenimiento y nuevas experiencias. Plantea que el turismo es un fenómeno social centrado en las personas, más allá de ser una mera actividad económica, sin restricciones espaciales o temporales.

Tabla 3. Tipos de turismo

Clasificación del turismo según el tipo de turista			
Corporal	Intelectual	Material	Ambiental
De salud	Religioso	De transferencia	De naturaleza
De gestación	Educativo	De negocios	Social
Sexual	Gastronómico	Empresarial	De la muerte
Activo	Virtual	De lujo	Del universo
Religioso			

Nota: Elaboración propia

1.1 Turismo gastronómico

El turismo gastronómico se define como una modalidad de turismo en la que el enfoque principal reside en la gastronomía y la cultura culinaria del país visitado. Su motivación radica en conocer y experimentar las técnicas de preparación de alimentos, descubrir nuevos sabores y comprender los diversos elementos que los rodean, ya sean culturales, naturales o sociales. El objetivo de este tipo de turismo es explorar las especialidades gastronómicas de una región específica. Por esta razón, se han desarrollado diversas rutas gastronómicas en todo el mundo, como la ruta del vino en Mendoza, Argentina; la ruta del café en Colombia; y la ruta del taco en México, como detalla Vivanco (2021).

El turismo gastronómico trasciende la mera alimentación, involucrando todos los sentidos a través de la exploración culinaria, según Lorente (2022). La Organización Mundial de Turismo (2015) lo define como aquel en el que los turistas planifican sus viajes, total o parcialmente, para degustar la comida local y participar en actividades relacionadas.

4.7 Inventario gastronómico

Según Mero (2021)., el registro detallado de los atractivos turísticos y gastronómicos de una comunidad es esencial para la infraestructura turística de un destino. Abarca alimentos y bebidas típicas, métodos de preparación culinaria, cocina tradicional, rituales asociados a la comida y costumbres locales. También incluye productos agrícolas y artesanales producidos en la zona, mercados de alimentos, restaurantes, establecimientos especializados en gastronomía, eventos culturales y festivales gastronómicos, así como productos alimenticios distintivos.

4.8 Patrimonio

El patrimonio se define generalmente como aquello que se hereda de los padres y de la naturaleza, así como lo que se desea transmitir a las futuras generaciones. El término proviene del latín "patrimonium", utilizado por los romanos para referirse a la herencia material que los padres legaban a sus hijos. En español, el patrimonio se entiende como el conjunto de bienes pertenecientes a una persona, ya sea natural o jurídica, que tienen un valor económico. Otra interpretación sugiere que el patrimonio incluye los bienes que reflejan la creatividad de un pueblo, diferenciando a las sociedades y grupos sociales entre sí, lo que les otorga un sentido de identidad, según Tene (2023).

Por otro lado, Bustos (2022) destaca que el patrimonio forma parte de la herencia cultural de un pueblo o estado, representando los valores que se transmiten a las futuras generaciones. Entre los valores esenciales del patrimonio cultural se encuentran la autenticidad y la integridad. En algunos casos, el patrimonio es un recurso no renovable, ya que no puede regresar a su estado original, lo que resalta la necesidad de su preservación y manejo adecuado por parte de los sectores público, privado y comunitario.

4.9 Patrimonio Cultural

Santa (2021) señaló que el patrimonio es un conjunto dinámico y representativo de bienes y prácticas sociales, creados, mantenidos y transmitidos por comunidades, pueblos y

organizaciones culturales. Refleja la identidad y los valores de un grupo, siendo fundamental para la cohesión social y la continuidad cultural. Su preservación es esencial para las futuras generaciones, pues constituye un recurso invaluable que enriquece nuestra comprensión del pasado y del presente.

4.10 Patrimonio Inmaterial

El patrimonio inmaterial o intangible está relacionado con la memoria y la herencia, ya que su relevancia y representatividad fomentan procesos de identidad y pertenencia en la comunidad. Este tipo de patrimonio incluye manifestaciones y expresiones cuyos conocimientos, saberes, técnicas y prácticas se han transmitido de generación en generación, siendo constantemente recreados por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación (2011).

4.11 Patrimonio alimentario

El patrimonio alimentario incluye aquellos alimentos que tienen un significado simbólico, identitario y cultural importante para una comunidad. Según el Movimiento de Integración Gastronómico Alimentario de Bolivia (2013), este concepto abarca tanto la preparación de platos y bebidas tradicionales como los ingredientes y productos utilizados en su elaboración. Aunque la gastronomía ecuatoriana es valorada, no todos sus alimentos se consideran patrimonio; deben poseer un valor cultural y natural intrínseco y significativo para la sociedad.

4.12 Patrimonio gastronómico

El patrimonio gastronómico se fundamenta en el reconocimiento de los platos típicos más representativos de una localidad o región, los cuales son parte de su identidad cultural y reflejan las tradiciones de sus antepasados. Este patrimonio abarca conocimientos ancestrales, técnicas y métodos de preparación. Según Pincay (2021), el patrimonio gastronómico implica

la recolección, difusión y defensa de estos saberes, que son esenciales para el desarrollo de ciertas comunidades.

4.13 Gastronomía

La gastronomía se define como una disciplina en constante evolución, reconocida también como un arte por su estética y significado. Mora (2020) señala que existen diversas manifestaciones gastronómicas que impactan la alimentación humana, abarcando sabores, aromas y tradiciones. Esta disciplina forma parte del patrimonio cultural de cada nación, constituyendo su sello distintivo. Por lo tanto, los chefs enfrentan el desafío de equilibrar la creación de platos de cocina fusión con la preservación de la cocina tradicional. Esta elección depende de las preferencias individuales, lo que resalta la importancia de desarrollar ambas vertientes culinarias.

4.13.1 Gastronomía tradicional

La gastronomía tradicional de cada región se compone de un conjunto único de preparaciones culinarias que han sido transmitidas a lo largo de generaciones. Para los viajeros interesados en experiencias gastronómicas, uno de los principales atractivos es la posibilidad de degustar los platillos autóctonos, que reflejan no solo la cultura local, sino también los ingredientes característicos de la zona, según Troncoso (2019). Estudios indican que cuando los visitantes descubren preparaciones auténticas, las consideran experiencias únicas y memorables, lo que genera una valoración positiva tanto entre los empresarios del sector restaurantero como entre los turistas que viajan motivados por la gastronomía local.

La gastronomía tradicional es una manifestación cultural que refleja los sabores característicos de un pueblo, los cuales deben ser preservados y compartidos para asegurar su continuidad. Según Cáceres (2024), la incorporación de la gastronomía en el turismo ha permitido que muchas regiones con ricas tradiciones culinarias, aún poco reconocidas, amplíen

sus oportunidades. De este modo, el turismo gastronómico se convierte en un pilar fundamental para el desarrollo socioeconómico de estas comunidades.

4.13.2 Gastronomía típica

Un plato típico, también conocido como comida típica, se define como aquel con características especiales y únicas, preparado frecuentemente en un lugar específico. Bermeo et al. (2020) señalan que la materia prima utilizada suele ser originaria de la zona. Además, se considera plato típico aquel cuya receta y método de elaboración han sido transmitidos de generación en generación, manteniendo así su autenticidad a lo largo del tiempo.

4.13.3 Gastronomía patrimonial

Pincay (2021) destaca la importancia de reconocer el potencial de la gastronomía como patrimonio cultural inmaterial, resaltando su identidad, tradición, autenticidad y atractivo, tanto para comunidades y naciones como para turistas en busca de experiencias culinarias novedosas. Robles (2020) argumenta que, a nivel nacional, existen numerosos casos de inclusión de la gastronomía como parte del patrimonio cultural intangible de los pueblos, trascendiendo su rol de simple servicio alimentario. Esta perspectiva integra la gastronomía con otros servicios para enriquecer la experiencia turística en un destino. De este modo, se subraya la importancia de no solo satisfacer las necesidades alimentarias de los visitantes, sino también de incorporar valor cultural e identitario al servicio o producto gastronómico ofrecido. La gastronomía, por tanto, se convierte en un elemento de comunicación cultural que manifiesta tradiciones e idiosincrasias. UNESCO reconoce formalmente la gastronomía como una categoría dentro del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

4.14 Producto turístico

Desde la perspectiva del cliente, el producto turístico se concibe como un conjunto de servicios complejos que incluyen alojamiento, recreación, transporte y gastronomía. Lapo et al. (2019) argumentan que este producto abarca las organizaciones que ofrecen bienes y servicios

a los turistas, así como opciones de entretenimiento y recreación. Además, integra activos naturales, culturales y sociales esenciales para las actividades turísticas en el destino, convirtiéndose en un atractivo primordial para los visitantes.

El producto turístico emerge de la combinación de los activos locales y los servicios prestados, lo que implica una interacción entre las características naturales, culturales y la infraestructura necesaria para el turismo. Se entiende, por lo tanto, como un sistema complejo que abarca una variedad de elementos diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor. Esto resalta la importancia de una planificación cuidadosa y la integración de recursos locales en su desarrollo, ya que la experiencia turística se construye sobre la base de estos componentes interrelacionados.

4.14.1 Producto Turístico Gastronómico

Un producto turístico gastronómico, según Bullón, es el conjunto de bienes y servicios relacionados con la oferta culinaria que satisface las preferencias de los turistas. Este producto se considera turístico porque integra recursos naturales y culturales transformados que enriquecen la experiencia del viajero, según Navarro, (2015).

4.15 Tipos de productos turísticos

Mendoza et al. (2022), señalan que un territorio puede ofrecer diversos productos turísticos, como turismo cultural, ecoturismo, turismo de naturaleza, deporte y aventura, turismo comunitario, y turismo de sol y playa. Estos productos turísticos incluyen bienes o productos físicos tangibles, servicios, personas, lugares, instituciones, empresas o ideas, abarcando proyectos de negocios, sociales e internos dentro de una organización.

5.11.1. Feria gastronómica

Las ferias gastronómicas representan eventos especializados que celebran la diversidad culinaria, donde los protagonistas son los alimentos, las bebidas y las distintas preparaciones características de una región o cultura. Estos encuentros pueden enfocarse en técnicas culinarias

específicas, productos particulares, tradiciones gastronómicas regionales o denominaciones de origen. Históricamente, estas celebraciones han funcionado como punto de encuentro para diferentes comunidades, fortaleciendo lazos sociales a través de la celebración de las cosechas y el compartir de tradiciones culinarias de acuerdo con Muñoz et al. (2017). Carvache et al. (2020) destacan que, con el tiempo, el propósito de las ferias gastronómicas ha cambiado notablemente, abarcando múltiples objetivos. Estos incluyen la preservación y difusión del patrimonio culinario tradicional, la promoción de hábitos alimenticios saludables, el apoyo a la agricultura sostenible y el fomento del turismo gastronómico como motor económico local. Hoy en día, estos eventos se han convertido en plataformas clave que no solo mantienen la identidad cultural a través de la gastronomía, sino que también estimulan el desarrollo económico de las regiones anfitrionas al atraer visitantes interesados en experiencias culinarias auténticas y enriquecedoras.

1.1.1 Festival gastronómico

Un festival gastronómico se define como un evento que resalta la especialidad culinaria regional o local, junto con actividades y programas relacionados. Según Carvache et al. (2020), los destinos han creado estos festivales para impulsar el turismo, considerándolos una estrategia efectiva para atraer a los visitantes.

1.1.2 Ruta gastronómica

Las rutas turísticas se organizan en torno a un producto específico o a un rasgo cultural distintivo que les otorga su nombre. Su objetivo principal es fomentar el consumo de elementos abundantes para impulsar el desarrollo local. Según Pita et al. (2021), estas rutas dependen de los recursos culturales y naturales de una región, considerando el tipo de público al que se desea atraer. Esto permite a los visitantes participar en experiencias singulares y eventos que se alejan de su rutina diaria, enriqueciendo así su experiencia turística.

5.11.2. Circuito gastronómico

El circuito turístico no se considera un producto en sí mismo, sino que sirve como base para desarrollar diversos tipos de productos turísticos. A diferencia de una ruta, que tiene una estructura lineal comenzando en un punto A y finalizando en un punto B, un circuito inicia y culmina en el mismo punto. Según Segura & Esparza (2021), los circuitos ofrecen un valor agregado que incluye aspectos como conectividad, accesibilidad y atractivos, enriqueciendo así la experiencia del viajero.

5.12. Oferta turística

Según Serrano et al. (2019), el concepto de oferta turística se refiere al conjunto de bienes y servicios que se proporcionan a los turistas para satisfacer sus necesidades. Desde la perspectiva económica, la oferta se entiende como la cantidad de mercancías o servicios disponibles en el mercado a un precio específico durante un periodo determinado. Por su parte, Aponte et al. (2020) indican que la oferta turística incluye los servicios proporcionados por la infraestructura turística y algunos bienes no turísticos, comercializados a través del sistema turístico. Esta oferta se puede clasificar en básica, que abarca alojamiento, transporte y alimentación, y complementaria, que incluye servicios de esparcimiento y otros que contribuyen al bienestar del turista. Además, el atractivo turístico forma parte integral de esta oferta, enriqueciendo la experiencia del viajero.

5.13. Tipos de demanda turística

Según Morillo (2011), la demanda real se refiere a la cantidad de turistas presentes en un lugar específico en un momento determinado, así como a la suma de bienes y servicios que estos consumidores solicitan durante su estadía. El concepto de "turista real—consumidor potencial" se relaciona con los gastos adicionales que los turistas pueden realizar en bienes y servicios no pagados antes del viaje, excluyendo aquellos gastos obligatorios como el alojamiento, Naranjo & Martínez (2022a). Este concepto es crucial para diseñar campañas

publicitarias efectivas en centros turísticos, ya que busca motivar a los visitantes a explorar más lugares y aumentar su gasto en opciones que no conocían previamente.

La demanda histórica, por otro lado, se refiere al registro estadístico de las demandas reales pasadas y al análisis de sus variaciones y tendencias, lo que permite deducir su evolución futura. Fernández et al. (2020) explican que la demanda futura se calcula basándose en series cronológicas de la demanda histórica, utilizando fórmulas matemáticas para proyectar su crecimiento, estancamiento o disminución en un periodo determinado.

Además, la demanda potencial representa el mercado no conquistado que podría ser atraído hacia un centro turístico. Esto incluye incrementos adicionales que podrían lograrse a partir de la mejora de servicios y aumento de capacidad de alojamiento, así como por estrategias publicitarias dirigidas a nuevos segmentos del mercado Naranjo & Martínez (2022a). En resumen, comprender estos diferentes tipos de demanda es esencial para el desarrollo eficaz del turismo, permitiendo una mejor planificación y adaptación a las necesidades cambiantes de los turistas.

5.14. Desarrollo Local

Albuquerque (2004), considera que el Desarrollo Local implica promover la democratización de los procesos sociales mediante la ampliación de derechos y libertades, fomentando la ciudadanía activa, incrementando la participación popular y el control social sobre la gestión pública, satisfaciendo las necesidades básicas de la población, reduciendo desigualdades a través de una mejor distribución del producto social, e impulsando el crecimiento económico-productivo de las colectividades locales. Estas características reflejan las tendencias en la construcción del proceso de Desarrollo Local en América Latina, permitiendo generalizaciones para comprender y analizar este proceso, que es de gran importancia en el contexto latinoamericano.

En los últimos años, el "Desarrollo de lo local" se ha consolidado como un "Paradigma alternativo" de Desarrollo, con un notable consenso entre diferentes estrategias de desarrollo en la región, incluso entre enfoques ideológicos opuestos como el Neoliberal y el Neoestructural según Santa Cruz et al. (2019).

En la misma línea, el desarrollo local debe potenciar una mayor participación social, fomentando la implicación directa de la sociedad en la toma de decisiones y buscando un mayor equilibrio¹. A través de la creación de instancias sociales asociativas y solidarias, se busca una mayor influencia en la producción y la economía local en general, tal como lo señalan Iglesias & Jiménez (2017). El desarrollo local no se entiende como una compensación por un mal desarrollo nacional, sino como un enfoque multidimensional e integrador que se define por la capacidad de articular lo local con lo global.

5.15. Caña de azúcar

La caña de azúcar es un cultivo de gran relevancia a nivel global, tanto para la alimentación como para la industria. Según Fretes & Martínez (2011), la FAO estima que hay alrededor de 30 millones de hectáreas sembradas en todo el mundo, con un crecimiento previsto en diversas regiones. Este aumento se debe a la capacidad de los molinos para alternar entre la producción de azúcar y etanol, además de generar subproductos como electricidad a partir del bagazo y bioplásticos. La caña de azúcar representa aproximadamente el 86% de los cultivos azucareros globales, siendo Brasil, India, China y Tailandia los principales productores Vázquez (2021). Este cultivo no solo satisface las necesidades alimentarias, sino que también desempeña un papel crucial en la economía local y en la sostenibilidad, al permitir la diversificación de productos y el uso eficiente de recursos naturales.

4.16 Aguardientes del Ecuador

Ecuador es un país con una notable producción de maíz, que se refleja en la variedad de platos y bebidas elaborados con este grano, fundamental en la alimentación de sus pueblos desde

tiempos ancestrales Ministerio de Agricultura y Ganadería (2017) Entre las bebidas más reconocidas se encuentra el alcohol puro de caña, conocido como Puntas, originario de diversas localidades como Bucay, Nanegalito y Pallatanga. En Quito, el Canelazo, una bebida caliente a base de canela y naranjilla, es popular durante los brindis. Por su parte, en Cuenca se ofrece el Draquecito, una infusión caliente de ataco, canela y alcohol de caña Pereira (2013). Estas tradiciones culinarias no solo destacan la importancia del maíz en la gastronomía ecuatoriana, sino que también reflejan su papel cultural y social en las diferentes regiones del país.

5. VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA

¿La creación de un producto turístico gastronómico en el cantón Pangua impulsará el desarrollo local?

La creación de un producto turístico gastronómico en el cantón Pangua tiene como propósito impulsar la participación de las familias que se dedican agricultura y fortalecer la identidad cultural, promoviendo el apoyo campesino de la producción de los derivados de la caña de azúcar, debido a que el cantón está siendo considerado como cañicultor y esto generará ingresos económicos factibles para los hogares Panguenses.

Este producto no solo aumentaría el número de visitantes interesados en la gastronomía local, sino que también promovería el uso de ingredientes autóctonos y la conservación de tradiciones gastronómicas. Además, esta iniciativa ofrecería nuevas oportunidades a las comunidades que sean partícipes de este tipo de evento, creando un producto que beneficie tanto a los residentes como a los visitantes, contribuyendo así al crecimiento económico del cantón.

6. METODOLOGÍA

6.1 Objetivo 1

7.2. Tipo de investigación

7.2.1. Investigación diagnóstica

La investigación diagnóstica implica un acercamiento a la realidad a través de acciones que facilitan su comprensión, involucrando a las personas o grupos sociales afectados. Esta participación fomenta la movilización en torno a sus problemáticas y situaciones sociales. Según Meléndez (2022), este tipo de investigación permite categorizar un problema. Para llevar a cabo el estudio, se analizó información de diversos documentos, incluyendo el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) del cantón Pangua (2022), así como proyectos relacionados con la gastronomía y artículos científicos. Este proceso permitió recopilar datos valiosos que enriquecieron la investigación y ofrecieron una comprensión más profunda del tema tratado.

7.3. Métodos

7.4. Método bibliográfico

La metodología de investigación implica la consulta de diversas fuentes de información, como revistas científicas, bases de datos, buscadores y repositorios, así como la recuperación de documentos en distintos formatos. Este proceso, conocido como búsqueda documental o investigación bibliográfica, según Moncada (2014), permitió a los investigadores observar y describir información relevante del área de estudio, abarcando aspectos clave como el clima, la ubicación, la población, las limitaciones, los recursos turísticos y las parroquias que la integran.

7.5. Técnicas

Este método sistemático se utiliza para recopilar y analizar información con el objetivo de responder a una pregunta o resolver un problema específico. Entre las técnicas de investigación se incluyen encuestas, entrevistas, observación y experimentos, según Gómez (2021). Estas herramientas permiten obtener datos relevantes para el estudio.

7.5.1. Análisis de la información

El análisis de la información es un proceso cíclico que abarca selección, categorización, comparación, validación e interpretación, presente en todas las fases de la investigación. Este proceso facilita una mejor comprensión de fenómenos de interés particular, según lo mencionado por Dulzaides & Molina (2004).

De tal manera que se realizó el análisis de la información recopilada donde de manera ordenada se estructuró la información para brindar mejor comprensión.

7.6. Redacción científica

La redacción científica se distingue por tener un único propósito: comunicar eficazmente los resultados de una investigación. A diferencia de otros estilos de escritura, el objetivo principal no es evocar emociones o impresionar al lector, sino transmitir de manera clara y precisa los hallazgos científicos. Según Padrón et al. (2014), la UNESCO señala que la finalidad esencial de un artículo científico es comunicar los resultados de investigaciones, ideas y debates de manera clara, concisa y fidedigna. Por lo tanto, la capacidad de comunicar eficazmente los resultados de una investigación científica es crucial para la aceptación y publicación de artículos en revistas de alto impacto. El objetivo principal es asegurar que la información se transmita de forma ordenada, concisa y fluida, facilitando su comprensión y difusión.

7.7. Instrumentos

De acuerdo con De la Lama et al. (2021), un instrumento de investigación es una herramienta utilizada para recopilar y examinar información en el proceso de investigación. Ejemplos comunes incluyen encuestas, cuestionarios, escalas de medición, entrevistas estructuradas y pruebas estandarizadas. En el caso del diagnóstico situacional del cantón Pangua, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de artículos científicos, proyectos relacionados

con la gastronomía y el PDOT vigente (2022). El objetivo fue seleccionar información relevante de estos documentos para contribuir al estudio.

7.8.Objetivo 2

7.9.Tipo de investigación

Investigación diagnóstica

Se empleó con el propósito de analizar la oferta y la demanda en el cantón Pangua, dado que no había información actualizada que facilitara la creación de un producto gastronómico basado en los visitantes que acudían al cantón. Esta investigación busca llenar ese vacío informativo para desarrollar estrategias adecuadas.

7.9.1. Investigación documental

Arias (2023) señala que la investigación documental se basa en fuentes de carácter documental de cualquier tipo. Entre sus subtipos se encuentran la investigación bibliográfica, hemerográfica y archivística. La investigación bibliográfica consulta libros, la hemerográfica se centra en artículos de revistas y periódicos, y la archivística analiza documentos de archivos, como cartas y expedientes. En este estudio, se realizó una revisión documental con el fin de identificar un instrumento que permitiera conocer las características de los visitantes y de los establecimientos de alimentos y bebidas que promueven la gastronomía tradicional en el cantón.

7.9.2. Investigación de campo

Las técnicas de investigación de campo se aplican directamente en el entorno donde ocurre el fenómeno a estudiar, permitiendo la recolección de datos de fuentes primarias. Su objetivo es obtener información a través de observaciones estructuradas y la implementación de diversos instrumentos diseñados previamente, como encuestas, entrevistas y estudios de caso. Estas herramientas no se utilizan de manera aislada, sino que a menudo se combinan con métodos documentales, según Guzmán et al. (2022).

En esta investigación de campo, se llevaron a cabo visitas a diferentes establecimientos de alimentos y bebidas, así como a lugares de alojamiento, con el propósito de realizar encuestas y entrevistas que ayudaran a determinar el producto turístico gastronómico. Este enfoque permitió recopilar información directamente del área de estudio, realizando un total de ocho salidas de campo para asegurar la validez y relevancia de los datos obtenidos en el contexto local.

7.10. Métodos

7.10.1. Método cualitativo

Se revisaron documentos y metodologías para desarrollar un instrumento que permitiera identificar el perfil del turista. Además, se elaboró un guion para llevar a cabo entrevistas con los establecimientos que promueven la gastronomía tradicional, asegurando así la recolección de información relevante para la investigación.

Técnica

7.10.2. Análisis de documentos

El análisis documental es una técnica de investigación que consiste en un conjunto de operaciones intelectuales destinadas a describir y representar documentos de manera sistemática, facilitando su recuperación. Según Dulzaides & Molina (2004), este análisis abarca el procesamiento analítico-sintético, que incluye la descripción bibliográfica y general de las fuentes, así como la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y elaboración de reseñas. Este enfoque permite organizar la información de manera efectiva para su posterior uso en la investigación.

7.11. Entrevistas

La entrevista es una técnica de recolección de información que, además de ser una estrategia común en los procesos de investigación, posee un valor intrínseco.

Independientemente de si se lleva a cabo dentro de un estudio sistemático o se diseña de manera independiente, las entrevistas mantienen características y pasos similares en su ejecución, según lo indicado por González et al. (2022).

En este estudio, las entrevistas se dirigieron a los propietarios de establecimientos de alimentación y alojamiento, como restaurantes y cafeterías. El objetivo principal fue recopilar información relevante para la planificación de una feria turística y, posteriormente, realizar un diagnóstico situacional del sector. Este enfoque permitió obtener datos directos de los actores involucrados, facilitando una comprensión más profunda del contexto local y las necesidades del sector gastronómico en el cantón. La información recabada será fundamental para el desarrollo de estrategias efectivas en la promoción del turismo gastronómico. *Ver Apéndice 3*

7.12. Encuestas

Según Medina et al. (2023), la encuesta es un instrumento esencial para la recolección de información, cuyo propósito principal es evidenciar las correlaciones entre las variables planteadas en las hipótesis de investigación. Cuando se aplica mediante un diseño metodológico riguroso y estructurado, permite obtener datos confiables que facilitan un análisis cuantitativo detallado. La validez y precisión de los resultados dependen de la planificación sistemática del proceso de recolección de datos, lo que convierte a la encuesta en una herramienta indispensable para la investigación científica, asegurando que la información recopilada sea relevante y útil para el estudio.

Se realizó encuestas a tres grupos diferentes de personas a visitantes, habitantes, y autoridades mediante un banco de preguntas de 17 preguntas permitiendo conocer las preferencias, datos, lo que facilito la definición del producto turístico gastronómicos. *Ver apéndice 4*

7.13. Población y muestra

Una vez que se ha definido el problema o tema de investigación y se han elaborado los objetivos, la justificación, el marco teórico, las hipótesis o preguntas de investigación, así como el diseño metodológico, es fundamental concretar la población o muestra. Utilizando técnicas estadísticas, se selecciona una parte representativa de la población o universo para llevar a cabo la investigación, lo que permitirá identificar quiénes serán los sujetos de estudio y cuáles serán sus características, tal como enfatizan Arias et al. (2016).

Para la realización de las encuestas, se consideró que, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) 2022, el cantón cuenta con una población de 21.867 habitantes. Además, se tomó en cuenta que, según la revisión bibliográfica, aproximadamente 385 turistas visitan el cantón, de acuerdo con Bautista (2021). Esta información es crucial para establecer un enfoque adecuado en la recolección de datos durante el estudio.

7.14. Fórmula para determinar la muestra:

Cálculo de la muestra de habitantes y los visitantes

$$\begin{aligned}
 & \frac{(N * z^2 * p * q)}{(N - 1) + z^2 * p * q)} \\
 & \frac{867 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(867 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5)} \\
 & \frac{867 * 3.8416 * 0.25}{21.866 + 3.8416 * 0.25)} \\
 & \frac{21,001.87}{(54.665 + 0.9604)} \\
 & n = \frac{21,001.87}{55,06254} \\
 & 378 \\
 & n = 377.37 =
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 & \frac{\sqrt{z^2 * p * q}}{(l - 1) + z^2 * p * q)} \\
 & \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{- 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5)} \\
 & \frac{3.8416 * 0.25}{384 + 3.8416 * 0.25)} \\
 & \frac{369.754}{.96 + 0.9604)} \\
 & \frac{369.754}{1.9204} \\
 & n = 192.54 = 193
 \end{aligned}$$

Habitantes	Visitantes
378	193
TOTAL	571

Nota: Elaboración propia.

Fuente: Bautista (2021) e Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022).

7.15. Instrumentos

Se llevó a cabo una revisión de artículos científicos, tesis y Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOTS) para recopilar información relevante que sirviera de base en el diseño del producto gastronómico. Esta revisión permitió asegurar que el desarrollo del producto se fundamentara en datos sólidos y actualizados.

7.16. Catastro

Se empleó esta herramienta para recopilar información sobre los establecimientos de alimentos y bebidas presentes en el cantón Pangua. Esta recopilación de datos fue fundamental

para comprender la oferta gastronómica local y facilitar el análisis del contexto en el que se desarrollará el producto gastronómico.

7.17. Objetivo 3

7.18. Diseñar un producto turístico gastronómico para el cantón Pangua que promueva el desarrollo local

7.18.1. Método inductivo

Las conclusiones derivadas del razonamiento deductivo son consideradas verdaderas. En la Edad Media, las premisas válidas a menudo eran reemplazadas por dogmas y creencias, lo que conducía a conclusiones inválidas. Francis Bacon (1561-1626) fue pionero en proponer un nuevo método de adquisición de conocimientos, argumentando que los pensadores no debían aceptar ciegamente las verdades impuestas por las autoridades Universidad de Valencia (2020). Este enfoque permitió realizar salidas de campo para recopilar información sobre la gastronomía y la oferta local, facilitando así el diseño de un producto turístico gastronómico. La metodología adoptada se basa en la observación y la experiencia directa, asegurando que el desarrollo del producto esté fundamentado en datos empíricos relevantes.

Técnicas

7.19. Diseño de productos

El diseño de productos es un proceso crucial, aunque muchas personas ajenas al sector desconocen las múltiples tareas que implica. Para introducir un producto en el mercado, es fundamental tener una idea inicial, conceptualizarla y realizar pruebas, repitiendo estos pasos hasta lograr su perfección. Esto asegura que el producto esté listo para ser adquirido y utilizado por el público, tal como argumentan Solfa et al. (2020). Este enfoque metódico permite que el desarrollo del producto se ajuste a las necesidades del mercado y garantice su viabilidad comercial.

Dentro del cantón se diseñará un producto turístico gastronómico basado al producto principal la caña de azúcar, para visitantes que sean innovadores.

Instrumentos

7.20. Manual para organizadores de ferias (PROMOCAP)

El "Manual para organizadores de ferias" es un documento diseñado para mejorar la toma de decisiones en la realización de ferias. Este manual proporciona un plan estandarizado que abarca todas las fases del evento, incluyendo la planificación, organización, ejecución y evaluación. Facilita la definición de objetivos, la recopilación de información y el establecimiento de pasos claros para una gestión efectiva, según la Plataforma Representativa Estatal de Discapacidades Físicos (2008).

Para esta investigación, se ha optado por una feria basada en la metodología PROMOCAP, que consta de tres etapas detalladas a continuación. La primera etapa es la Preferia, que se centra en la planificación y organización. En esta fase, se designan actividades específicas al equipo de trabajo y se requiere un grupo organizado con comisiones. Además, es fundamental realizar una planificación adecuada que contemple los criterios y recursos necesarios para llevar a cabo la feria de manera efectiva. Las siguientes etapas incluyen la ejecución y la evaluación del evento.

Se planifico reuniones con los miembros con el GAD Municipal de Pangua con la asociación de cañicultores "ASOCAD" para definir las actividades que se realizaran en la feria denominado "El mundo de la Caña". Se estableció los siguientes aspectos

- a) Se eligió la directiva que representara al evento.
- b) Se buscó el lugar óptimo para la realización de la feria
- c) Se planteó la posible fecha para la realización de la feria
- d) Se realizó la coordinación conformada por los delegados quienes coordinarán las actividades pre y post feria.

- e) Se estableció el número de participantes en la feria
- f) Se estableció el instrumento que se utilizará para la inscripción de los participantes
- g) Se estableció los eventos que irán incluidos en la feria como las presentaciones artísticas y danza.
- h) Se estableció los costos para el ingreso a la feria y los costos para los participantes de la feria.
- i) Se generó el presupuesto para la ejecución de la feria
- j) Se determinó los medios digitales por los cuales pueden generar mayor promoción.

El primer paso para considerar es identificar a la persona responsable de la feria. Para ello, se formó un comité de trabajo encargado de la organización del evento.

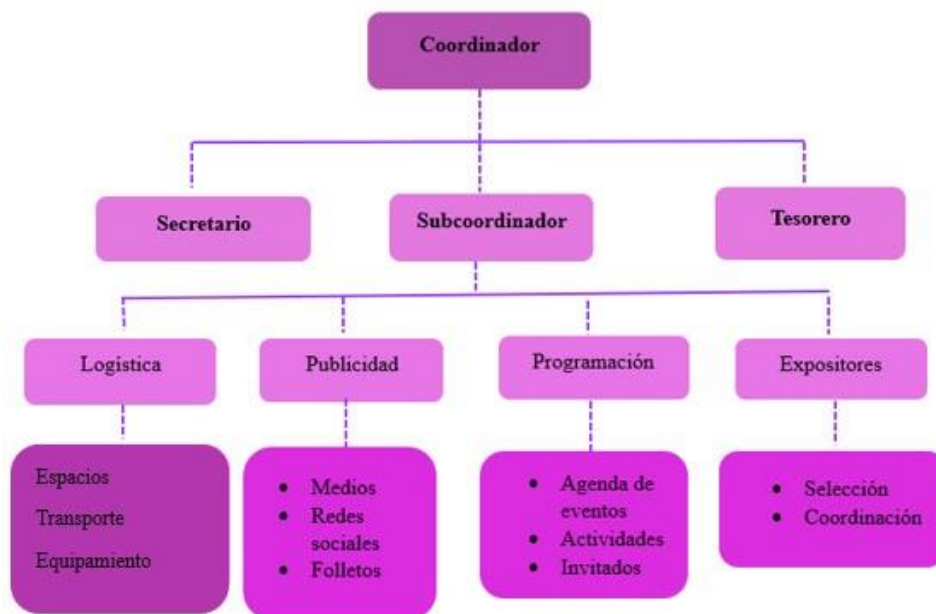


Figura 1.- Diagrama Manual para Organizadores de ferias PROMOCAP

Fuente: Plataforma Representativa Estatal de Discapacidades Físicos (2008).

El comité estará compuesto por delegados encargados de coordinar las actividades previas y posteriores a la feria. Sus funciones son las siguientes:

Coordinador: Lidera el comité y supervisa todas las actividades.

- Supervisa y coordina todas las acciones relacionadas con la feria gastronómica.
- Toma decisiones estratégicas en colaboración con los demás miembros del equipo.
- Establece metas y objetivos para el evento.

Subcoordinador: Asiste al coordinador en sus funciones.

- Apoyar en la planificación y ejecución de las actividades.
- Coordinar con equipos específicos, como logística, publicidad y programación.
- Asegurar que todos los aspectos del evento se realicen según lo previsto.
- Actúa como punto de contacto para participantes y proveedores durante el evento.

Secretario: Se encarga de la documentación y comunicación interna del comité.

- Tomar notas durante las reuniones de planificación y coordinación.
- Mantiene un registro de los acuerdos y decisiones del equipo.
- Gestionar la correspondencia y documentación del evento.
- Ayuda en la preparación de informes post-evento.

Tesorero: Maneja el financiamiento y presupuesto de la feria.

- Gestionar el presupuesto para la feria gastronómica.
- Supervisar los ingresos y gastos del evento.
- Coordinar con proveedores y gestiona pagos.
- Mantener los debidos registros financieros, precios y transportes.

El comité se dividirá en tres áreas principales: logística, publicidad y programación.

Logística: Se encarga de aspectos como el espacio, transporte y equipamiento.

- Coordinar la disposición de mesas, sillas y carpas.

- Gestionar la llegada y salida de participantes y proveedores.
- Supervisar la seguridad y el cumplimiento de regulaciones.
- Coordinar con servicios de emergencia si es necesario.

Publicidad: *Se ocupa de las actividades relacionadas con la promoción del evento, utilizando diversos medios, tanto digitales como tradicionales.*

- Desarrollar estrategias de marketing para promover la feria gastronómica.
- Crear y distribuye material publicitario, como folletos y carteles.
- Gestionar las redes sociales y la presencia en línea del evento.
- Coordinar entrevistas con medios de comunicación y gestiona relaciones públicas.

Programación: *Se encarga de detallar las tareas relacionadas con la planificación de actividades, expositores y coordinación del evento.*

- Organizar la programación del evento, incluidas actividades y demostraciones.
- Coordinar con chefs y expositores para asegurar su participación.
- Gestionar horarios asegurándose de que las actividades se realicen según lo planeado.
- Evaluar y mejorar la programación para futuras ediciones.

Tabla 4. Formato de Organización de la feria del Manual para organizadores de ferias

(PROMOCAP)

Nombre de la feria	Nombre específico que identifique
Logotipo o marca	Logotipo
Fecha de realización	Definir fecha en base a planificación y evaluación previa.

Público objetivo	Ofertantes (emprendedores, restaurantes, alojamientos, cafeterías) Demandantes (turistas, habitantes)
Lineamientos	<ul style="list-style-type: none"> • Localización • Facilidad de acceso • Medidas de seguridad • Iluminación natural y artificial • Ventilación adecuada • Decoración • Acústica • Ambiente general • Servicios sanitarios • Espacios para espectáculos recreativos y promoción cultural y artística • Área de estacionamiento • Zona de recreación • Suministro de agua potable • Mapeo de diversas áreas
Lugar (recinto ferial)	La selección de la sede es el primer aspecto que se debe considerar al organizar el evento.
Stands	El lugar debe ser apropiado para facilitar la distribución del espacio de exhibición.
La inscripción	Se deben registrar en la ficha de inscripción
Lanzamiento de la feria	Antes de llevar a cabo la feria, es necesario realizar uno o varios lanzamientos.

Nota: Manual para Organizadores de ferias PROMOCAP, Elaboración propia

Segunda Etapa: Ejecución de la feria (desarrollo del evento)

La ejecución de la feria se basa en la planificación previamente aprobada, que coordina las actividades a realizar para garantizar el éxito del evento. Estas actividades abarcan desde la inauguración de la feria, pasando por diversas acciones de promoción, hasta el monitoreo

continuo de las actividades y su posterior clausura. Cada una de estas etapas es esencial para asegurar que se cumplan los objetivos establecidos y se brinde una experiencia satisfactoria a los participantes y asistentes. ○ Realización de la inauguración en el lugar establecido a cargo de las autoridades del

Cantón y presidente de la feria.

- Estará una mesa principal donde estarán las autoridades, directivos de la asociación.
- Presentación del orden del día. ○ Cortar la cinta que indica que el recinto ferial está abierto al público.

Monitoreo de las actividades

Herramienta para el monitoreo

Durante la feria, se implementará una estrategia que facilite el control del ingreso del público, así como la recolección de opiniones de los visitantes sobre el producto, el servicio al cliente y los servicios ofrecidos en el evento.

Día:		Hora:	
Procedencia:	Local	Regional	
Edad:			
Sexo:	F	M	

Qué tipo de servicio o producto demanda:		
Encontró lo que buscaba:	Si	No
Como le pareció la feria:	Excelente	Buena
Regular	Puede mejorar	
Aspectos positivos:		
Aspectos negativos:		
Principales sugerencias a los organizadores de la feria:		

Tabla 5. Instrumento para el monitoreo.

Nota: Elaboración propia.

Tercera Etapa: Post-feria (evaluación y monitoreo)

Después de la ejecución de la feria, se evalúan las metas establecidas en la planificación, en colaboración con los participantes. Se monitorea el impacto y los resultados obtenidos, lo que implica llevar a cabo el proceso de desmontaje, realizar un balance general, elaborar memorias del evento y utilizar instrumentos para evaluar la feria. Esta etapa es crucial para analizar los logros alcanzados y determinar áreas de mejora para futuros eventos, asegurando así un aprendizaje continuo en la organización de ferias.

Desmontaje

La comisión de logística asume la responsabilidad del desmontaje de los stands, asegurando la devolución de la cancha múltiple a su estado original. El procedimiento implica una revisión exhaustiva para identificar cualquier daño o alteración, comprometiéndose a subsanar cualquier anomalía detectada. Paralelamente, se llevará a cabo un inventario detallado de todos los materiales empleados, clasificándolos y almacenándolos de manera adecuada. Este

meticuloso proceso garantiza la preservación de los recursos, facilitando su reutilización en futuros eventos y optimizando la eficiencia en la gestión logística.

Balance general

El comité de finanzas tiene la responsabilidad de elaborar todos los documentos contables necesarios para la realización del balance. Esta comisión se encargará de redactar un informe que incluya el balance, así como las conclusiones y recomendaciones pertinentes. Además, deberá comunicar a los patrocinadores los resultados financieros obtenidos durante la feria. Este proceso no solo asegura la transparencia en la gestión financiera, sino que también proporciona información valiosa que puede influir en futuras decisiones y en la relación con los patrocinadores involucrados.

Instrumento para evaluar el impacto

Los puntos de vista se evaluarán en tres áreas distintas: la perspectiva de los visitantes, la de los participantes y la de los organizadores. Para llevar a cabo esta evaluación, se utilizarán instrumentos de encuestas diseñados específicamente para recopilar información relevante de cada grupo. Este enfoque permitirá obtener una visión integral de las experiencias y percepciones de todos los involucrados, facilitando un análisis comparativo que enriquecerá la comprensión del evento y contribuirá a la mejora continua en futuras ediciones.

Tabla 6. Instrumento para evaluar el impacto.

Día:	Hora:	
Lugar de procedencia		
Edad:	Sexo:	
Qué tipo de servicio o producto ofrece:		
Vendió la cantidad esperada:	Si	No

Cuantos negocios realizo:		
Mencione cuanto vendió durante su permanencia En la feria.		
Volvería a participar en una feria	Si	No

Nota: Elaboración propia

Monitoreo de los resultados

En primer lugar, se analiza el crecimiento económico de los stands participantes, evaluando su desempeño financiero y comercial. En segundo lugar, se centra en el ámbito local, observando el desarrollo del sector productivo y el impacto que ha generado en la comunidad. Este enfoque dual permite obtener una comprensión más completa de los efectos del evento, tanto a nivel individual como colectivo, proporcionando información valiosa para futuras investigaciones y mejoras en la organización de eventos similares.

Análisis y Discusión de Resultados

Objetivo 1

7.21. Diagnóstico situacional del área de estudio

El Cantón Pangua, ubicado en la provincia de Cotopaxi, deriva su nombre de la cultura Cayapa, específicamente del término "Panguapi", que se traduce como "Agua Nueva". Esta información se encuentra en la página oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pangua (2024). Además, el cantón es conocido como el "Paraíso Escondido de Cotopaxi". Su rica biodiversidad y producción agrícola contribuyen a su identidad cultural, destacando la hospitalidad y el trabajo de su población, que ha forjado un fuerte sentido de comunidad y pertenencia.

Figura 2.- *Diagnóstico situacional del área de estudio*



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pangua (2024).

Tabla 7. Datos Generales

CANTÓN PANGUA	
Cabecera Provincial	Cotopaxi
Cantón	Pangua
Límites	Norte: La Maná, Píñalo, Pujilí, Sur: con el río Piñanatug que divide a la Provincia de Cotopaxi con Bolívar Este: Angamarca, Pujilí Oeste: Quinsaloma, Ventanas, Quevedo
Cabecera cantonal	El Corazón
Fecha de creación	01 de junio 1938
Extensión	71956.90 hectáreas
Altitud	Entre los 100 y 3600 MSNM
Superficie	723 km ²
Temperatura	15° y 20°
Presión anual	De 1.000 a 3.500 mm/año
Clima	Subtropical
División política	Parroquias urbanas: El Corazón
Parroquias del cantón Pangua	Parroquias rurales: Moraspungo, Pinllopata y Ramón Campaña
Comunidades	117 comunidades

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pangua (2024)

El cantón se encuentra situado en el suroccidente de la provincia de Cotopaxi, en la vertiente occidental de la Cordillera de los Andes. Su ubicación estratégica lo convierte en una zona de transición entre las regiones de la Sierra y la Costa, lo que se refleja en su clima variado, su diversidad agrícola y su rica gastronomía.

Con una extensión de 723 km², el cantón está dividido en cuatro parroquias principales: El Corazón, que funciona como cabecera cantonal, Moraspungo, Ramón Campaña y Pinllopata. Sus límites geográficos están claramente definidos: al norte limita con La Maná, al sur con Guaranda, perteneciente a la provincia de Bolívar, al este con Pujilí y al oeste con Quinsaloma, que forma parte de la provincia de Los Ríos, según información proporcionada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pangua (2024).

Población

Según el censo de población y vivienda del INEC en 2010, el cantón Pangua cuenta con un total de 21,867 habitantes. Los datos demográficos, desglosados por género, se presentan en un cuadro específico. Esta información censal proporciona una visión general de la población del cantón, sirviendo como base para análisis socioeconómicos y planificación de políticas públicas. La distribución por género ofrece una perspectiva adicional para comprender la composición demográfica.

Tabla 8. Número de Población

Género	Número	Porcentaje
Masculino	10.926	50,0%
Femenino	10.941	50,0%
Total	21.867	100%

Nota: Elaboración propia

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022)

7.22. Diagnóstico Económico

La economía del cantón Pangua se basa principalmente en la agricultura, con cultivos destacados como caña de azúcar, cacao, banano y frijol. Además, la ganadería y la producción de lácteos son relevantes, aunque en menor medida que la agricultura. También se están

desarrollando actividades turísticas emergentes que incluyen servicios de alojamiento, alimentación y transporte, según Guerrón (2021).

Los cultivos en Pangua son de alta calidad, gracias a sus suelos fértiles y un clima que favorece la producción, dado que la región combina características de las áreas de Sierra y Costa. Los productos agrícolas se comercializan en mercados de ciudades importantes como Quito y Guayaquil, así como en localidades cercanas como Quevedo, Latacunga y Ambato.

La agricultura representa una fuente crucial de ingresos para los habitantes del cantón. Entre los productos cultivados se encuentran arroz, arveja, plátano, café y naranja. En particular, en la parroquia de Pinllopata se produce principalmente frijol y mora; mientras que Ramón Campaña se especializa en la producción de aguardiente y panela. Por su parte, El Corazón y Moraspungo son conocidos por sus cultivos de plátano y cacao, fundamentales para la gastronomía local y la demanda externa. Esta diversidad agrícola no solo sustenta la economía local, sino que también contribuye a la identidad cultural del cantón, tal como lo señala el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pangua (2024).

7.23. Autodefinition

De acuerdo con los datos del Censo de Población y Vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022), el 84,22% de la población del cantón Pangua se identifica como mestiza. En contraste, solo el 7,20% se considera indígena, el 6,20% montubio, el 1,22% blanco y el 1,16% afroecuatoriano. Esta distribución étnica refleja la diversidad cultural de la región y proporciona información valiosa para el análisis socioeconómico y la planificación de políticas públicas que aborden las necesidades de cada grupo dentro de la comunidad.

Tabla 9. Autodefinition

Descripción	Total %
Indígena	7,20%
Afroecuatoriano	1.16%
Montubio	6,20%

Mestizo	84,22%
Blanco	1,22%
Total	100%

Nota: Elaboración propia

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022).

7.24. Educación

7.24.1. Centros educativos

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pangua (2024), el cantón dispone de 72 centros educativos distribuidos en sus cuatro parroquias, donde se imparte principalmente educación básica. Aunque existen algunas instituciones que ofrecen bachillerato, la mayoría de las escuelas se enfocan en niveles inferiores. En las parroquias de El Corazón y Moraspungo se concentra un mayor número de instituciones, pero el nivel educativo más alto disponible es el básico superior y bachillerato. No se encuentran instituciones que ofrezcan educación de tercer nivel, ya sea técnica o tecnológica, lo que limita las opciones educativas para los habitantes del cantón.

7.25. Nivel de instrucción

El Censo de Población y Vivienda de 2024 revela que el nivel educativo más alto alcanzado por la población del cantón Pangua es el primario, con un 53,15% de habitantes que al menos completaron la escuela. La asistencia a niveles educativos superiores es significativamente menor, con solo un 9,10% alcanzando el tercer nivel, y apenas un 0,35% con estudios de posgrado. Estos datos reflejan un bajo nivel de profesionalización o tecnificación en el cantón, lo que sugiere la necesidad de fortalecer las oportunidades educativas a niveles más altos para impulsar el desarrollo económico y social de la región.

Tabla 10. Nivel de Instrucción

Nivel de instrucción	Total
----------------------	-------

Ninguno	11,9%
Alfabetización	1,25%
Educación Básica	53,15%
Bachillerato	23,9%
Postbachillerato	0,35%
Educación Superior	9,10%
Postgrado	0,35%
Total	100%

Nota: Elaboración propia

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022).

7.26. Bienes inmateriales

Tabla 11. *Festividades del cantón*

N°	Fecha	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo
1	1 de junio	Cantonización de cantón Pangua	Atractivo Cultural	Patrimonio cultural y popular	Celebraciones religiosas, tradiciones y creencias populares
2	10 de agosto	Reencuentro Panguense	Atractivo Cultural	Patrimonio cultural y popular	Celebraciones religiosas, tradiciones y creencias populares
3	2 de febrero	Carnaval El Corazón	Atractivo Cultural	Patrimonio cultural y popular	Celebraciones religiosas, tradiciones y creencias populares
4	Varia las fechas	Carnaval de Moraspungo	Atractivo Cultural	Patrimonio cultural y popular	Celebraciones religiosas, tradiciones y creencias populares
5	23 y 24 de septiembre	Festividades en honor a la Virgen de Las Mercedes	Atractivo Cultural	Patrimonio cultural y popular	Celebraciones religiosas, tradiciones y creencias populares
6	2 de septiembre	Parroquialización de Pinllopata	Atractivo Cultural	Patrimonio cultural y popular	Celebraciones religiosas, tradiciones y creencias populares
7	2 de noviembre	Festividades en Honor al Divino Niño	Atractivo Cultural	Patrimonio cultural y popular	Celebraciones religiosas, tradiciones y creencias populares
8	31 de mayo	Parroquialización de Ramón Campaña	Atractivo Cultural	Patrimonio cultural y popular	Celebraciones religiosas, tradiciones y creencias populares
9	30 de junio	Parroquialización de Moraspungo	Atractivo Cultural	Patrimonio cultural y popular	Celebraciones religiosas, tradiciones y creencias populares
10	27 de mayo	Caminata en honor a la Virgen de Pihuapungo	Atractivo Cultural	Patrimonio cultural y popular	Celebraciones religiosas, tradiciones y creencias populares

Nota: Elaborado por Johana Illanes, *Fuente:* (Flores, 2024)

Alojamiento

En el cantón Pangua en cuanto deal servicio de alojamiento y según el catastro (2024) consta de 4 establecimientos los cuales están clasificadas en hoteles, hostales.

Tabla 12. Alojamiento

N °	Nombre	Lugar	Plazas	Catastro
1	Hotel Carrillo	El Corazón	60	Si
2	Hotel Cotopaxi	El Corazón	60	No
3	Hostal Aromaco	Moraspungo	50	Si
4	Hotel Costa Cálida	Moraspungo	80	No

Nota: Información obtenida de Fuente:(Catastro 2024)

7.27. Establecimientos de Alimentos y bebidas

Tabla

13. Clasificación de Alimentos y Bebidas

Clasificación	Total
Restaurantes	12
Paraderos	2
Fast Food	1
Cafetería	1
Total	16

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo con el catastro actualizado proporcionado por el GAD Municipal de Pangua, existen 16 establecimientos dedicados a la venta de alimentos y bebidas. De estos, 12 son restaurantes, uno es una cafetería, otro es un local de comida rápida y hay dos paraderos.

Tabla 14. Establecimientos de alimentos y bebidas

N °	Nombre	Clasificación	Plazas	Registradas en el catastro
1	Pollo sabrosón	Restaurante	35	Si
2	Cuatro esquinas	Restaurante	60	No
3	Restaurant Elita	Restaurante	30	No
4	La casona	Restaurante	50	No
5	El dolarizó de Ronaldito	Restaurante	40	No
6	Restaurant La Favela	Restaurante	50	Si
7	Restaurant Challi	Restaurante	60	No
8	Restaurant Aromaco	Restaurante	20	No
9	Restaurant Rocío	Restaurante	20	No
10	Restaurant Foraster.Jr	Restaurante	35	No
11	Restaurant Dock Mar	Restaurante	30	No
12	Restaurant Manabita	Restaurante	30	No
13	Comedor Rosita	Paradero	20	No
14	Paradero Victoria	Paradero	15	No
15	Cafetería El Panguense	Cafetería	25	No
16	La carreta del gordo	fast food	40	No

Nota: Elaboración propia. Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de

Pangua (2024)

7.28. Gastronomía

7.28.1. Historia de la gastronomía de Pangua.

De acuerdo con Chango (2022), la historia gastronómica preincaica del cantón Pangua tiene sus raíces en las diversas culturas que habitaron la región, los primeros pobladores fueron de origen chibcha, seguidos por migraciones de grupos como los cayapas, colorados, atacameños y quijos, quienes establecieron importantes cacicazgos en la zona, incluyendo Tacunga, Mullí Ambato, Píllaro y Quisapincha. Las prácticas alimentarias de estas civilizaciones se caracterizaban por su moderación, aunque destaca el consumo significativo de chicha, una bebida fermentada a base de maíz, particularmente en los recintos incaicos, una costumbre notable de la nobleza inca era la preservación de los restos de sus banquetes, los

cuales eran almacenados en cofres y posteriormente incinerados, siguiendo la creencia de su utilidad en la vida después de la muerte.

Guerrón (2021) destaca que la base alimentaria de las civilizaciones andinas se centraba en el maíz y la papa, complementándose con otros alimentos como ocas, yuca, charqui, pescado y ají. La quinua, conocida como "Madre Grano", tenía un lugar destacado en la dieta de estas culturas. Hallazgos arqueológicos en momias de hace cinco mil años evidencian la presencia de este cereal junto con fréjol, papa y maíz, similar a lo que se observa en las culturas Maya y Azteca.

Las técnicas de preservación y preparación de alimentos desarrolladas por los pueblos andinos prehispánicos reflejaban un notable ingenio. Estos métodos incluían deshidratación, cocción, tostado, molienda para obtener harinas y fermentación para producir bebidas como la chicha. Asimismo, utilizaban técnicas culinarias distintivas como la cocción con piedras calientes y el envolvimiento de alimentos en hojas. Estas prácticas no solo enriquecieron su dieta, sino que también reflejan una profunda conexión con su entorno y tradiciones culinarias, como señalan Tamayo et al. (2024).

7.28.2. Gastronomía actual del cantón Pangua

La gastronomía ecuatoriana contemporánea es el resultado de una rica fusión de ingredientes y tradiciones de diversos continentes, combinados con el buen gusto popular. Ecuador se divide en cuatro regiones: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, cada una de las cuales ofrece una amplia variedad de productos agrícolas y ganaderos que permiten la creación de platos autóctonos únicos. La cocina ecuatoriana destaca por el uso de especias como ají, cilantro, perejil y canela, entre otras.

En el cantón Pangua, el suelo fértil y el clima favorable favorecen el cultivo de diversos productos, como cacao, caña de azúcar, plátano, mora, fréjol, maíz y trigo. Estos cultivos son

fundamentales para la economía local y contribuyen significativamente al poder adquisitivo de sus habitantes. La diversidad agrícola de la región no solo enriquece la oferta gastronómica, sino que también refuerza la identidad cultural del cantón, tal como señala S. Arias (2021).

La gastronomía actual del cantón Pangua refleja una fusión de tradiciones culinarias compartidas con otras provincias ecuatorianas, caracterizándose por su diversidad y riqueza. Si bien algunos productos se han adaptado a los procesos de industrialización contemporáneos, la esencia de su cocina tradicional se mantiene viva. Esto se observa claramente en el mercado de El Corazón, donde se ofrece una amplia variedad de platos tradicionales, como caldo de gallina, caldo de patas, arroz de cebada y diferentes tipos de locros, incluyendo el de papas y el elaborado con cueros y menudencias. Estos platillos son fundamentales en la dieta de las familias campesinas que visitan el mercado.

El cantón Pangua ofrece una variedad de bebidas tradicionales que son tanto refrescantes como nutritivas. Entre las opciones más destacadas se encuentran los jugos naturales de mora y el té de naranja endulzado con panela. Una especialidad local es la colada de dulce, conocida como "desabrido", que, aunque originalmente no contiene azúcar, se endulza con panela, un producto que no solo es más económico, sino que también representa una fuente importante de ingresos para muchas familias productoras de la región. Además, la riqueza culinaria de Pangua incluye platos como el sancocho de mondongo (tripas de borrego), tilapia frita y productos derivados de la caña de azúcar, como la panela y el guarapo, según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pangua (2024).

7.29. Gastronomía del Cantón Pangua Tabla

15. Inventario de la gastronomía

N°	Platos	Bebidas
-----------	---------------	----------------

1 Caldo de Campeche



Elaboración de aguardiente

2 Caldo de gallina



3 Arroz con menestra y carne frita



4 Sancocho de tripas de borrego



5 Fritada



6 Hornado



7 Caldo de bola de verde



8 Elaboración de panela



Nota: Elaboración propia

7.30. Atractivos Turísticos del cantón Pangua

Pangua, conocido como un "paraíso escondido", cuenta con atractivos turísticos tanto naturales como culturales, que representan un importante potencial turístico para la parroquia. Estos encantos logran atraer a turistas locales y extranjeros, contribuyendo al desarrollo del sector turístico en la región.

Tabla 16. Tabla Resumen de los Atractivos Turísticos naturales y culturales

Clasificación	Total
Natural	10
Cultural	17
Total	27

Nota: Elaboración propia

Tabla 17. Atractivos Turísticos Naturales y Culturales

N°	Atractivos	Tipo	Subtipo
----	------------	------	---------

1	Iglesia Matriz Sagrado Corazón de Jesús	Cultural	Histórico Religioso
2	Angamarca la vieja	Cultural	Arquitectura
3	Carnaval de Moraspungo	Cultural	Acontecimientos programados
4	Caminata y Gruta de la Virgen Dolosa	Cultural	Histórica Religiosa
5	Cerro Calope	Natural	Bosque
6	El churo pucara	Cultural	Arquitectura
7	Piedra de la cruz	Cultural	Arquitectura
8	Poza Azul	Natural	Ríos
9	Tolas de Sicoto	Cultural	Arquitectura
10	Rancho escondido	Natural	Realizaciones Técnicas y Científicas
11	Fiestas del Reencuentro Panguense	Cultural	Eventos artísticos
12	Preparación de cócteles y aguardiente	Cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas
13	Las pozas del puente Guapara	Natural	Ríos
14	Puente Natural Pihuapungo	Cultural	Fenómenos Geológicos
15	Puente Natural Tabla Rumi	Cultural	Fenómenos Geológicos
16	Parroquialización de Pinllopata	Cultural	Acontecimientos programados
17	Árbol de la roca	Naturales	Fenómenos geológicos
18	Parroquialización de Ramón Campaña	Cultural	Acontecimientos programados
19	Cascada la Palma	Natural	Ríos
20	Parroquialización de Moraspungo	Cultural	Acontecimientos Programa
21	Complejo Turístico Maravillas de Calope	Cultural	Arquitectura
22	Jardines de flores Ornamentales "Perlita"	Cultural	Realizaciones técnicas y Científicas
23	Cerro sagrado de Copal	Natural	Arquitectura
24	Cascada de Guaparita	Natural	Río
25	Bosque la Mariela	Natural	Bosque
26	Cascada el Molino	Natural	Río
27	Fiesta de cantonización de Pangua	Cultural	Eventos Artísticos

Nota: Elaboración propia

Los atractivos turísticos, naturales y culturales, del cantón Pangua son accesibles para sus habitantes, así como para visitantes de otras provincias y turistas extranjeros. Cada uno de estos lugares tiene una historia que refleja y forma parte de la identidad de los pangüenses. A lo largo del tiempo, estos atractivos han sido descubiertos, permitiendo conectar la rica historia del cantón Pangua con su realidad actual. Esta conexión no solo enriquece la experiencia de los visitantes, sino que también fortalece el sentido de pertenencia y orgullo entre los residentes locales.

Figura 3.- Mapa Informativo Turístico del Cantón Pangua

7.31. Complejos turísticos



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pangua

Tabla 18. Complejos Turísticos

N °	Complejos turísticos	Lugar	Precio	Plazas
1	El Manantial	Moraspungo	\$1	100
2	Quinta Mateo Rey	Moraspungo	\$2	150

Nota: Elaboración propia en función a información recopilada.

Para la elaboración de las tablas la principal guía fue el castro vigente solicitado a la

Municipalidad del cantón Pangua donde se pudo evidenciar un desorden dentro del documento donde se dificulto poder identificar los establecimientos que aún siguen funcionando puesto que algunos ya dejaron de prestar los servicios y además no se pudo identificar los nombre de cada establecimiento por lo tanto se hace un llamado de atención hacia el departamento de Dirección de avalúos y catastros para que puedan organizar de mejor manera el listado de los establecimientos y demás permisos que otorgan.

Tabla 19. Infraestructura Turística del Cantón Pangua

Clasificación	Total
Atractivos Turísticos	27
Servicios de Alojamiento	4
Servicios de alimentos y bebidas	16
Total	47

Nota: Elaborado por el autor.

Los servicios turísticos inventariados son 47 mientras que los atractivos turísticos inventariados, son 27, además de 4 establecimientos de hotelería y los 16 servicios de gastronomía según el catastro del GAD Municipal en el año 2024.

7.32. Objetivo 2

7.32.1. Establecer características de la oferta y de demanda

7.32.2. OFERTA

La oferta turística consiste en una combinación de servicios y productos destinados a los turistas que desean realizar un viaje. Su principal objetivo es proporcionar al visitante una experiencia única y satisfactoria durante su estancia. Por ello, es fundamental analizarla desde diversas perspectivas, incluyendo la conceptualización por diferentes autores, los elementos que la componen, sus características, clasificaciones y proyecciones. Además, es importante considerar las tendencias actuales de comportamiento en el turismo, tal como señalan Naranjo

& Martínez (2022b). Este análisis permite entender mejor cómo se puede mejorar y adaptar la oferta a las necesidades de los viajeros.

Restaurantes

Según el GAD y el catastro solicitado mediante un oficio al departamento de (catastros y avalúos) se clasificaron cada uno de los lugares que brindan este servicio en el cantón, donde están registrados 50 establecimientos de alimentación, mediante la visita a los diferentes sitios gastronómicos se evidenció que se encuentran en funcionamiento tan solo 16 establecimientos sigue en funcionamiento de los demás registrados en lista ya no existen y solo existe 3 de los 15 registrado en el catastro.

Tabla 20. Cuadro de la gastronomía que ofrecen cada uno en los restaurantes y cafetería

N°	Restaurante	Menú
1	Restaurant “Eventos Cumis”	Platos a la carta Sancocho de pata Secos de pollo
2	Restaurant “Elita Janeth”	Sancocho de tripas de borrego Yaguarlocro
3	Restaurant “4 Esquinas”	Cazuelas de mariscos Caldo de mariscos Encebollados
4	Restaurant “Pollo Sabrosón”	Pollo asado
5	Restaurant “Comedor Rosita”	Fritada
6	Restaurant “Roció”	Hornado
7	Restaurant “Victoria”	Fritada
8	Restaurant “Dock Mar”	Encebollados
9	Restaurant “Dolarazo de Ronaldito	Arroz con menestra Caldo de pata Encebollado
10	Restaurant “La carreta del gordo”	Alitas a la BBQ Papas Hamburguesas Chuleta
11	Restaurant “Challi”	Asados Encebollados
12	Restaurant “Aromaco”	Caldo de gallina Arroz con tilapia frita
13	Restaurant “Foraster. Jr.”	Pollo asado Papas fritas
14	Restaurant “Manabita”	Arroz marinero Encebollados

		Cazuelas
15	Restaurant “La Favela”	Asados Comida a la carta
16	Cafetería El Pínguense	Papas fritas Hamburguesas Alitas a la BBQ Waffles Café/expreso

Nota: Elaboración propia mediante recopilación de datos

Tabla 21. Listado de los restaurantes que ofrecen comida tradicional

N°	Restaurante	Menú
1	Restaurant Aromaco	Caldo de gallina Arroz con tilapia frita
2	Comedor rosita	Fritada
3	Restaurant Roció	Hornado
4	Restaurant Elita Janet	Sancho de tripas de borrego Yaguarlocro
5	Restaurant Victoria	Fritada
6	Restaurant La Casona	Sancocho de pata Secos de gallina

Nota: Elaboración propia a partir de recopilación de datos.

A través del análisis de la información recopilada en campo, se ha determinado que en el cantón Pangua existen 16 restaurantes, de los cuales la mayoría no ofrece gastronomía tradicional. Entre los platos representativos de la región se encuentran el sancocho de tripas de borrego, caldo de campeche, caldo de bolas de verde, fritada y hornado. Sin embargo, muchos de estos platillos han ido desapareciendo con el tiempo, y actualmente solo un restaurante los sirve, específicamente el sancocho, durante la feria dominical en la cabecera cantonal, El Corazón. Los demás establecimientos se enfocan en ofrecer otros tipos de gastronomía que no son propias del cantón.

La investigación revela que ningún restaurante mantiene las costumbres tradicionales en la preparación de los platos, lo que ha llevado a un bajo consumo de la gastronomía local. Sin embargo, las encuestas realizadas indican una preferencia por productos derivados de la caña de azúcar. Esto ha inspirado la iniciativa de crear una feria gastronómica turística centrada en la elaboración del aguardiente y panela, que forman parte de la oferta culinaria del cantón. Dado que este cultivo es común en la región, la propuesta busca compartir los conocimientos tradicionales sobre la producción de todos los derivados de la caña, así como las técnicas utilizadas y las innovaciones implementadas para facilitar el trabajo en este sector.

Tabla 22. Análisis de la entrevista a los establecimientos de Alojamiento

N°	Preguntas	Respuestas
1	<i>¿Cuál fue el motivo para la creación de su establecimiento?</i>	Por la necesidad de brindar hospedaje a las personas que llegaban al cantón crearon este tipo de establecimiento.
2	<i>¿Cuántos años lleva funcionando su establecimiento?</i>	Los años de funcionamiento varían entre los 15 años a 69 años el hotel más antiguo hotel Cotopaxi
3	<i>¿Con cuantas habitaciones dispone el hotel?</i>	Los hoteles cuentan 18 habitaciones entre sencillas, dobles y triples para un total de 35 huéspedes
4	<i>¿Cuáles son los horarios de atención?</i>	Los horarios de atención son las 24 horas
5	<i>¿Cuáles son los servicios con los que cuenta el hotel?</i>	Cuentan con servicios básicos Baños privados Wifi, restaurante, tv cable, ducha de agua caliente, jabón, shampoo, etc.
6	<i>¿El hotel cuenta con un registro de personas que ingresan diariamente?</i>	El registro es obligatorio con la cédula para el ingreso de cada uno de los hoteles
7	<i>¿En qué mes del año hay más afluencia de personas en su hotel?</i>	En el mes de agosto por las festividades del Reencuentro Panguense Y la época de vacaciones de la región sierra
8	<i>¿Qué tipo de visitantes acuden a su establecimiento?</i>	Personas que realizan capacitaciones a las diferentes instituciones del cantón Personas de los países de Italia y de Francia

9	<i>¿Su establecimiento ha obtenido una categoría de 1 o 2 estrellas?</i>	Mencionaron que no tiene estas categorías porque el Ministerio de Turismo les exigen muchos requisitos para ser partícipes de dichas categorías
10	<i>¿Ofrece algún tipo de promoción de su establecimiento?</i>	Mediante las redes sociales promocionan su establecimiento y por la radio Corazón Fm

Nota: Elaboración propia Información obtenida mediante las salidas de campo

Se pude añadir un aspecto importante dado que tanto los habitantes como prestadores de servicios deberían tener un mejor trato hacia las personas que solicita información.

Tabla 23. Entrevista aplicada a los establecimientos de alimentación

N°	Preguntas	Respuestas
1	<i>¿Cuál fue su motivo para la creación de su negocio?</i>	La necesidad de generar ingresos para sus hogares
2	<i>¿Cuántos años lleva elaborando sus productos?</i>	Los años que prestan servicios varían tienen de 10 años a 36 años de servicio al pueblo
3	<i>¿Qué tipos de platos tradicionales y que ingredientes utiliza?</i>	Platos típicos como la fritada, sancocho de tripas de borrego, yaguarlocro, hornado, cuy asado, tilapia, caldo de campeche.
4	<i>¿Usted conoce que platos tradicionales se brindan durante las fiestas en las parroquias del cantón?</i>	Caldo de gallina criolla Secos de gallina Sancocho de tripas de borrego
5	<i>¿Conoce usted si la elaboración de los platos tradicionales se ha modificado o se ha perdido con el pasar de los años?</i>	La preparación de los platos ha cambiado al pasar los años
6	<i>¿Si se creara una feria turística gastronómica desearía ser parte de ella?</i>	Mencionan que, si desearan participar, ya que mencionaron que ellos prestan sus servicios a los visitantes ya que los habitantes del cantón no consumen este tipo de comida típica como la fritada.

7	<i>¿Considera usted que se debe difundir más la gastronomía de Pangua?</i>	Consideran que es importante difundir la gastronomía del cantón esto ayudaría mucho a los establecimientos a mejorar su rentabilidad
8	<i>¿Le gustaría que se impulse el diseño de productos turísticos gastronómicos que aporte a la economía local?</i>	Mencionaron que sí pero, se les preguntó porque no estaban dentro del catastro entonces mencionaron que para lo poco que venden el día a día no les sale para pagar altos precios que implica estar dentro del catastro

Nota: Elaborado por Johana Illanes Información obtenida durante las salidas de campo.

El análisis de las entrevistas realizadas revela que los proveedores de servicios en el cantón no están adecuadamente preparados para recibir visitantes ni ofrecer un servicio de calidad. Además, se observa una resistencia a realizar cambios en sus establecimientos, ya que no están dispuestos a invertir en mejorar las condiciones de sus hoteles y restaurantes. Esta falta de disposición limita la capacidad de atraer y satisfacer a los turistas que visitan la región.

7.33. Demanda

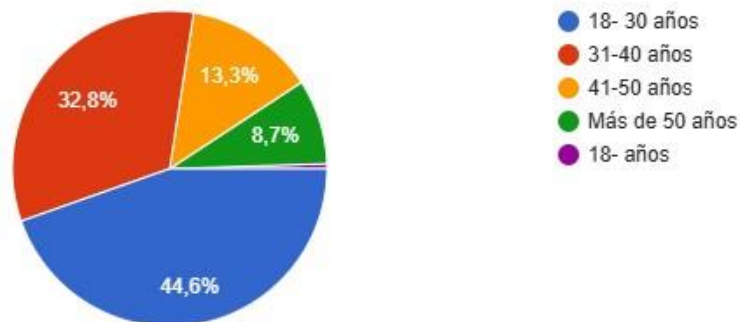
Según el GAD Municipal estas cifras de los turistas no llevan registro, entonces se toma en cuenta según la investigación de Bautista (2021), evidencia que el número de turistas que llegan al cantón son 385 y la cantidad máxima que ha tenido el cantón el año pasado es de 20.000 personas que asistieron a las festividades más grandes que celebra el cantón que es el Reencuentro Panguense siendo el mes de agosto de cada año donde dicha celebración reúne a nativos y extraños.

Encuesta

Las encuestas aplicadas a los turistas que visitan el cantón Pangua proporcionaron una visión integral sobre sus preferencias y experiencias durante su estadía. Los resultados obtenidos ofrecen información valiosa que se utilizó para elaborar el perfil del visitante, lo que permite comprender mejor sus necesidades y expectativas al explorar la región.

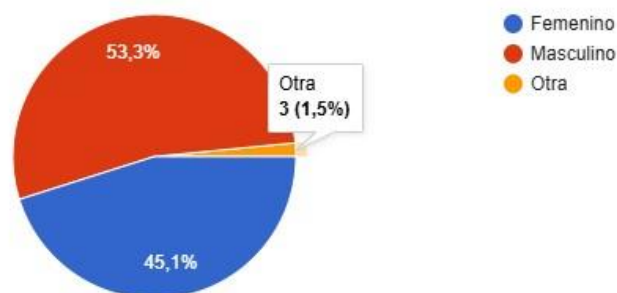
Objetivo: Estimados participantes, esta encuesta tiene como objetivo recopilar información valiosa de los visitantes del cantón Pangua. Sus respuestas serán fundamentales para el diseño de un producto turístico gastronómico que resalte la riqueza culinaria de la región.

Figura 4.- 1. Edad



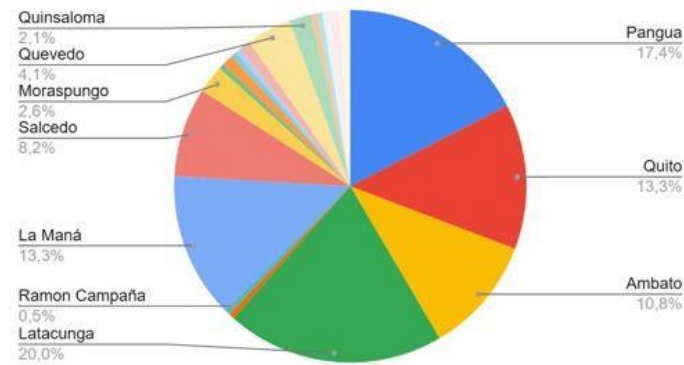
Mediante la encuesta aplicada se determinó el rango de edades obteniendo un 44,6% entre 18 y 30 años luego un 32,8% de las edades entre 31 y 40 años, un 13,3% entre 41 y 50 años, finalmente un 8,7% con las edades más de 50 años

Figura 5.- 2. Género

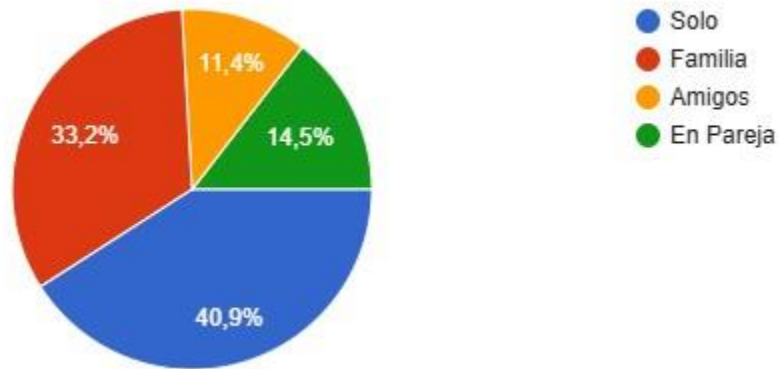


Un 53,3% representa al género masculino, mientras que un 45,1% representa al género femenino y por último un 1,5% a otra.

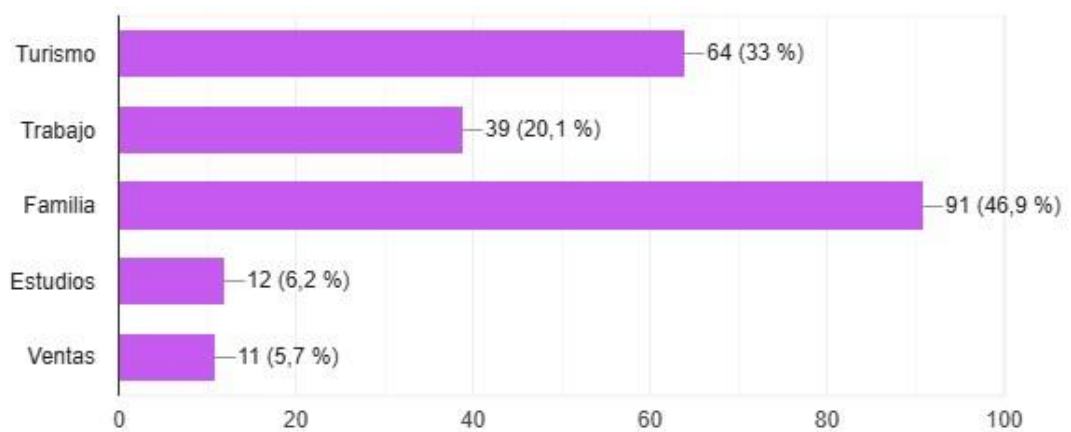
Figura 6.- 3. Lugar de residencia es



En cuanto al lugar de residencia de los visitantes, el 20.0% proviene de la ciudad de Latacunga, el 17.4% del cantón Pangua, el 13.3% de la ciudad de Quito, y otro 13.3% del cantón de La Maná. Un 10.8% de los visitantes reside en la ciudad de Ambato, el 8.2% en el cantón Salcedo, el 4.1% en el cantón Quevedo, el 2.6% en la parroquia de Moraspungo, el 2.1% en el cantón Quinsaloma, y finalmente, el 0.5% en la parroquia de Ramón Campaña.

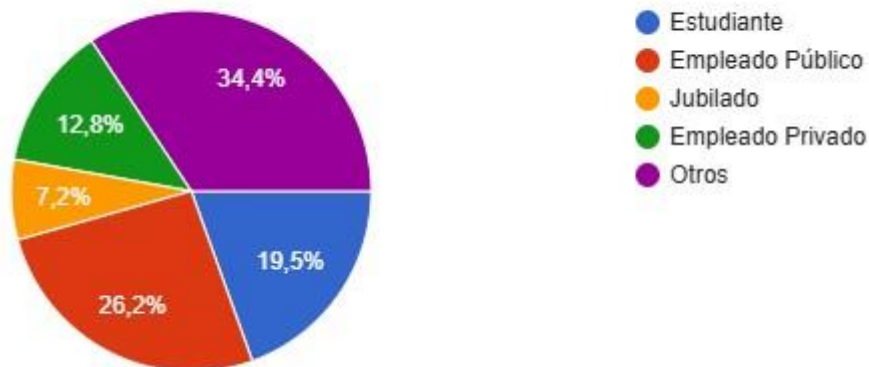
Figura**7.- 4. Con quien visita el cantón**

Con un 40,9% representa a las personas que viajan solos mientras que un 33,2% representa a que viajan junto a su familia; con un 14,5% viajan en pareja y por último un 11,4% viajan con sus amigos.

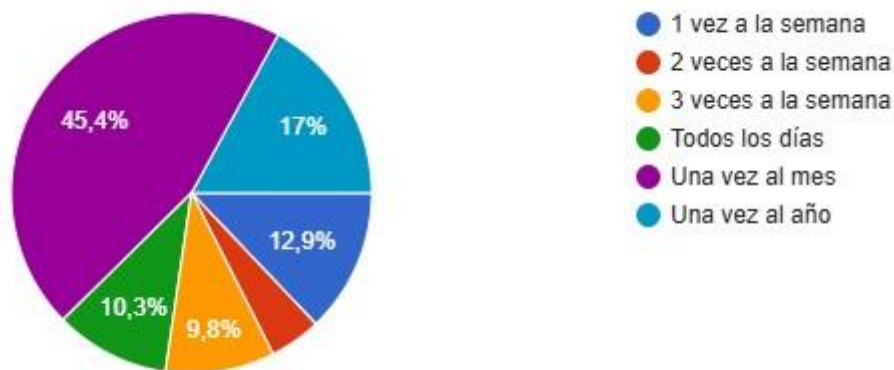
Figura 8.- 5. ¿Por qué usted visita Pangua?

El motivo por el que viajan se representa con un 46,9% viajan por visitar a su familia mientras que con un 33% por turismo con 20,1% por razones de trabajo, con un 6.2% por motivos de estudio y finalmente con el 5,7% por realizar ventas dentro del cantón.

9.- 6. ¿Situación laboral?

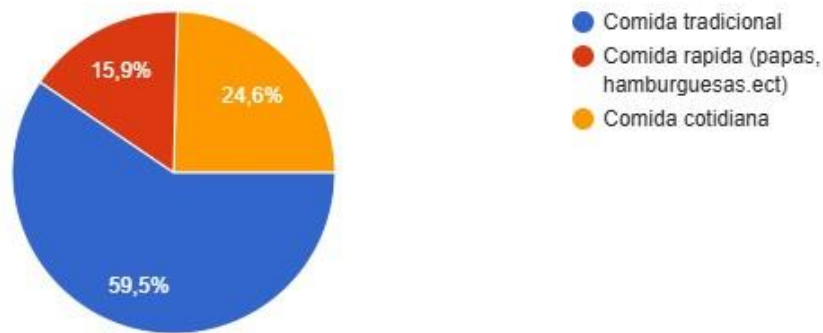
Figura

La situación laboral se determinó con el 34,4% son otros que no se especifica como agricultores, choferes, artesanos, comerciantes, empleadas domésticas etc. El 26,2% representa a los empleados públicos, mientras que el 19,5% representa a los estudiantes; el 12,8% representa a los empleados públicos y finalmente el 7,2% a las personas jubilados.

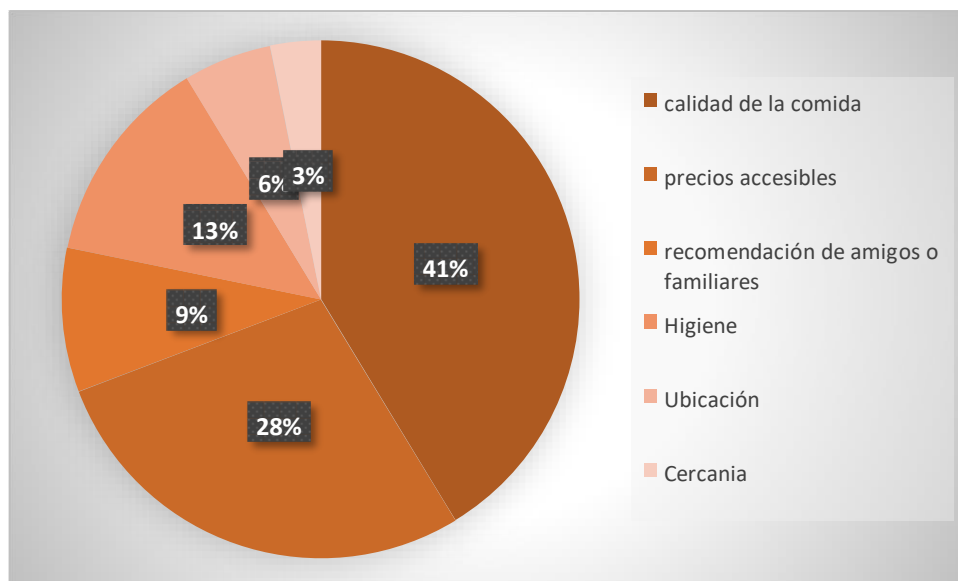
Figura 10.- 7. ¿Qué tan frecuentemente visita restaurantes o ferias en el cantón Pangua?

La frecuencia con la que visitan el cantón representa el 45,4% una vez al mes; el 17% representa una vez al año; el 12,9% representa 1 vez a la semana: el 10,3% representa a todos los días mientras que el 9,8% representa a 3 veces a la semana finalmente el 4,6% representa a 2 veces a la semana.

11.- 8.- ¿Qué comida consume con frecuencia en Pangua?

Figura

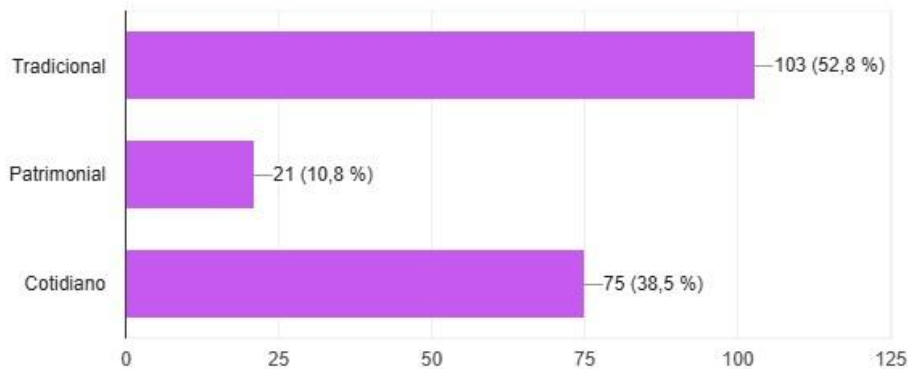
La comida que con frecuencia consumen es la comida tradicional representando el 59,5%; el 24,6% representa a la comida cotidiana y el 15,9% representa a la comida rápida.

Figura 12.- 9. *¿Cuáles son los aspectos que usted considera más relevantes al seleccionar un*

lugar para comer en Pangua?

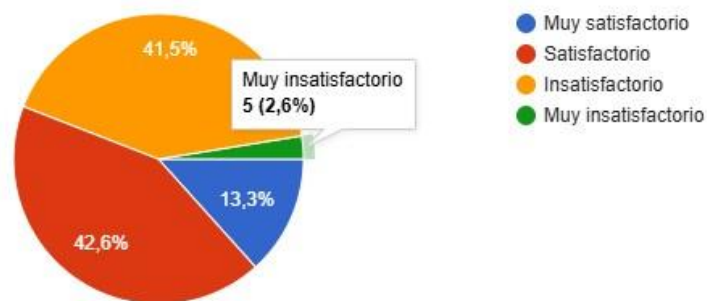
Figura

El aspecto más importante que se consideró mediante la encuesta fue la calidad de la comida con el 72,8% luego esta con el 49,2% el precio accesible; el 23.1% representa el aspecto de la higiene; el 15,9% por recomendación de amigos; el 9,7% por la ubicación y finalmente el 5,6% la su cercanía.

13.- 10. ¿Qué enfoque le gustaría que tuviera un nuevo producto turístico

gastronómico en Pangua?

El enfoque del nuevo producto turístico gastronómico con el 52,8% del resultado es tradicional luego con el 38,5% de la gastronomía cotidiana con el 10,8% patrimonial. **Figura**

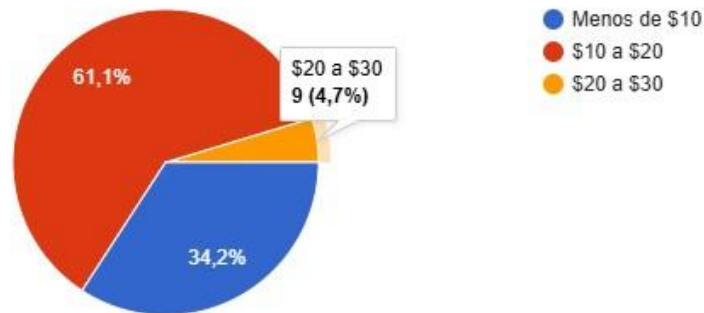
14.- 11. ¿Cree usted que la oferta gastronómica actual del cantón Pangua es

adecuada?

Figura

La oferta gastronómica del cantón es satisfactoria con el 42,6%; mientras que el 41,5% es insatisfactorio; el 13,3% representa a muy satisfactorio finalmente el 2,6% muy insatisfactorio

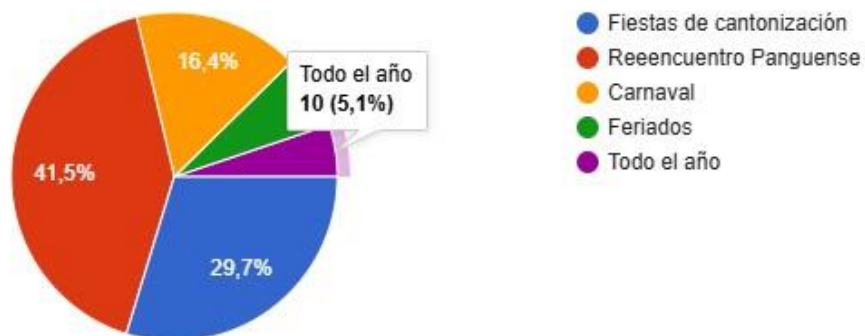
15.- 12. *¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un producto turístico gastronómico en*



Pangua?

El 61.1% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$10 y \$20 por un producto turístico gastronómico; el 34.2% prefiere gastar menos de \$10, mientras que el 4.7% está dispuesto a pagar entre \$20 y \$30.

Figura 16.- 13 *¿Cuál considera que es la mejor temporada del año para disfrutar de una*

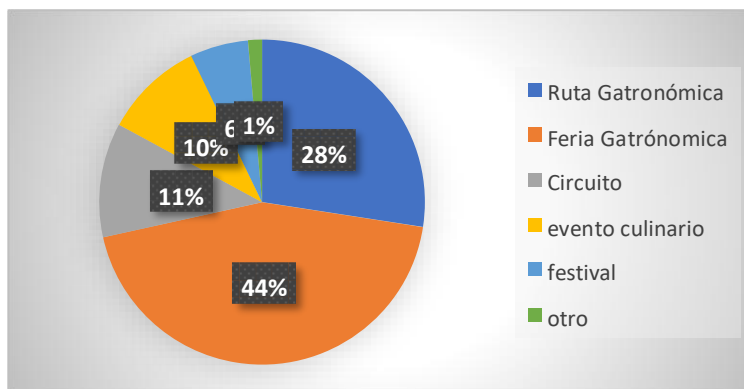


experiencia gastronómica en Pangua?

Figura

La mejor época para disfrutar de experiencias turísticas gastronómicas en el cantón es durante las festividades del Reencuentro Panguense, con un 41.5% de preferencia. Le siguen las fiestas de cantonización con un 29.7%, mientras que un 7.2% prefiere los feriados y un 5.1% considera que se puede disfrutar durante todo el año.

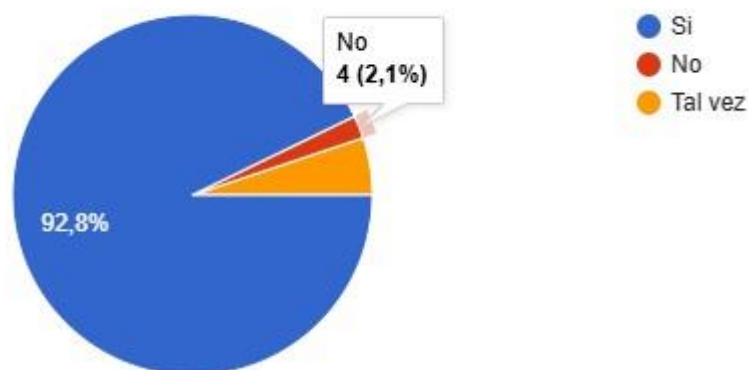
17.- 14. ¿Qué producto turístico gastronómico creería usted que puede ayudar a



mejorar la promoción y difusión de la gastronomía Panguense?

Para determinar el producto turístico gastronómico con el 47,7% se realizará una feria gastronómica; siendo la segunda opción una ruta gastronómica con el 29,7%; con el 12,3% un circuito; con el 10,8% un evento culinario; con el 6,2% un festival; con el 1,5% otro tipo de producto.

Figura 18.- 15. ¿Piensa usted que la creación de un nuevo producto turístico ayudaría a

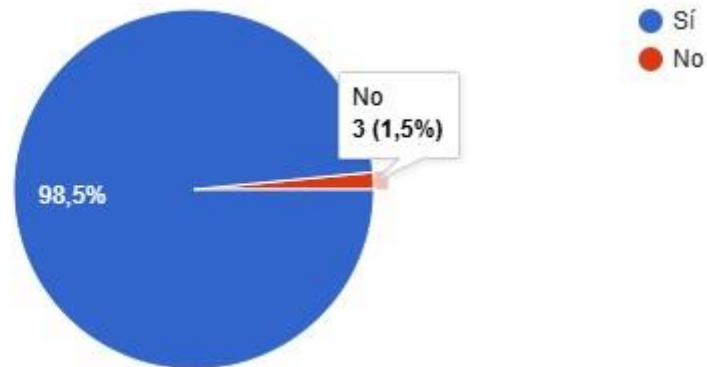


promover la gastronomía de Pangua?

Figura

Con el 92,8% según la encuesta aplicada se determina que si contribuirá a la promoción de la gastronomía del cantón mientras que con el 5,1% tal vez y el 2,1% no.

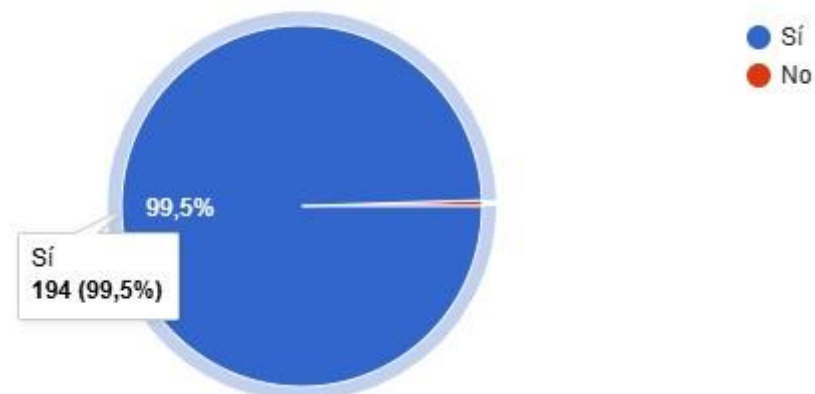
19.- 16. *¿Cree usted que la creación de un nuevo producto turístico ayudaría a*



impulsar la economía del cantón Pangua?

El 98,5% se determina que si contribuirá el nuevo producto a dinamizar la economía del cantón mientras que el 1,5% opinan que no.

Figura 20.- 17. *¿Cree usted que la creación de un nuevo producto turístico ayudaría a*



impulsar la economía del cantón Pangua?

Figura

El 99,5% consideran que si contribuirá al incremento de turistas hacia el cantón mientras que el 5% no.

7.34. Perfil del Visitante

El perfil del turista se elabora a partir de diversas variables: características demográficas, socioeconómicas, motivacionales y preferencias que permiten analizar y comprender mejor los hábitos de consumo, costumbres y preferencias en actividades, así como la disponibilidad económica para gastar. Esta información es esencial para el desarrollo de una feria turística gastronómica dado que el cantón Pangua no recibe turistas, las encuestas revelaron que solo llegan visitantes temporales, quienes acuden al cantón para realizar trámites en el municipio, gestionar asuntos en el distrito de educación, cobrar el bono de desarrollo humano o asistir a la feria dominical. Estos visitantes permanecen en el cantón por pocas horas y no pernoctan como lo harían los turistas.

Tabla 24. Perfil del visitante.

Características demográficas <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Residen de Latacunga, Pangua, Quito, La Mana, Ambato Rango de edad de 18 a 30 años de edad <input type="checkbox"/> La ocupación laboral es de agricultores, artesanos, comerciantes, empleadas domésticas, vendedores ambulantes y estudiantes que realizan prácticas rurales en los centros de salud.
Características socioeconómicas	<input type="checkbox"/> Están dispuestos a gastar por en un producto turístico gastronómico de \$10 a \$20
Características de motivación	<input type="checkbox"/> La mejor época del año para visitar el cantón es durante las festividades del Reencuentro Panguense, que se celebran cada agosto.
Características preferenciales <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Viajan por visitar a su familia Los visitantes viajan solos <input type="checkbox"/> El enfoque del producto turístico gastronómico debe centrarse en productos tradicionales. <input type="checkbox"/> Este producto contribuiría a mejorar la promoción y difusión de la gastronomía a través de una feria turística gastronómica.

Nota: Elaboración propia

Objetivo 3

Diseñar productos turísticos gastronómico para el cantón Pangua con base la gastronomía patrimonial y gastronomía actual

7.34.1. Diseño del producto turísticos

Para el diseño de los productos turísticos gastronómicos, se consideraron los resultados de una encuesta que sugirió la creación de una feria gastronómica durante las festividades de cantonización y una ruta gastronómica operada durante todo el año. Se espera que estas iniciativas contribuyan al desarrollo local al diversificar y promover el turismo. Además, se busca generar ingresos, apoyar a productores locales y emprendedores mediante la promoción de su oferta. También se plantea el desarrollo de infraestructura, invirtiendo en espacios públicos como mercados, vías de acceso y áreas recreativas existentes en el cantón, generando así impactos positivos a través de estos nuevos productos turísticos.

7.34.2. Feria gastronómica en el Cantón Pangua – Ecuador

El diseño de la feria gastronómica se fundamenta en los resultados de la encuesta realizada a turistas y al personal del área de alimentos y bebidas, que indicó que una feria gastronómica sería un producto turístico atractivo. Este plan se elabora siguiendo el manual para organizadores de ferias de Quintero & Carrion (2018), asegurando así una estructura adecuada y efectiva para su implementación.

7.35. Etapa 1: Organización y planificación (Pre- Feria)

En esta fase previa a la realización de la feria, se llevan a cabo diversas actividades para estructurar la organización. Se definen las funciones y responsabilidades de cada comité organizador, así como de los propietarios de los establecimientos de alimentos y bebidas.

a) Grupo de Coordinación

Este grupo debe estar conformado por el departamento de turismo del cantón Pangua, designando un comité para cada área de trabajo. El equipo organizador que supervisará la ejecución de la Feria Gastronómica “El Mundo de la Caña” se presenta a través de un cuadro que detalla las diferentes comisiones, basándose en las actividades planificadas para la feria, asegurando así una coordinación efectiva y un desarrollo adecuado del evento.

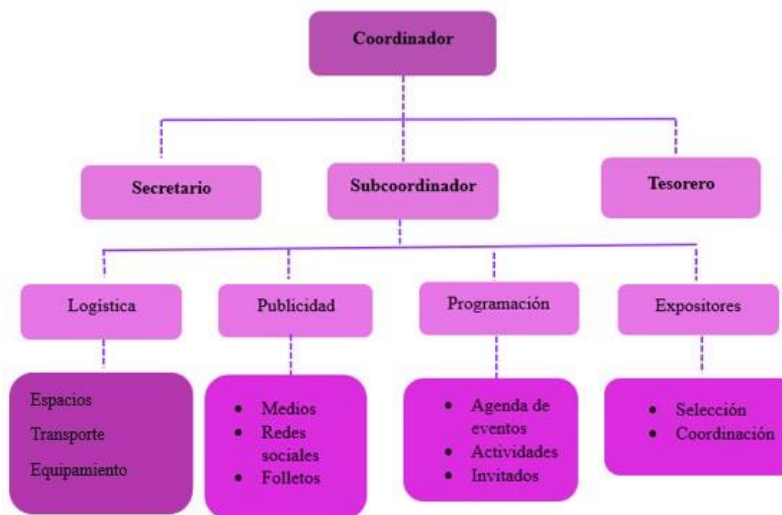


Figura 21.- Organización y planificación.

Nota: Elaboración propia,

b) Comité de trabajo para la organización de la feria

Este comité estará compuesto por delegados encargados de coordinar las actividades antes y después de la feria. Sus funciones son:

Coordinador: Lidera el comité y supervisa todas las actividades.

- Supervisar y coordinar todas las acciones relacionadas con la feria gastronómica.
- Tomar decisiones estratégicas en colaboración con los demás miembros del equipo.

- Establecer metas y objetivos para el evento.

Subcoordinador: Asiste al coordinador en sus funciones.

- Ayudar en la planificación y ejecución de las actividades.
- Coordinar con equipos específicos, como logística, publicidad y programación.
- Asegurar que todos los aspectos del evento se realicen según lo previsto.
- Actuar como punto de contacto para participantes y proveedores durante el evento.

Secretario: Se encarga de la documentación y comunicación interna del comité.

- Tomar notas durante las reuniones de planificación y coordinación.
- Mantener un registro de los acuerdos y decisiones del equipo.
- Gestionar la correspondencia y documentación del evento.
- Ayudar en la preparación de informes post-evento.

Tesorero: Maneja el financiamiento y presupuesto de la feria.

- Gestionar el presupuesto para la feria gastronómica.
- Supervisar los ingresos y gastos del evento.
- Coordinar con proveedores y gestionar pagos.
- Mantener registros financieros, precios y transportes.
- El comité se dividirá en tres áreas principales: logística, publicidad y programación.

Logística: Se encarga de aspectos como espacio, transporte y equipamiento.

- Coordinar la disposición de mesas, sillas y carpas para el evento.
- Gestionar la llegada y salida de participantes y proveedores.
- Supervisar la seguridad y el cumplimiento de regulaciones.
- Coordinar con servicios de emergencia si es necesario

Publicidad: Se ocupa de las actividades relacionadas con la promoción del evento a través de diversos medios, como redes sociales o tradicionales.

- Desarrollar estrategias de marketing para promover la feria gastronómica.
- Crear y distribuir material publicitario, como folletos y carteles.
- Gestionar las redes sociales y la presencia en línea del evento.
- Coordinar entrevistas con medios de comunicación y gestionar relaciones públicas.

Programación: Se encarga de detallar las tareas relacionadas con la planificación de actividades, expositores y coordinación del evento.


- Organizar el cronograma del evento, incluidas las actividades y demostraciones.
- Coordinar con chefs y expositores para asegurar su participación.
- Gestionar horarios y garantizar que las actividades se realicen según lo planeado.
- Evaluar y mejorar la programación en futuras ediciones.

7.36. Planificación Pre - Feria

En esta sección se definen los objetivos que se desean lograr en el evento, siendo fundamental que el comité mencionado previamente establezca criterios durante la planificación de la feria.

Tabla 25. Planificación Pre-Feria

Nombre de la feria	El Mundo de La Caña
--------------------	---------------------

Logotipo	
Fecha de realización	De acuerdo con las encuestas realizadas, el 11 de agosto se destaca como la mejor época del año para atraer visitantes, siendo la festividad del Reencuentro Panguense la que más interés genera.
Público objetivo	<p>Oferta: La feria "El Mundo de la Caña" contará con la participación de cañicultores dedicados a la producción de panela y aguardiente, quienes exhibirán diversos derivados de la caña, como miel, atados, alfeñiques, melcochas, rompope y jugo de caña. Se busca dar a conocer estos productos por su sabor, historia y técnica de elaboración.</p> <p>Demanda: Según el estudio de mercado realizado a través de encuestas, se ha identificado un perfil de turistas que en su mayoría se encuentra entre los 18 y 30 años, provenientes de diversas ciudades del país.</p>
Lineamientos	<p>Lineamientos para la realización de la feria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fomentar una visión empresarial centrada en el marketing. ➤ Organizar la feria con un enfoque profesional. ➤ Establecer coordinación con gremios productivos. ➤ Formar un equipo dedicado exclusivamente a la organización de la feria.
Lugar (Recinto Ferial)	<p>Cancha Múltiple del Corazón</p> <p>Para la sede del evento, se deben considerar los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Accesibilidad • Seguridad

	<ul style="list-style-type: none"> • Iluminación natural y artificial • Ventilación adecuada • Decoración • Sonido • Ambientación • Servicios higiénicos • Áreas para espectáculos recreativos y promoción cultural y artística • Zona de estacionamiento • Zona de recreación • Servicio de agua potable
Stands	El comité de trabajo proporcionará los stands, los cuales tendrán dimensiones uniformes. No obstante, si un productor requiere algo adicional, puede solicitarlo al comité.
Inscripción	La participación e inscripción estarán sujetas a la oferta gastronómica. Se creará un formulario que los representantes de los establecimientos gastronómicos deberán completar. Además, se requerirá una copia de los documentos de identificación y un registro de los productores gastronómicos que se presentarán en el evento.
Lanzamiento de la feria	Antes de la celebración de la feria, es necesario llevar a cabo uno o varios lanzamientos promocionales, con el objetivo de difundir el evento a través de diversos canales de comunicación.

Nota: Elaboración propia basado en Manual para organizadores de feria.

7.37. Adicionales

7.37.1. Ficha de inscripción

Tabla 26. Ficha para participantes

FICHA PARA PARTICIPANTES EN LA FERIA GASTRONÓMICA	
Nombre del participante:	
Dirección:	
Teléfono:	Nombre del stand:
Descripción del producto a ofrecer:	
Asistentes y necesidades adicionales para la participación:	

Nota: Elaboración propia,

La persona interesada en participar en la feria gastronómica deberá completar la ficha de inscripción, ya sea de manera presencial o virtual a través de un formulario de Google Forms

Los siguientes criterios serán necesarios para seleccionar a los participantes.

Calidad del producto: Este criterio evaluará los ingredientes utilizados, las técnicas y utensilios empleados, así como la presentación de los productos.

Uso de productos locales: La utilización de productos locales será esencial, ya que permitirá al participante contribuir al desarrollo agrícola del cantón.

Logística: El participante deberá contar con el personal adecuado y el equipo necesario.

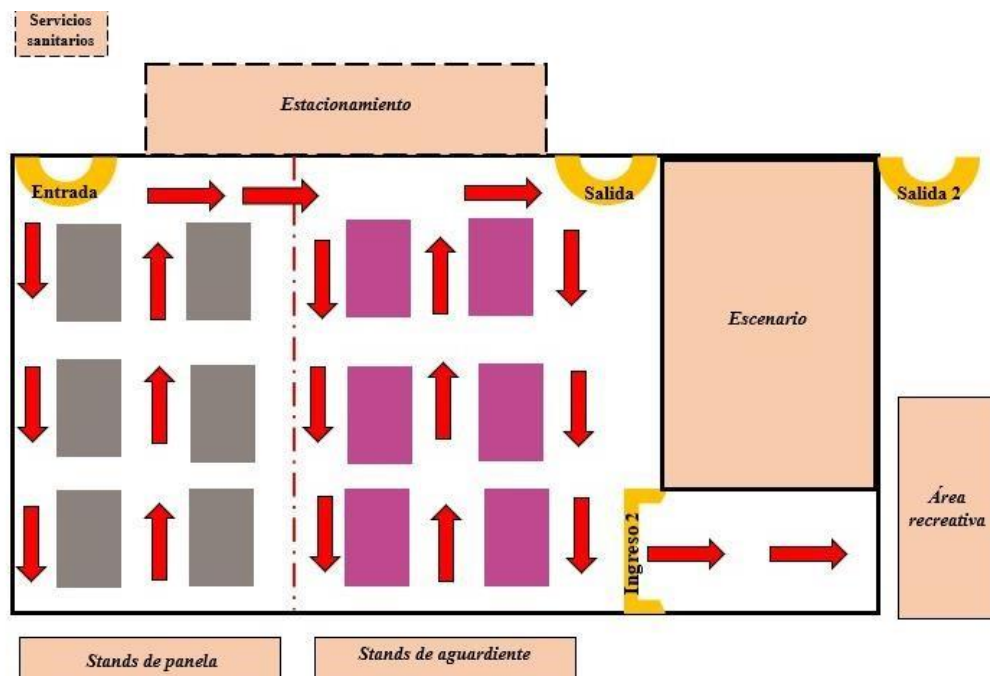
Precio y ofertas: La propuesta de valor del participante debe ser accesible al público, permitiendo la posibilidad de ofrecer promociones o descuentos. Además, el propietario del establecimiento deberá tener un identificador visible, como un logo, uniforme u otro accesorio que lo distinga como participante.

El participante solo podrá solicitar carpa, sillas y mesas, así como lo necesario para su stand; otros materiales, instrumentos, vajilla o utensilios deberán ser proporcionados por el expositor. La preparación de los alimentos en la feria será supervisada constantemente, enfatizando la higiene en la elaboración, la calidad de los productos y la limpieza del stand, entre otros aspectos.

Los precios deberán ser registrados al momento de la inscripción y se realizará una verificación continua para asegurar el mantenimiento de esos precios y evitar cobros excesivos. Los expositores se dividirán en tres áreas: stands de panela, stands de aguardiente y un área recreativa que incluirá un horno donde se prepararán derivados de la caña para la degustación de los asistentes a la feria.

7.38. Croquis ubicación de stands Figura

22.- Croquis ubicación de stands.



https://youtu.be/MHxE8JN-h_s?si=sCvP4xUyFIVVU0dS

Nota: Elaboración propia.

Las medidas de los stands variarán según el tipo de producto y el espacio disponible, pero se establecerán las siguientes características. Las dimensiones estándar serán de 2,50 metros por 2,50 metros, aunque podrán ampliarse a 4 metros por 4 metros si es necesario. En cuanto a la altura, dado que la cancha múltiple cuenta con una cubierta, los stands podrán alcanzar entre 2,5 y 3 metros, lo que proporcionará suficiente espacio para que el personal trabaje cómodamente y los clientes se muevan sin inconvenientes. Además, cada stand deberá disponer de un área de almacenamiento adecuada para guardar suministros, utensilios, ingredientes no perecederos y otros equipos esenciales para operar de manera eficiente durante la feria.

7.39. Etapa 2: Desarrollo de la feria

Lanzamiento de la feria: La promoción del evento se llevará a cabo destacando los productos que se exhibirán para el público en general. La feria se realizará el 11 de agosto, desde las 10:00 a.m. hasta la 1:00 p.m. Durante el evento, se ofrecerán diversas actividades, incluyendo la presentación de un artista, degustaciones, la actuación de la banda musical municipal y una demostración de la elaboración de pan de masa en un horno artesanal ubicado en el área recreativa. Además, habrá exposiciones en cada uno de los stands. La invitación a la ciudadanía y a otros interesados se realizará a través de plataformas digitales como Facebook, Instagram y TikTok, donde podrán escanear un código QR que les proporcionará la ubicación de la feria gastronómica junto con el afiche correspondiente.

Figura 23.- Afiche para la feria

Feria Gastronómica
El mundo de la
caña

SCAN ME

¡VEN Y SE PARTE DE ESTE MUNDO!

11/08/25

Panagua - Ecuador

Morella Illanes

MUNDO DE LA CAÑA

Nota: Elaboración propia.

Figura 24.- Código QR de Ubicación.



Nota: Elaboración propia, utilización de recursos tecnológicos digitales

CANVA

La inauguración de la feria gastronómica estará a cargo del GAD Municipal de Pangua, encabezada por el alcalde Wilson Correa Ocaña y la directora del departamento de Turismo y Cultura, la Doctora Nubia Timbiano. La logística deberá supervisar atentamente los stands, realizando visitas para controlar aspectos como la higiene y los precios, así como para atender las necesidades tanto de los expositores como de los turistas. El área de programación se encargará de coordinar las actividades, el tiempo y los horarios designados para cada una de ellas. Además, se realizarán encuestas de satisfacción a los visitantes con el objetivo de obtener recomendaciones valiosas para futuros eventos.

7.40. Etapa 3: Monitoreo Post – Feria

Al concluir el evento, se llevará a cabo un cuestionario de satisfacción dirigido tanto a los turistas como a los expositores. Este cuestionario permitirá evaluar si se cumplieron los objetivos de la feria, así como identificar aspectos que podrían mejorarse y determinar si se debe continuar con la realización de la feria en el futuro.

7.40.1. Cronograma de actividades

Tabla 27. Cronograma de actividades

Resultados	Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Etapa 1: organización y Planificación (Pre- Feria)	Organizar comités de coordinación	X											
	Recepción y envío de formularios			X									
	Solicitar valores económicos de cada actividad				X								
	Diseño de logo, marcas y afiches						X						
	Alquiler de mobiliaria, auspiciantes y protocolo							X					
	Equipamiento y montaje							X					
	Costo de producción							X					
Etapa 2: Desarrollo de feria	Inauguración y lanzamiento de la feria									X			
	Encuesta a los visitantes y control de actividades.										X		
Etapa 3: Monitoreo Post – Feria	Cuestionario a participantes y expositores												X
	Informe General												X

Nota: Elaboración propia, basado en Manual para organizadores de ferias PROMOCAP.

7.40.2. Determinación del presupuesto general

Para establecer el presupuesto, se consideró que el público objetivo está compuesto principalmente por personas de 18 a 30 años, quienes se informan a través de redes sociales. En

caso de que este grupo cambie o no se cuente con este tipo de promoción, se diseñarán afiches informativos. El equipo organizador estará conformado por siete personas en diferentes áreas. El montaje de la feria dependerá del número de participantes y sus necesidades para la instalación. Para hacer el evento más dinámico, se contratarán grupos de danza y un artista local del cantón.

7.40.3. Presupuesto.

Tabla 28. Ingresos

Detalle	N°	Precio Unit.	Precio Total
Stands	20	\$20	\$ 400
Entradas	1000	\$3	\$ 3.000

Nota: Elaboración propia

Para la realización de la feria se contará con 20 stands, cada uno tendrá un valor de \$20 donde se estima tener un ingreso de \$400. Además, la entrada a la feria tendrá un precio de \$3 por persona que de igual manera se estima la entrada de 1000 personas generando un ingreso de \$3.000. Este precio se determinó a partir de una encuesta que reveló que los asistentes estaban dispuestos a pagar entre \$10 y \$20.

Tabla 29. Presupuesto (egresos).

Concepto	Detalle	Valor
Promoción	Afiches	180
	Redes sociales	170

Protocolo	Información	50
	Señalización dentro y fuera de la feria	100
	Inauguración y clausura	200
	Primeros auxilios	200
Montaje y stand	Diseño de los stands, escenarios y servicios de la feria	70
	Mano de obra para la instalación	100
	Alquiler de mobiliario	100
	Instalaciones eléctricas	50
	Desmontaje (mano de obra, combustible, etc.)	100
	Limpieza	30
	Letreros	50
Eventos culinarios	Presentación cultural	100
	Presentación grupos danza	200
	Promoción y divulgación de feria	50
	Equipo de sonido	350
	Decoración	100
TOTAL:		\$2.200

Tabla 30. Valor estimado.

Detalle	Monto
Egresos	2.200

Ingresos	3.400
Total	5.600
Valor de ganancia	1.200

Nota: Elaboración propia.

El presupuesto estimado para la realización de la feria es el siguiente: los egresos estimados son de \$2.200, el ingreso de la feria es de \$3.400 obteniendo un valor de ganancia de \$1.200.

7. IMPACTOS TÉCNICOS SOCIALES AMBIENTALES ECONÓMICOS

7.1 Impacto Social

La investigación sobre el diseño de productos turísticos gastronómicos podría tener un impacto social positivo al generar oportunidades laborales para los residentes locales. Asimismo, la feria promovería la preservación de la gastronomía y las tradiciones del cantón, contribuyendo al desarrollo local, la inclusión social, la mejora de la infraestructura y el bienestar general de la comunidad en Pangua. Estas iniciativas no solo fortalecerían la identidad cultural, sino que también mejorarían las condiciones de vida de sus habitantes.

De la misma manera, la feria podría atraer visitantes interesados en explorar la gastronomía, las practicas tradicionales que tiene el cantón para la elaboración de sus productos. En conjunto, la organización de una feria turística gastronómica seria ayudar tanto al cañicultor como a los demás habitantes a tener un producto estrella que represente al cantón por su calidad y su historia.

7.2 Impacto económico

La realización de una feria gastronómica tendrá un impacto económico significativo, impulsando el crecimiento del sector turístico y gastronómico local. Este evento no solo atraerá a un mayor número de visitantes, sino que también fomentará la producción y comercialización de productos típicos de la región, beneficiando a productores y agricultores. Además, generará

empleo en el sector turístico y de servicios, dinamizando la economía local y regional, y posicionando al cantón Pangua como un sitio turístico gastronómico.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

Pangua, situada en el suroeste de la provincia de Cotopaxi, abarca una extensión de 725 km² y tiene una población de 21,867 habitantes, distribuidos en una parroquia urbana y tres rurales. La economía local se basa en la agricultura, ganadería, pesca y turismo, con un 84.22% de la población autodefinida como mestiza. La festividad más importante del cantón es el Reencuentro Panguense. Existen 72 instituciones educativas que ofrecen educación básica y bachillerato, pero no hay opciones de educación superior. Solo el 53.15% ha completado la primaria y apenas el 9.10% ha terminado la educación superior. Pangua cuenta con 27 atractivos turísticos naturales y culturales, además de 16 establecimientos de alimentos y bebidas y 4 establecimientos de alojamiento.

Se concluye que, a partir de las encuestas realizadas aplicadas a los habitantes (378 encuestas), visitantes (192 encuestas), autoridades (5 encuestas) se evidenció que existe una demanda para asistir a la feria turística gastronómica “El Mundo de la Caña” en el cantón Pangua. Los que indicaron que la producción de aguardiente y panela es representativa del cantón, y la mayoría de encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$10 y \$20 por participar en el evento. Tanto autoridades como turistas manifestaron que una feria de este tipo podría contribuir significativamente a mejorar la economía local, lo que resalta el compromiso hacia la creación de este producto. Esta combinación de interés y demanda refuerza la viabilidad del evento.

Se diseñó un producto turístico gastronómico denominado “El Mundo de la Caña”, que consiste en crear una feria gastronómica de los derivados de la caña, sus técnicas de elaboración y las innovaciones en trapiches y fábricas de aguardiente. Además, se ofrecerán degustaciones durante el evento, donde los asistentes podrán observar cómo se producen los derivados de la caña de azúcar en un horno artesanal ubicado en el área recreativa.

8.2 Recomendaciones

Se recomienda al GAD Municipal del cantón Pangua que actualice los atractivos turísticos y otros datos desactualizados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

Asimismo, es fundamental llevar un registro anual de los turistas que visitan el cantón, lo que permitirá determinar el número de visitantes para futuras investigaciones.

Igualmente, se sugiere al departamento de Avalúos y Catastros mejorar la organización y actualización de la información, facilitando así cualquier proceso posterior que requiera datos precisos por parte de quienes lo soliciten.

Además, se aconseja al Departamento de Educación, Turismo y Cultura del GAD Municipal de Pangua que considere los proyectos propuestos para beneficiar al cantón mediante la implementación de nuevas iniciativas. Estas deberían enfocarse en la difusión y promoción de los productos turísticos gastronómicos a través de la realización de este tipo de ferias en cada una de las festividades de parroquialización que celebra en diferentes fechas en cada parroquia, de esta manera la feria no se realizaría en una sola fecha en específica. Además, mediante la difusión en redes sociales con el objetivo de dar a conocer la riqueza gastronómica del cantón. Esta estrategia no solo contribuiría al incremento de la economía local si no que aumentaría la afluencia de visitantes.

9. . Referencias

Albuquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina.

Revista de La CEPAL, 82(1), 157–171.

Aponte, Ci., Galvez, J., & Calle, M. (2020). Análisis de la potencialidad turística e interacción

del sistema turístico de la parroquia Tendales, cantón El Guabo, El Oro, Ecuador. *Kalpana*,

19(1), 43–68. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7834291>

Arias, F. (2023). Investigación documental, investigación bibliométrica y revisiones

sistemáticas. *Revista Electrónica de Humanidades*, 31(22), 1–20.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9489470>

Arias, J., Villasís, M., & Miranda-, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población

de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 1–7.

<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

- Arias, S. (2021). *Gastronomía de Ecuador*.
https://camaradecomercioempresarial.org/wpcontent/uploads/wpcfeto_files/58996a1cccaf-d8ba431f4739846951declass1-LuisArias.pdf
- Armijos, S., Benavides, N., Rodas, D., & Guamán, C. (2022). Estudio del Patrimonio Alimentario y gastronómico del Cantón La Maná, provincia de Cotopaxi. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 6(42), 1–9.
<https://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/496/549>
- Constitución de la República del Ecuador, 1 (2021).
https://www.defensa.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Bautista, A. (2021). *Perfil de la demanda turística del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi, año 2021* [Universidad Técnica de Cotopaxi].
<https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b327fce1-6755-44f9-a4ae-9c49fbd0ffdc/content>
- Bermeo, P., Elizalde, J., & Calle, M. (2020). Gastronomía tradicional: gustos y preferencias de los habitantes del cantón Santa Rosa, El Oro, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 16(2), 175–185. <https://www.scielo.cl/pdf/riat/v16n2/0718-235Xriat-16-02-175.pdf>
- Bustos, K. (2022). *Plan de salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de la parroquia Pilahuín, cantón Ambato, provincia Tungurahua* [Escuela Superior Politécnica De Chimborazo]. <http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/17825/1/23T00943.pdf>
- Cáceres, M. (2024). La identidad cultural gastronómica en el Ecuador. *Pro Sciences: Revista*

de Producción, Ciencias e Investigación, 8(53), 257–264.
<https://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/722/794>

Calderon, W., & Teneda, W. (2022). Analysis of the socio-economic situation in the cocoa production chain in the canton of Pangua, Cotopaxi Province, Ecuador. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 26(113), 13–20. <https://doi.org/10.47460/uct.v26i113.565>

Carrillo, C. (2020). *Crecimiento económico del sector gastronómico de la parroquia Ulba*.
<https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/780b49cf-369f-407a-b2d1-3a117471ca7e/content>

Carvache, M., Carvache, O., Carvache, W., & Villagómez, C. (2020). Festivales gastronómicos para el desarrollo de un destino. *Revista Espacios*, 41(1), 1–15.
https://www.researchgate.net/publication/340006325_Festivales_gastronomicos_para_el_desarrollo_de_un_destino_Gastronomic_festivals_for_the_development_of_a_destination

Chango, M. (2022). *Patrimonio alimentario y gastronómico del cantón Pangua de la provincia de Cotopaxi* [Universidad Técnica de Cotopaxi].
<https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a45b8b45-a0c3-4d37-a3bde8c94b1aec77/content>

Coloma, G., Tpia, F., Villa, S., & Toapanta, J. (2024). Turismo como motor de desarrollo sostenible en Cotopaxi: Estudio de preferencias de la demanda y propuesta de ruta “Entre cascadas y cerros.” *Res Non Verba*, 14(2), 56–71.
<https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/download/927/596/2884>

De la Lama, P., De la Lama, M., & De la Lama, A. (2021). Los instrumentos de la investigación científica. Hacia una plataforma teórica que clarifique y gratifique.

Horizonte de La Ciencia, 12(22), 1–9.
<https://www.redalyc.org/journal/5709/570969250014/html/>

Dulzaides, M., & Molina, A. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. *Acimed*, 12(2), 1–5.
<http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v12n2/aci11204.pdf>

Fernández, R., Díaz, L., Alemán, J., & Barrio, O. (2020). Modelo de predicción de series temporales para la demanda turística de la Cadena Hotelera Cubanacán. *Cooperativismo y Desarrollo*, 8(3), 538–551. <http://scielo.sld.cu/pdf/cod/v8n3/2310-340X-cod-8-03-538.pdf>

Físicos, P. R. E. de D. (2008). *Manual para la organización de congresos y ferias para todos*.
https://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/ctcddocs/custom_doc/1210579227519_manual_ferias_y_congresos_para_todos.pdf

Frete, F., & Martínez, M. (2011). *Análisis De La Cadena De Valor En Concepción Y Canindeyú*.
https://2012-2017.usaid.gov/sites/default/files/documents/1862/cana_de_azucar.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pangua. (2024). *Historía del cantón Pangua*. Historia Del Cantón Pangua. <https://pangua.gob.ec/canton-pangua-2020/>

Gómez, G. (2021). Research methods and techniques employed in Communication Studies in Spain. *Revista Mediterranea de Comunicacion*, 12(1), 115–127.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7706797>

González, A., Molina, R., López, A., & López, G. (2022). La entrevista cualitativa como técnica de investigación en el estudio de las organizaciones. *New Trends in Qualitative Research*, 14(1), 1–12. <https://scielo.pt/pdf/ntqr/v14/2184-7770-ntqr-14-e571.pdf>

- Guerrón, J. (2021). *El cantón Pangua un Rincón del Cotopaxi* [Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21266/4/UPS-GT003467.pdf>
- Guzmán, V., Rivera, E., & Santos, V. (2022). Desafíos de la investigación en el siglo XXI. *Diálogos*, 9(6), 1–18. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/326/3263545010/html/>
- Reglamento a La Ley De Patrimonio Cultural, Pub. L. No. 2733, 1 (2007).
https://mail.inpc.gob.ec/pdfs/lotaip2015/Enero/a_2_reglamentopatrimoniocultural.pdf
- Iglesias, M., & Jiménez, R. (2017). Desarrollo local y participación social. ¿De qué estamos hablando? *Revista Estudios Del Desarrollo Social; Cuba y América Latina*, 5(1), 60–73.
<http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v5n1/reds05117.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). *Perfil demográfico cantón Pangua*.
<https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>
- Lapo, J., Quituisaca, M., & Calle, M. (2019). Diagnóstico de los elementos internos del sistema turístico en la parroquia urbana de Zaruma, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 15(2), 170–179. <https://www.scielo.cl/pdf/riat/v15n2/0718-235Xriat-15-02-00170.pdf>
- Lorente, P. (2022). Qué es el Turismo Cultural y su importancia. *Marketing y Comunicación*, 2–7. <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/turismo-gastronomicoque-es-ejemplos-c>
- Manotoa, R. (2013). *Diagnóstico de la producción, comercialización y rentabilidad de alcohol etílico de caña de azúcar (Saccharum officinarum L) en el cantón pangua, Año 2013* [Universidad Técnica Estatal de Quevedo].
<https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/003663c0-f8ab-4145-812ce707a4061afa/content>

Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023).

Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. In *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>

Meléndez, X. (2022). *Proceso de Investigación - Diagnostica y Elaboración de Informes*

Sociales [Universidad de El Salvador]. <https://repositorio.ues.edu.sv/server/api/core/bitstreams/8e650589-3cd1-434e-affd-79d6ae23b1c7/content>

Mendoza, A., Yumisaca, J., & Peralta, S. (2022). Diversificación del turismo mediante rutas

culturales en la parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena. *Siembra*, 9(2), 1–11. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/siembra/v9n2/2477-8850-siembra-09-02-03788.pdf>

Mero, M. (2021). *Inventario De Recursos Gastronómicos Con Potencial Turístico En La*

Parroquia Puerto Cayo Del Cantón Jipijapa [Universidad Estatal del Sur de Manabí]. [https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3014/1/TESIS MARÍA MERO PLÚA.pdf](https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3014/1/TESIS_MARÍA_MERO_PLÚA.pdf)

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2017). *Mediante dos estrategias, Ecuador aumenta*

rendimientos de maíz. Mediante Dos Estrategias, Ecuador Aumenta Rendimientos de Maíz. <https://www.agricultura.gob.ec/mediante-dos-estrategias-ecuador-aumentarendimientos-de-maiz/>

Ley de Turismo, 1 (2014). [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEYDE-](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEYDE-TURISMO.pdf)

[TURISMO.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEYDE-TURISMO.pdf)

- Reglamento turístico de Alimentos y Bebidas, 1 (2018).
https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Ministerio de Turismo. (2021). *Metodología Para La Elaboración Del Mapa Gastronómico*.
https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Metodologia-paraelaboracion-del-mapa-gastronomico-sub2021_compressed.pdf
- Moncada, S. (2014). Cómo realizar una búsqueda de información eficiente. *Investigación En Educación Médica*, 3(10), 106–115.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v3n10/v3n10a7.pdf>
- Mora, J. (2020). Gastronomía, patrimonio cultural inmaterial en la gestión del turismo local. In *El turismo gastronómico sostenible. Ruta Bochica: potencialidades y modelo pedagógico para su desarrollo en Colombia* (pp. 28–49).
<https://books.scielo.org/id/rqvz2/pdf/gutierrez-9786289558272-03.pdf>
- Morales, M., & Jiménez, E. (2020). *Análisis sobre la evolución del sector turismo en Colombia durante la última década*.
https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/750/Evolucion_turismo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, 1(1), 135–158.
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Movimiento de Integración Gastronómico Alimentario de Bolivia. (2013). Patrimonio Alimentario. In *Fascículo* (Vol. 4). <https://miga.org.bo/wp-content/uploads/2021/12/Patrimonio-Alimentario.pdf>
- Muñoz, G., Uribe, C., Pérez, J., & Ríos, I. (2017). Festivales Gastronómicos y Turismo en

- Latinoamérica. El Festival Raíces de Guayaquil, Ecuador. *Rosa Dos Ventos*, 9(3), 356–371. <https://www.redalyc.org/journal/4735/473552033025/473552033025.pdf>
- Naranjo, M., & Martínez, M. (2022a). Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global : Incidencia en la gestión y comercialización turística. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(5), 1–10. <https://www.redalyc.org/journal/280/28071845029/html/>
- Naranjo, M., & Martínez, M. (2022b). The tourist supply: theoretical precisions for its analysis. *Encuentros Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 16(1), 406–422. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8563193>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 35(1), 1–25. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la C. y la C. (2011). *¿ Qué es el patrimonio inmaterial ?* Convención. <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonioinmaterial-00003>
- Organización Mundial de Turismo. (2008). *Glosario de términos de turismo*. Glosario de Términos de Turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial de Turismo. (2015). *Turismo gastronómico y enológico*. Desarrollo de Productos. <https://www.unwto.org/es/gastronomia-turismo-enologico>
- Organización Mundial de Turismo. (2021). *El turismo 2021: unión, resiliencia y determinación*. OTM 2021: Resumen Del Año. <https://www.unwto.org/es/turismo-2021resumen-omt>
- Padrón, C., Quesada, N., Pérez, A., González, P., & Martínez, L. (2014). Aspectos importantes de la redaccion científica. *Revista de Ciencias Médicas de Pinar Del Río*, 18(2), 362–380. <http://scielo.sld.cu/pdf/rpr/v18n2/rpr20214.pdf>

Paucar, J., & Robalino, J. (2009). *Modelo estreatégico para la industrialización de la caña de Azúcar en el Ecuador* [Escuela Politécnica Nacional].

<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/8489/3/CD-2144.pdf>

Pereira, D. (2013). *Estudio de factibilidad para la industrialización del aguardiente de caña, de los microproductores en la parroquia de Moraspungo, cantón Pangua* [Universidad Central del Ecuador].

<https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/3d4868f7-ae5b-44d1-8bd4-3a47ce891828/content>

Pincay, M. (2021). *La Gastronomía como Patrimonio Cultural del Cantón 24 de Mayo* [Universidad Estatal del Sur de Manabí].

[https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3476/1/La Gastronomía como Patrimonio Cultural Turismo.pdf](https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3476/1/La%20Gastronomia%20como%20Patrimonio%20Cultural%20Turismo.pdf)

Pita, A., Santos, V., Pibaque, M., & Toala, G. (2021). Recursos culturales y naturales potencial de una ruta turística gastronómica. *Revista Alfa*, 5(15), 615–634.

<https://revistaalfa.org/index.php/revistaalfa/article/view/154/390>

Quezada, P. (2019). *Estudio de la demanda turística nacional con preferencias en turismo cultural en la ciudad de Cuenca* [Universidad del Azuay].

<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9350/1/14992.pdf>

Quintero, N., & Carrion, S. (2018). *Diseño de un plan de logística aplicado a la feria gastronómica del cantón Salinas- Ecuador* [Escuela Superior Politécnica del Litoral].

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/51849/1/T-108845.pdf>

Rivas, K. (2020). *Diagnóstico situacional para identificar los posibles problemas turísticos del cantón Pangua*. [https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/621b4e10-](https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/621b4e10-3fd9-4dfa-9c41-a0e4ee0153c1/content)

[3fd9-4dfa-9c41-a0e4ee0153c1/content](https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/621b4e10-3fd9-4dfa-9c41-a0e4ee0153c1/content)

- Robles, O. (2020). *La gastronomía tradicional como patrimonio cultural inmaterial y factor de desarrollo turístico de la comunidad de Agato - Otavalo* [Universidad Técnica del Norte]. [https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10492/2/02 TUR 165 TRABAJO GRADO.pdf](https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10492/2/02_TUR_165_TRABAJO_GRADO.pdf)
- Santa, Á. (2021). San Joaquín de Manizales : arquitectura de la colonización antioqueña como vestigio del patrimonio industrial colombiano San Joaquín of Manizales : Architecture of the Antioqueña Colonization as a Colombian Industrial Heritage Vestige. *Arquitectura y Urbanismo*, 42(2), 76–100. <https://www.redalyc.org/journal/3768/376868446006/376868446006.pdf>
- Santa Cruz, D., Ojalvo, V., & Velasteguí, E. (2019). Desarrollo local: conceptualizaciones, principales características y dimensiones. *Ciencia Digital*, 3(2), 319–335. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v9i2.353>
- Segura, J., & Esparza, R. (2021). Circuitos turísticos temáticos para promover el turismo local postpandemia Covid-19. *Revista Conrado*, 17(82), 184–191. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v17n82/1990-8644-rc-17-82-184.pdf>
- Serrano, A., Freire, S., & Villafuerte, E. (2019). Estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca – Ecuador. *Siembra*, 6(1), 156–164. <https://www.redalyc.org/journal/6538/653868370011/html/>
- Sevicio Nacional de Contratación Pública. (2018). *Manual operativo Ferias Inclusivas*. https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wpcontent/uploads/downloads/2018/04/manual_ferias_entidades_lc_mc_09_04_2018_OK.pdf

- Solfa, F., Lagunas, F., & Sierra, M. (2020). *Procesos de diseño y desarrollo de nuevos productos: relación con el marketing y la ingeniería* [Universidad Nacional de La Plata].
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/download/2093/5848/>
- Tamayo, J., Arroba, E., Pérez, V., & Córdova, A. (2024). Producción y comercialización del Sector Agrícola en el Ecuador. *Revista de Investigación SIGMA*, 191–205.
<https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/3741/2823>
- Tene, G. (2023). *Registro del patrimonio cultural inmaterial de la parroquia urbana de Yaruquíes , para la educación patrimonial . Trabajo de Titulación para opt* [Universidad Nacional de Chimborazo].
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10768/1/UNACH-EC-FCEHT-PHCS-007-2023.pdf>
- Torres, F., Romero, J., & Viteri, M. (2018). Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural. *Revista de Comunicación de La SEECI*, 44(1), 1–7.
<https://www.redalyc.org/journal/5235/523556567001/html/>
- Troncoso, C. (2019). Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable. *Perspectivas En Nutrición Humana*, 21(1), 105–114.
<http://www.scielo.org.co/pdf/penh/v21n1/0124-4108-penh-21-01-105.pdf>
- Universidad de Valencia. (2020). *La revolución científica de Francis Bacon 400 años de la publicación de Novum organum scientiarum*.
<https://roderic.uv.es/rest/api/core/bitstreams/95dfdec5-6523-48a4-8c01-5a7081718aa5/content>
- Vázquez, J. (2021). *La caña de azúcar, tan importante como el petróleo*. Dirección de Comunicación de La Ciencia. <https://www.uv.mx/cienciauv/notas/azucar-importanciapetroleo/>

Vivanco, F. (2021). *Turismo Gastronómico*. Turismo Gastronómico.

Yáñez, A., & Armendáriz, E. (2014). Estudio de percepción: Influencia del turismo de la

Laguna de Quilotoa en el desarrollo socioeconómico de la comunidad de Quilotoa.

Revista Turismo y Sociedad, 34(1), 1–18.

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/9197/16533>