



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS

NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL
CANTÓN LATACUNGA QUE PROMUEVAN EL DESARROLLO
LOCAL”**

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

Autor:

Choloquina Oña Mayra Paola

Tutor:

Benavides Zura Norma Lucia

LATACUNGA – ECUADOR

Agosto 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Choloquina Oña Mayra Paola, con cédula de ciudadanía No.0550581920, declaro ser autora del presente Proyecto de Investigación: **“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN LATACUNGA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL”** siendo la Licenciada, Norma Lucia Benavides Zura, Mg Tutora 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, 16 de agosto del 2024



Mayra Paola Choloquina Oña

C.C: 0550581920

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 **CHOLOQUINGA OÑA MAYRA PAOLA**, identificada con cédula de ciudadanía **0550581920** 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 EN EL CANTÓN LATACUNGA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL**” el cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Octubre 2020 – Marzo 2021

Finalización de la carrera: Abril – agosto 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 29 de febrero del 2024

Tutor: Lcda. Norma Lucia Benavides Zura, Mgs.

Tema: “**DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN LATACUNGA QUE PROMUEVA EL 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.

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 16 días del mes de agosto del 2024.

Mayra Paola Choloquina Oña

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 LATACUNGA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL”, de Choloquina Oña Mayra Paola 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, 16 agosto del 2024



Lcda. Norma Lucía Benavides Zura, Mgs.

C.C: 1002669644

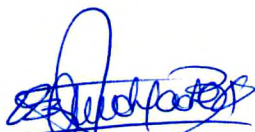
DOCENTE TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

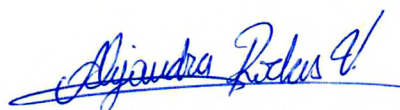
En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Apellidos y Nombres completos, con el título del Proyecto de Investigación: **“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN LATACUNGA QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL”** ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

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

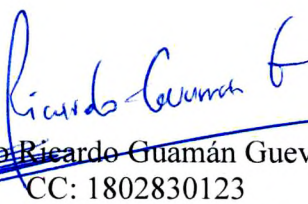
Latacunga, 16 de agosto del 2024



Ing. Andrea Isabel Andrade Ayala, Msc.
C.C: 1719291468
LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinuesa, Mg.
C.C: 1722220868
LECTOR 2 (MIEMBRO)



Lcdo. Adolfo Ricardo Guaman Guevara, Mgs.
CC: 1802830123
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por concederme salud, vida y la paciencia necesaria para enfrentar tanto los momentos buenos como los difíciles en esta maravillosa etapa universitaria. Mi gratitud también se extiende a mis padres, Segundo Choloquina y María Oña, quienes me han apoyado incondicionalmente y han estado a mi lado en todo momento. A mis hermanos, que han sido un ejemplo constante y un apoyo fundamental en mi camino hacia convertirme en una profesional, les agradezco por su aliento y motivación. Sin su apoyo, este logro no habría sido posible. Asimismo, quiero expresar mi agradecimiento a mis docentes de la carrera de Turismo. Sus enseñanzas y conocimientos han sido esenciales durante mi vida universitaria, y su dedicación ha dejado una huella imborrable en mi formación.

Mayra Paola Choloquina Oña

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo, en primer lugar, a mis padres, quienes han sido mi pilar a lo largo de esta trayectoria. Su amor incondicional, su paciencia y su apoyo constante me han brindado la fuerza necesaria para superar cada obstáculo que encontré en el camino. Sin su sacrificio y su ejemplo de dedicación, este logro no habría sido posible. A mis hermanos, les agradezco por estar siempre a mi lado, por las palabras de aliento en los momentos difíciles y por las risas que hicieron más ligeros los días complicados. Su compañía ha sido esencial para mantenerme motivada y enfocada en alcanzar esta meta.

Este logro es tanto mío como de ustedes. Gracias por creer en mí y por ser una parte tan importante de mi vida.

Mayra Paola Choloquina Oña

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

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

Autora:

Choloquina Oña Mayra Paola

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo principal diseñar un producto turístico gastronómico innovador en el cantón Latacunga, con el fin de abordar la falta de opciones atractivas para turistas tanto nacionales como internacionales. Se empleó un enfoque cualitativo y descriptivo, con un tipo de investigación diagnóstica, documental y de campo. Este enfoque permitió la recolección, análisis y sistematización de información relevante. En el primer objetivo, se llevó a cabo un diagnóstico situacional del área de estudio mediante la revisión y recopilación de datos. Latacunga, fundada el 27 de octubre de 1584, es uno de los siete cantones que conforman la provincia de Cotopaxi, con una extensión de 1,386 km². La ciudad cuenta con 221 establecimientos educativos, 20 atractivos naturales y 41 culturales. El segundo objetivo utilizó el método inductivo para la recolección y análisis de la información, centrado en la caracterización de la oferta y la demanda. A través de encuestas aplicadas a 380 personas durante 7 salidas de campo, se identificó que la mayoría de los turistas son nacionales, atraídos principalmente por motivos culturales y naturales. La edad predominante de los turistas oscila entre 42 y 59 años, quienes mostraron un gran interés en participar en una ruta gastronómica. Dentro de la oferta, según el catastro 2024, se encontraron 97 establecimientos de alimentos y bebidas. Además, se realizaron entrevistas a 24 de estos establecimientos, los cuales promueven la gastronomía tradicional y están interesados en formar parte de la ruta. Estos manifestaron su interés en crear nuevas actividades innovadoras, como talleres de cocina, degustaciones, información que resulta valiosa para la creación de la ruta. Para el tercer objetivo, se aplicaron el método SENA y el método inductivo para desarrollar un producto turístico gastronómico, siguiendo el manual de diseño de rutas del SENA, que establece un procedimiento en cuatro etapas. Se estableció un costo por persona para la ruta y se diseñaron dos productos para grupos de 15 personas: el primer Full Day, titulado "Viaje a la Cocina Tradicional", tiene un costo de \$59.32 e incluye visitas a huertos orgánicos y haciendas; el segundo, "Rincón Mágico", cuesta \$44.36 y ofrece talleres prácticos, visitas a stands y degustaciones de alimentos.

Palabras claves: Gastronomía, innovación, rutas, SENA, tradicional

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: “DESIGN OF GASTRONOMIC TOURIST PRODUCTS IN THE LATACUNGA CANTON THAT PROMOTES LOCAL DEVELOPMENT.”

Author:
Choloquina Oña Mayra Paola

ABSTRACT

ABSTRACT The main objective of the research is to design an innovative gastronomic tourist product in Latacunga canton, in order to address the lack of attractive options for both national and international tourists. A qualitative and descriptive approach was used, with a diagnostic, documentary and field type of research. This approach allowed the collection, analysis and systematization of relevant information. In the first objective, a situational diagnosis of the study area was carried out by reviewing and collecting data. Latacunga, founded on October 27, 1584, is one of the seven cantons that make up the province of Cotopaxi, with an area of 1,386 km². The city has 221 educational establishments, 20 natural attractions and 41 cultural ones. The second objective used the inductive method for the collection and analysis of information, focused on the characterization of supply and demand. Through surveys applied to 380 people during 7 field trips, it was identified that the majority of tourists are national, attracted mainly by cultural and natural reasons. The predominant age of tourists ranges between 42 and 59 years, who showed great interest in participating in a gastronomic route. Within the offer, according to the 2024 cadastre, 97 food and beverage establishments were found. In addition, interviews were conducted with 24 of these establishments, which promote traditional gastronomy and are interested in being part of the route. They expressed their interest in creating new innovative activities, such as cooking workshops, tastings, information that is valuable for the creation of the route. For the third objective, the SENA method and the inductive method were applied to develop a gastronomic tourism product, following the SENA route design manual, which establishes a four-stage procedure. A cost per person was established for the route and two products were designed for groups of 15 people: the first Full Day, titled "Journey to Traditional Cuisine", costs \$59.32 and includes visits to organic gardens and farms; the second, "Magical Corner", costs \$44.36 and offers practical workshops, visits to stands and food tastings.

Keywords: Gastronomy, innovation, routes, SENA, traditionalL

Tabla 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 APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INDICE DE APENDICES	xix
1 INFORMACIÓN GENERAL	1
2 JUSTIFICACIÓN	2
3 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	3
4 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
5 OBJETIVOS:	6
5.1 Objetivo General	6
5.2 Objetivos Específicos	6
6 SISTEMATIZACIÓN DE ACTIVIDADES	7
7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	9
7.1 Marco legal	9
7.2 Patrimonio gastronómico en Ecuador	10
7.3 Gastronomía Tradicional	10
7.4 Gastronomía Típica	10
7.5 La gastronomía local	11

7.6	Patrimonio gastronómico	11
7.7	Gastronomía	11
7.8	Innovación gastronómica	12
7.9	Turismo gastronómico	12
7.10	Destino turístico	13
7.11	Destino turístico gastronómico	13
7.12	Producto turístico gastronómico	13
7.13	Rutas gastronómicas	13
7.14	Circuito gastronómico	14
7.15	Festival gastronómico	14
7.16	Ferias gastronómicas	14
7.17	Experiencias turísticas gastronómicas	14
7.18	Turismo cultural	15
7.19	Oferta turística	15
7.20	Demanda turística	15
8	Validación de la pregunta científica	16
9	METODOLOGÍA	16
9.1	Objetivo 1	17
9.1.1	Tipo de investigación	17
9.1.2	Métodos	17
9.1.3	Técnicas	17
9.1.4	Instrumentos	18

9.2	Objetivo 2	18
9.2.1	Tipo de investigación	18
9.2.2	Método Cualitativo	19
9.2.3	Técnica.	19
9.3	Objetivo 3	22
9.3.1	Métodos	22
9.3.2	Instrumentos.	23
10	. ANÁLISIS DE RESULTADOS	23
10.1	Situación actual de la zona de estudio	23
10.2	Economía	25
10.3	Educación	25
10.4	Breve estudio del turismo en Latacunga	25
10.4.1	Demanda	25
10.4.2	Oferta	26
10.4.3	Alojamiento	28
10.4.4	Alimentos y bebidas	29
10.4.5	Espacio geográfico	30
10.4.6	Operadores de mercado	30
11	CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA	30
11.1	Demanda actual	30
11.2	Demanda histórica	31
11.3	Demanda futura	31

11.4	Demanda potencial	31
11.5	Instrumento para recolección de datos	31
11.6	Instrumento	33
11.6.1	Encuesta	33
11.6.2	Análisis e interpretación de datos	36
12	CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA	51
12.1	Instrumento para la recopilación de información	55
12.1.1	Sistematización de las entrevistas	58
13	PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO	71
13.1	Reseña Histórica	71
13.2	Objetivos de la ruta gastronómica	72
13.3	Propuesta 1. Ruta “viaja a la cocina tradicional”	72
13.3.1	Mapa y afiche	74
13.3.2	Descripción de la ruta turística	75
13.4	Paquete turístico	76
13.4.1	Paquete Full Day	76
13.4.2	Itinerario de Full Day	78
13.4.3	Guion Full Day	79
13.4.4	Recorrido de la ruta viaje a la cocina tradicional	79
13.4.5	Determinación de los costos y gastos de operación (Full Day) para 15 personas	83
13.5	Paquete Full Day “Rincón de sabores”	85

13.5.1	Mapa y afiche	86
13.5.2	Guion Full Day rincón de sabores	89
13.5.3	Determinación de costos y gastos de operación	91
14	IMPACTOS	93
14.1	Impacto social	93
14.2	Impacto económico	93
15	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
15.1	Conclusiones	93
15.2	Recomendaciones	94
16	Bibliografía	95
17	APÉNDICES	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios directos e indirectos.....	3
Tabla 2 Cuadro de actividades y sistema de actividades.....	7
Tabla 3 Información general del cantón Latacunga	24
Tabla 4 <i>Perfil de turistas del cantón Latacunga</i>	25
Tabla 5 <i>Atractivos culturales</i>	26
Tabla 6 Atractivos naturales	28
Tabla 7 <i>Clasificación de los establecimientos de hospedaje</i>	29
Tabla 8 <i>Alimentos y bebidas</i>	29
Tabla 9 <i>Clasificación de los guías</i>	30
Tabla 10 Análisis del instrumento según su variable	32
Tabla 11 Análisis de los instrumentos	32
Tabla 12 Cronograma de encuestas	36
Tabla 13 Oferta gastronómica	51
Tabla 14 Cronograma de entrevistas	55
Tabla 15 Sistematización de las entrevistas.....	58
Tabla 16 Tiempo y duración del recorrido	76
Tabla 17 Paradas del Full Day.....	77
Tabla 18 <i>Itinerario</i>	78
Tabla 19 <i>Costos y gastos</i>	83
Tabla 20 <i>Paradas del Full Day rincón de sabores</i>	85
Tabla 21 <i>Itinerario ruta rincón mágico</i>	88
Tabla 22 <i>Costos y gastos ruta rincón mágico</i>	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa político del Cantón Latacunga	24
Figura 2 ¿Está de turismo en esta ciudad?	37
Figura 3 ¿Cuál es su nacionalidad?	37
Figura 4 ¿Lugar de residencia?	38
Figura 5 ¿Género?	39
Figura 6 Edad	39
Figura 7 Estado civil	40
Figura 8 ¿Con quien suele realizar sus viajes?	40
Figura 9 ¿Que tiempo estimó para su visita al cantón?	41
Figura 10 ¿Cuál es su nivel de educación?	41
Figura 11 ¿Cuánto gastó durante su estadía en el cantón?	42
Figura 12 ¿Con qué frecuencia suele viajar?	43
Figura 13 ¿Cuál es el objetivo de su viaje?	43
Figura 14 De los siguientes productos gastronómicos cual le gustaría que se implemente en el cantón.	44
Figura 15 <i>¿Cuánto influye la gastronomía al momento de seleccionar un destino?</i>	45
Figura 16 ¿Qué actividades turísticas realizó durante su estadía en el cantón?	45
Figura 17 ¿Le gustaría participar en una ruta gastronómica durante su visita?	46
Figura 18 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una experiencia gastronómica única e innovadora?	47
Figura 19 ¿Que tan importante considera la innovación en rutas gastronómicas?	48
Figura 20 ¿Qué tipo de establecimientos de comida suele visitar?	49
Figura 21 ¿Qué factores son importantes al momento de elegir un restaurante?	49
Figura 22 ¿Estaría interesado en rutas turísticas gastronómicas que también incluyan actividades culturales y naturales?	50

Figura 23 ¿Volvería a visitar el cantón?	51
Figura 24 Mapa de la ruta	74
Figura 25 Afiche viaje a la cocina tradicional-	75
Figura 26 Mapa ruta	86
Figura 27 Afiche full Day rincón mágico	87
Figura 28 Encuestas	108
Figura 29 Encuestas	108
Figura 30 Encuestas	108
Figura 31 Encuestas	109
Figura 32 Encuestas	109
Figura 33 Encuestas	109
Figura 34 Encuestas	110
Figura 35 Encuestas	110
Figura 36 Encuestas	110
Figura 37 Encuestas	111
Figura 38 Entrevistas	111
Figura 39 Entrevistas	111
Figura 40 Entrevistas	112
Figura 41 Entrevistas	112
Figura 42 Entrevistas	112

1 INFORMACIÓN GENERAL

Título: Diseño de un producto turístico gastronómico del Cantón Latacunga

Lugar de ejecución:

Cantón Latacunga “Provincia de Cotopaxi”

Institución, unidad académica y carrera que auspicia:

Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales,
Carrera de Turismo

Proyecto vinculado:

Patrimonio alimentario y gastronómico de la provincia de Cotopaxi

Nombres de equipo de investigación:

Tutor: Norma Lucia Benavides Zura

Correo: norma.benavides9644@utc.edu.ec

Alumno: Mayra Paola Choloquina Oña

Correo institucional: Mayra.choloquina1920@utc.edu.ec

Área de Conocimiento:

Servicios

Línea de investigación:

Planificación y gestión del turismo sostenible

Sublínea de investigación

Gestión del turismo sostenible

2 JUSTIFICACIÓN

El turismo gastronómico se define como un tipo de turismo en el que el enfoque principal se centra en la gastronomía y la cultura culinaria del destino visitado. La motivación principal de los viajeros es explorar y experimentar las diversas formas de preparar alimentos, descubrir nuevos sabores y comprender los elementos que rodean esta experiencia, ya sean de carácter cultural, natural o social (Vivanco F. , 2021).

La investigación tiene como objetivo diseñar productos turísticos gastronómicos en el Cantón Latacunga, con el fin de generar ingresos económicos a través de la oferta a turistas nacionales y extranjeros. Este proyecto se propone a contribuir al aumento de afluencia turística en la provincia de Cotopaxi, específicamente en Latacunga. Según el Plan de Turismo (2020), únicamente “el 7,3% de los turistas extranjeros ha visitado la provincia de Cotopaxi, mientras algo más de la mitad, el 51% se dirige a Guayas y el 41.7%, Pichincha” (P. 59).

Por otro lado, Según Culinary Hub (2023) “un destino gastronómico se refiere a lugares que atraen a turistas debido a su oferta culinaria. Esto implica que los viajeros son motivados por los sabores locales y la experiencia gastronómica, lo cual puede ser clave para el desarrollo turístico de Latacunga.

En el cantón Latacunga, según el Plan de Turismo (2020), “tiene potencial de ser considerado un destino gastronómico debido a la diversidad de platos y bebidas disponibles tanto en sus área urbana y rural”. Sin embargo, para que esta diversidad se materialice plenamente, es fundamental que se gestione adecuadamente por parte de los actores turísticos locales. Esto implica la creación de productos turísticos gastronómicos innovadores que se alineen a las necesidades y motivaciones de los turistas.

Por lo tanto, al diseñar productos turísticos gastronómicos, se busca satisfacer las necesidades de la demanda turística, que anhela experiencias culinarias diferentes e innovadoras. Con el objetivo de ofrecer una experiencia más completa e inolvidable, se pretende desarrollar productos gastronómicos originales que se diferencien de los existentes en el cantón, garantizando así que los visitantes disfruten de una oferta única y atractiva que enriquezca su viaje.

3 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Los beneficiarios directos de la presente investigación son restaurantes, cafeterías, bares, centro de comidas de lo cual se consideran 97 establecimientos de alimentos y bebidas , ya que se contará con la participación directa de los mismos para el diseño del producto gastronómico, para ofertar a turistas nacionales y extranjeros, estudiantes de la universidad ya que ellos observan cómo el producto gastronómico impacta dentro del cantón, con la finalidad que conozcan al cantón como destino gastronómico y este proyecto sirva de guía para las futuras generaciones.

Dentro de los beneficiarios indirectos tenemos a los habitantes del Cantón Latacunga, los visitantes conocerán las costumbres locales, lo que fortalecerá la identidad cultural y gastronómica

Tabla 1 *Beneficiarios directos e indirectos*

Beneficiarios directos.	
Estudiantes de la carrera de turismo.	157 estudiantes
Prestadores de alimentos y bebidas.	97 establecimientos
Turistas nacionales.	275,020 turistas
Turistas extranjeros.	84,087 turistas
Beneficiarios indirectos.	
Habitantes del Cantón Latacunga: 170.489 habitantes	
Hombre.	82.301
Mujeres.	88.188

Nota: Datos obtenidos del (Inec,2010), Plan de turismo (2020), Catastro. elaboración propia

4 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Según Ministerio de Turismo (2020) El “Ecuador es un país que tiene una amplia variedad de productos turísticos, lo que fácilmente le permite ser un destino gastronómico como: es el de Portoviejo que en el 2019 recibió por parte de la UNESCO como la primera Ciudad Creativa del Ecuador en la categoría Gastronomía por las delicias culinarias que deleitan los paladares nacionales e internacionales. La sal prieta, mariscos y productos de la costa ecuatoriana; los habitantes manabitas recuperan su cultura, mediante la gastronomía y la

conservación de recetas ancestrales, este reconocimiento está basado en la intergestión de varias instituciones tanto públicas como privadas.

La cultura gastronómica ha ido disminuyendo debido a la llegada de turistas o visitantes que deciden establecerse como residentes e incorporar sus propias tradiciones culinarias. Este fenómeno ha llevado a que los platos tradicionales y típicos pierdan su relevancia al momento de elegir opciones culinarias. La "gastrificación" es un término que describe esta homogeneización de la oferta gastronómica, donde la autenticidad de las cocinas locales se ve amenazada por la influencia de culturas externas y la estandarización de los menús en restaurantes (Cantero, 2023)

La provincia de Cotopaxi es un lugar rico en cultura y naturaleza, donde la gastronomía se considera una de las bases fundamentales para el desarrollo del turismo gastronómico. Gracias a la preparación de diversos platos típicos de la región, se aprovechan adecuadamente para potenciar las actividades turísticas existentes en la provincia. La conexión entre la oferta gastronómica y el turismo no solo enriquece la experiencia del visitante, sino que también contribuye a la preservación de la identidad cultural local (Echeverría & Mercedes, 2022).

Por otro lado, el cantón Latacunga alberga una riqueza invaluable de conocimientos ancestrales, tradiciones y una exquisita gastronomía, que se manifiestan a través de elementos tangibles e intangibles, formando parte esencial de la identidad cultural local. Sin embargo, debido a la falta de conocimiento y valoración por parte de las generaciones actuales, estos elementos culturales están siendo desaprovechados y corriendo el riesgo de caer en el olvido (Almachi, 2019).

Por lo cual, para que una ciudad sea considerada un destino gastronómico, debe cumplir varios requisitos esenciales, incluyendo la calidad y diversidad de su oferta culinaria, la presencia de restaurantes y chefs de renombre, y la organización de eventos gastronómicos destacados como festivales y ferias. Además, debe ofrecer experiencias educativas y culturales relacionadas con la gastronomía, como clases de cocina y tours culinarios, y contar con productos locales de alta calidad que reflejen su patrimonio culinario. La hospitalidad, la calidad del servicio, y la infraestructura turística también son cruciales (Wolf, 2019) .

Con lo mencionado anteriormente la ciudad de Latacunga podría ser considerada como un destino gastronómico, sin embargo, la oferta de productos innovadores, son limitados.

Aunque existe una ruta conocida como La Ruta de la Machica, no se han encontrado estudios recientes que evalúen su impacto, promoción u operatividad. Esta ruta permite participar en el proceso y elaboración de la machica, un alimento tradicional, pero su desarrollo y reconocimiento en el ámbito turístico aun son escasos (Moina, 2023).

La falta de un producto gastronómico atractivo y satisfactorio en Latacunga puede tener consecuencias negativas significativas tanto para los turistas como para la comunidad local. En primer lugar, la escasez de opciones culinarias innovadoras limita la experiencia de los visitantes, quienes buscan no solo disfrutar de la belleza del lugar, sino también de su oferta gastronómica. Esto puede resultar en una disminución de interés turístico, afectando directamente a los ingresos económicos que estos generan. Para contrarrestar estos efectos, es fundamental desarrollar productos de calidad que no solo atraigan a los visitantes, sino que también los motiven a permanecer más tiempo en el destino.

5 OBJETIVOS:

5.1 Objetivo General

- Analizar el turismo gastronómico en el cantón Latacunga aplicando distintas metodologías aportando al desarrollo local.

5.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual del área de estudio.
- Establecer las características de la oferta y demanda del turismo gastronómico del cantón
- Diseñar un producto turístico gastronómico para el cantón Latacunga con base en la gastronomía patrimonial y gastronomía actual.

6 SISTEMATIZACIÓN DE ACTIVIDADES

Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

Tabla 2 Cuadro de actividades y sistema de actividades

Objetivos	Actividades	Metodología	Resultados
Objetivo 1 Diagnosticar la situación actual del área de estudio.	-Revisión bibliográfica -Selección de información y documentos Análisis de información -Sistematización de información	Tipo: Diagnóstico Método: Descriptivo, Bibliográfica. Técnica: Análisis de información, redacción científica, sistematización de la información. Instrumentos: Artículos científicos, PDOTS, Tesis.	Diagnostico situacional del área de estudio.
Objetivo 2 Establecer las características de la oferta y demanda del turismo gastronómico del cantón.	-Revisión de documentos -Selección de información y documentos -Análisis de información -Diseño de cuestionario -Salidas de campo -Realizar las encuestas	Tipo: Diagnóstico, documental y de campo. Método: Cualitativo Técnica: análisis documental, entrevistas, encuestas.	Características de la oferta y demanda del cantón.

	-Planificación y ejecución de las entrevistas. -Sistematización de la información	Instrumentos: Artículos científicos, tesis, catastro, cámara, guion cuestionario.	
Objetivo 3 Diseñar un producto turístico gastronómico del cantón Latacunga con base en la gastronomía patrimonial y actual.	-Revisión bibliográfica -Revisión del inventario de atractivos turísticos. Revisión del catastro de la planta turística. -Aplicación del manual de diseño de rutas SENA. Determinación y selección de servicios a incluir en la ruta. Determinación de los costos y gastos de la operación. 4. Determinación de precios y beneficios netos de la operación.	Tipo: Descriptiva y de campo. Método: Inductivo, manual SENA. Técnica: Diseño de los productos. Instrumentos: Guía diseño de rutas turísticas SENA, artículos científicos y guion.	Producto turístico gastronómico.

7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

La presente investigación debe poseer los conceptos como una base para iniciar la investigación.

7.1 Marco legal

Es fundamental tener en cuenta las bases legales, que incluyen leyes, normas y reglamentos relacionados con la protección del patrimonio cultural. En la Constitución de la República del Ecuador (2008), se establece lo siguiente:

Art. 3: Se debe proteger el patrimonio natural y cultural del país. Art. 21: Las personas tienen el derecho de construir y mantener su propia identidad cultural, decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales, y expresar esas decisiones. Además, tienen el derecho de conocer la memoria histórica de sus culturas, acceder a su patrimonio cultural, difundir sus propias expresiones culturales y disfrutar de una variedad de expresiones culturales. (p. 17 y 24)

Según los artículos mencionados, se establece que el Estado tiene la responsabilidad de asegurar el respeto por el patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, presente en nuestro país. Además, se enfatiza la importancia de crear leyes que promuevan la salvaguarda y difusión de las diversas expresiones culturales. Este enfoque busca garantizar que las futuras generaciones puedan participar en estas manifestaciones culturales, asegurando su continuidad y preservación a lo largo del tiempo.

En los artículos 22 y 23 de la Constitución de la República del Ecuador (2008), se establece que las personas tienen el derecho de desarrollar su creatividad, participar en actividades culturales y artísticas, y beneficiarse de la protección de sus derechos morales y patrimoniales relacionados con sus producciones científicas, literarias o artísticas. Asimismo, se les garantiza el acceso y la participación en el espacio público como un lugar para el intercambio cultural, la cohesión social y la promoción de la igualdad en la diversidad, siempre bajo las limitaciones que la ley establezca.

De manera similar, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD, 2014) establece en el Artículo 4 que uno de los objetivos de los gobiernos autónomos descentralizados es "la protección y promoción de la diversidad cultural, así como el respeto a los espacios destinados a la generación e intercambio cultural; y la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural" (p. 8)

Las entidades públicas deben fomentar la realización de ferias y eventos que creen espacios donde la comunidad pueda explorar y apreciar la riqueza cultural de su entorno, lo que a su vez contribuirá al desarrollo de un sentido de pertenencia e identificación entre los habitantes.

En la Ley de Patrimonio Cultural (2004), el Artículo 4 establece que el Instituto de Patrimonio Cultural tiene varias funciones y atribuciones, entre las cuales se incluyen investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promover el patrimonio cultural en Ecuador. Además, se encarga de elaborar un inventario de todos los bienes que componen este patrimonio, ya sean de propiedad pública o privada, lo que permite mantener un registro del patrimonio cultural del país.

7.2 Patrimonio gastronómico en Ecuador

Para Rubio (2020) “La cultura culinaria del Ecuador ha sido traspasada de manera oral. Sin duda, cada familia ha aprendido a cocinar, al ver a sus abuelas. El lenguaje es un vehículo para expresar el patrimonio cultural intangible y de esta forma preservar las tradiciones del país”.

La variedad de platos que existen en el Ecuador se debe a los diversos pisos climáticos, los cuales permiten cultivar diferentes ingredientes para la preparación de platos como (ceviche, papas con cuy, chontacuro, quinoa, Chugchucas etc.).

7.3 Gastronomía Tradicional

Según Bermeo (2020), lo tradicional se refiere a “aquellas preparaciones que son exclusivas de un territorio específico, de tal manera que una persona que se encuentre fuera de su localidad no puede consumir o disfrutar de esa elaboración especial”. Si bien lo tradicional puede ser subjetivo, lo que se resalta es que dicha preparación quede grabada en la memoria colectiva, lo cual es el resultado de la transmisión de conocimientos de una generación a otra.

Los visitantes buscan disfrutar de platos gastronómicos únicos y diferentes a los que pueden encontrar en otros lugares. Estos se caracterizan por ser elaborados con ingredientes naturales, evitando en lo posible el uso excesivo de aditivos químicos. La autenticidad y la calidad de los insumos son factores clave para que los turistas puedan experimentar la verdadera esencia de la gastronomía local.

7.4 Gastronomía Típica

El turista que visita los establecimientos de alimentos y bebidas valora mucho la gastronomía típica. debido a sus características única, Para Perspect Nut Hum (2019)” La gastronomía es una forma de expresión que refleja el significado histórico y cultural de las comunidades, permitiendo la conexión entre conocimientos, sensaciones y emociones acumuladas a lo largo del tiempo “, los cuales pertenecen a una región en específico los cuales se transmiten de generación a generación a lo largo del tiempo.

Mientras que Llenero (2021) menciona que “La gastronomía típica es altamente valorada por los turistas, quienes suelen buscar establecimientos de alimentos y bebidas que se distingan por sus características únicas”. Por esta razón, es fundamental que los restaurantes que ofrecen comida típica mantengan una buena presentación y proporcionen un servicio de calidad, sin sacrificar los elementos auténticos que definen su propuesta gastronómica.

7.5 La gastronomía local

La gastronomía local refleja valores que abarcan tanto los aspectos fisiológicos, es decir, la necesidad básica de alimentarse de cualquier persona, ya sea un turista o un residente, como aquellos que están vinculados a la comprensión de la historia, las tradiciones ancestrales y las interacciones sociales de un lugar(Campos, Fernández, López , & Alba, 2021)

Mientras que Cusme (2022) dice que “La gastronomía se configura como una manera de enriquecer la oferta turística, ya sea como un producto principal o como un valor añadido al turismo cultural, que se entiende como la recuperación del conocimiento y las tradiciones de un pueblo”.

7.6 Patrimonio gastronómico

El patrimonio gastronómico se entiende como una expresión creativa que surge en cada región, íntimamente ligada a su historia, geografía, suelo y clima. Representa el reconocimiento cultural que las personas otorgan a los platos y productos característicos de la gastronomía local. Aunque se basa en la tradición, este patrimonio es dinámico y se adapta a medida que la sociedad evoluciona. Sus dimensiones abarcan elementos tangibles, como las materias primas y herramientas utilizadas, así como la organización comunitaria, la transmisión de conocimientos, el simbolismo asociado y el valor emocional que se le atribuye en la sociedad (Herrera, 2019)

De acuerdo a la definición se puede decir que un patrimonio gastronómico es el cual contiene una historia detrás de los ingredientes utilizados para la preparación del mismo, estos

dependen de la cosmovisión de cada pueblo, además que esta es una herencia cultural ya cual pasa de generación a generación.

7.7 Gastronomía

para Almachi (2018) define el “turismo gastronómico como una modalidad de turismo que se centra en la gastronomía y la cultura culinaria del país que se visita. Su principal motivación radica en conocer y experimentar las diversas formas de preparar alimentos”, descubrir nuevos sabores y entender los elementos que los rodean, incluyendo aspectos culturales, naturales y sociales.

La gastronomía generalmente dice mucho sobre la cultura de cada región del mundo, es una carta de presentación hacia los visitantes, ya que además de darnos ricos sabores puede mostrarnos sobre las costumbres y el estilo de vida de las personas., Hay países que incluso antes de cualquier otra cosa resaltan por su rico menú gastronómico como es el suceso de México, Guatemala o Perú (Mones, 2023).

Mientras que la gastronomía para Manuel López (2020) “La gastronomía va tomando forma y adquiriendo fuerza dentro del turismo, y desde ambas industrias se busca desarrollar una oferta gastronómica más interesante. En muchas ocasiones el rol de la gastronomía consiste en atraer clientes a un determinado lugar y luego complementar esta oferta con otros servicios turísticos”.

La gastronomía no solo es la preparación de un plato, también estos conllevan la historia y tradiciones de los pueblos, los platos son preparados de distintas formas y diferentes ingredientes que existen en cada región debido a sus diferentes pisos climáticos.

7.8 Innovación gastronómica

La relevancia de las tendencias, su estudio y posterior adaptación a cada negocio tienen una importancia mucho mayor que el hecho de sólo imitar a otros. La innovación gastronómica es un pilar indiscutible a la hora de pensar un nuevo producto de cualquier categoría. Innovar, a veces, es volver atrás, recorrer el pasado para mirar al futuro con otros ojos. Detectar tendencias es una forma de comprender lo que los consumidores hacen ahora y lo que pueden hacer en el futuro. (Martínez, 2022).

7.9 Turismo gastronómico

Para Vivanco (2021) “El turismo gastronómico es una forma de turismo, donde el interés está puesto en la gastronomía y cultura culinaria del país que se visita. Su principal

motivación es conocer y experimentar las formas de preparar ciertos alimentos, descubrir nuevos sabores” y entender los elementos que lo rodean, sean estos culturales, naturales, sociales, etc.

La gastronomía va más allá de la mera preparación de alimentos. Es un reflejo del patrimonio cultural, las tradiciones y el sentido de comunidad de cada sociedad. Además, actúa como un medio para promover el entendimiento entre diversas culturas, acercando a las personas y sus costumbres.

7.10 Destino turístico

Según SENANTUR (2022) “El destino turístico es un núcleo geográfico y el lugar donde los turistas pernoctan y si así lo deciden, también es el punto de distribución de sus viajes dentro de un área más amplia que puede incluir diversos atractivos y otros destinos”

Un destino turístico es un lugar que atrae visitantes por sus características únicas y la experiencia que ofrece. Este concepto implica que un destino no se define únicamente por su ubicación geográfica, sino también por la infraestructura y los servicios que brinda a los turistas. Los destinos turísticos son sistemas complejos que integran elementos tangibles, como alojamientos, restaurantes y transporte, junto con elementos intangibles, como la cultura, la hospitalidad local y las actividades de ocio.

7.11 Destino turístico gastronómico

Se denomina destino gastronómico a aquel lugar del mundo que se ha convertido en un destino turístico destacado debido a su gastronomía. Por ejemplo, se consume Ceviche en Perú, mientras que Alba, en Italia, es el lugar donde cualquier persona buscaría degustar la trufa. Debido a la influencia o relevancia de su cocina, como México o Francia, también hay países que se consideran destinos gastronómicos en sí mismos. (Hub, 2024).

7.12 Producto turístico gastronómico

Se define el producto turístico gastronómico como un conjunto de productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas, tanto materiales como inmateriales, que se ofrecen en itinerarios, tours, rutas y circuitos en diversas zonas geográficas. Su objetivo es satisfacer los deseos y expectativas del turista de manera complementaria y fundamental durante su viaje. Finalice la fuente original.” Este producto puede incluir: mercados, productos, atracciones, actividades, alojamiento, infraestructura interna y externa, así como equipamiento y superestructura. Los productos turísticos gastronómicos son una colección diversa que abarca

desde mercados hasta la infraestructura turística, reflejando la riqueza y variedad de la oferta gastronómica (Montevideo, 2016).

Existen varios productos tales como:

7.13 Rutas gastronómicas

Una ruta gastronómica es un producto turístico estructurado que contribuye al desarrollo local de una región al atraer turistas interesados en la gastronomía. Algunas características clave de una ruta gastronómica. (Jeanney, 2016)

Una ruta gastronómica es una herramienta para el desarrollo local que combina turismo, gastronomía y cultura de una manera estructurada y atractiva para los visitantes interesados en la comida de un destino. Son de gran importancia ya que estas permiten la difusión del territorio como un sitio turístico, las rutas gastronómicas permiten dar a conocer sobre la gastronomía local, Esta deben poseer actividades complementarias que atraigan y sean de importancia a los turistas, con el fin de promover el desarrollo local.

7.14 Circuito gastronómico

El circuito gastronómico se define como la conexión de varios puntos de interés dentro de un territorio específico, centrado en la temática de la cocina tradicional. Este recorrido abarca desde el origen de la materia prima, es decir, los componentes agropecuarios, hasta la obtención del producto final, que es el plato típico ya elaborado. Es fundamental considerar diversos aspectos implícitos en la gastronomía durante su desarrollo, ya que, además de ser el elemento central para el diseño del circuito, también se integran otros recursos, como los aspectos productivos, históricos y simbólicos. (Vera & Vera , 2017)

7.15 Festival gastronómico

Segun Carvache (2020) “Un festival gastronómico es un evento que celebra y destaca las especialidades culinarias de una región o localidad, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de experimentar la cultura a través de la comida”. Estos festivales no solo se centran en la degustación de platillos, sino que también incluyen actividades y programas relacionados con la gastronomía, como talleres, demostraciones de cocina y presentaciones culturales

7.16 Ferias gastronómicas

Una feria gastronómica es un evento que reúne a productores, chefs y amantes de la comida para celebrar y promocionar la gastronomía de una región específica. Estas ferias ofrecen una variedad de actividades, incluyendo degustaciones, talleres, exhibiciones y la venta

de productos locales, permitiendo a los asistentes explorar la diversidad culinaria de la zona. (Ferias Ecuador, 2020)

7.17 Experiencias turísticas gastronómicas

Según Chiriboga (2022) “los viajeros no solo buscan explorar nuevos destinos, sino también experimentar la autenticidad de la cultura local a través de su gastronomía. En este sentido, el diseño de experiencias memorables, permite a los viajeros sumergirse a una experiencia única que combine sabores, aromas, texturas y emociones”.

Este enfoque resalta la importancia de crear experiencias turísticas que no solo sean visuales, sino que también involucren todos los sentidos del viajero. La gastronomía se convierte en un vehículo para conectar a los turistas con la cultura local, permitiendo una inmersión más profunda en las tradiciones y costumbres del destino.

7.18 Turismo cultural

El turismo cultural es una modalidad de actividad turística en la que la motivación principal del visitante es aprender, descubrir, experimentar y disfrutar de los productos y atracciones culturales, tanto tangibles como intangibles, que ofrece un destino. Estos productos y atracciones están relacionados con una serie de características distintivas que abarcan aspectos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales de una sociedad. Esto incluye el arte y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, la gastronomía, la literatura, la música, las industrias creativas, así como las culturas vivas, que reflejan sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones. Además, el turismo cultural fomenta un entendimiento más profundo de la diversidad cultural y promueve el respeto y la apreciación por las distintas formas de vida y expresión artística que existen en el mundo (artística, 2022).

Esta actividad permite a los turistas conocer las costumbres y tradiciones de sitios que visitan a lo largo de los viajes, los turistas buscan salir de su lugar habitual a conocer más de la gastronomía con el fin de intercambiar sus conocimientos entre sí.

7.19 Oferta turística

Una oferta turística es una combinación de servicios y bienes que se ofrecen a un consumidor que desea realizar un viaje turístico para su consideración. Un turista o un consumidor es el destinatario de la oferta turística. Por lo tanto, es esencial reconocer las necesidades reales del cliente y enfocar la oferta en función de estas necesidades al planificar y crear un paquete de servicios. (Ceupe, 2023).

Mientras que, según García, (2021) menciona que “la oferta gastronómica no se limita a los platos y bebidas, sino que también considera la calidad del servicio, la presentación de los productos y la experiencia del cliente”. Es fundamental que esta oferta se adapte a las tendencias del mercado y a las necesidades del consumidor.

Entendemos por demanda turística al conjunto de productos y servicios, los cuales se complementan con actividades, el cual permite que los turistas se sientan motivados de visitar un lugar ya sea para conocer la (cultura, gastronomía, historia, naturaleza) otros.

7.20 Demanda turística

La demanda turística suele tener características estacionales (la demanda de viajes se concentra en determinados períodos del año, denominados temporadas altas). También suelen influir factores del destino, como el atractivo económico, la estabilidad económica o la diversidad de recursos turísticos que ofrece el lugar, o factores del lugar de origen, como el nivel de ingresos, la moda o las vacaciones estructuradas. (Ilerna, 2019).

Para Villasante (2019) es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, “están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado”.

Son un grupo de personas, que viajan a distintos lugares, los cuales, a través del uso y compra de los; (servicios turísticos, alimentos y bebidas, hospedaje y el uso de transporte) esto aporta al ingreso de dinero en los sitios.

8 Validación de la pregunta científica

¿Se puede diseñar un producto turístico gastronómico innovador que permita diversificar la oferta del cantón?

Es posible diseñar un producto turístico gastronómico innovador en el cantón Latacunga que contribuya a diversificar su oferta. La gastronomía de Latacunga, caracterizada por su diversidad de sabores y tradiciones, representa un atractivo significativo para el turismo. Se pueden implementar rutas gastronómicas que incluyan vistas y degustaciones de platos tradicionales como: las allullas, queso de hoja, chugchucaras, chaguarmishqui. Así como visitas a mercados, huertas, haciendas, parques y museos.

9 METODOLOGÍA

La metodología de la investigación es el método que utilizarás para resolver un problema de investigación mediante la recopilación de datos utilizando diversas técnicas, proporcionando una interpretación de los datos recopilados y obteniendo conclusiones sobre los datos de la investigación” (Ortega, 2020),

9.1 Objetivo 1

Diagnosticar la situación actual del área de estudio.

9.1.1 Tipo de investigación

Investigación diagnóstica

La investigación diagnóstica es un proceso de investigación orientado a proporcionar información crucial para la resolución de una problemática específica. Este proceso se encuentra estrechamente vinculado entre la intervención y el contenido. (Miranda, 2023)

Se analizó la información de diversos documentos, como PDOTs, tesis y artículos científicos, con el fin de obtener información relevante para la investigación. Este proceso permitió reunir datos y perspectivas valiosas que enriquecieron el estudio y facilitaron una comprensión más profunda del tema abordado.

9.1.2 Métodos

Método bibliográfico

Es el conjunto de técnicas y estrategias que se emplean para localizar, identificar y acceder a aquellos documentos que contienen la información pertinente para la investigación. El cual permitirá al investigador utilizar los datos registrados de determinados archivos para llevar a cabo su propia investigación (Lopez, 2009).

Este método permitió a los investigadores analizar y describir información relevante del área de estudio, incluyendo aspectos fundamentales como el clima, la ubicación, la población, las limitaciones y las parroquias que la componen.

9.1.3 Técnicas

La técnica es un conjunto de procedimientos, materiales o intelectuales que se aplican en una tarea específica, fundamentándose en el conocimiento de una ciencia o arte para obtener un resultado determinado; se refiere a los instrumentos y medios a través de los cuales se lleva

a cabo un método, y su aplicación está restringida a un ámbito científico particular. (Ramos, 2008)

Análisis de la información

El análisis de la información implica el proceso de identificación y extracción de información importante de una fuente dada (Ortega, 2019)

Redacción científica

La redacción científica es importante para presentar los hechos y las ideas de manera que se evite la ambigüedad o el equívoco, se debe desarrollar con un rigor lógico, evitar las frases confusas y las palabras empleadas deben generar cohesión y coherencia dentro del texto (Rojas, 2020)

9.1.4 Instrumentos

Es una herramienta que se utiliza para obtener, medir y analizar datos de sujetos relacionados con el tema de investigación. Debe decidir el instrumento que utilizará según el tipo de estudio que esté realizando (Investigación, 2020)

Para realizar el diagnóstico del cantón Latacunga, se revisaron artículos científicos, tesis y PDOTs sobre el área de estudio, con el fin de seleccionar información de diferentes documentos que contribuyeron a la investigación.

9.2 Objetivo 2

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

9.2.1 Tipo de investigación

Investigación diagnóstica

Se utilizó con el objetivo de conocer la oferta y la demanda del cantón Latacunga, debido a que no contaba con información actualizada que permitiera la elaboración de un producto gastronómico en base a los turistas que visitaban el sitio

Investigación documental

La investigación documental es un método de investigación cualitativo que consiste en recopilar y seleccionar información a través de la lectura de libros, revistas, documentos, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías y otros recursos (Ortega, 2019).

Se realizó la revisión de documentos con la finalidad de conocer y determinar un instrumento que permitiera saber las características de los turistas y a los establecimientos de alimentos y bebidas que promovían la gastronomía tradicional existentes en el cantón.

Investigación de campo

Según Alberto Cajal (2020) dice que “la investigación de campo es la recopilación de datos nuevos de fuentes primarias para un propósito específico. Es un método de recolección de datos cualitativos encaminado a comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural”.

Para la investigación de campo, se realizaron visitas en Situ a diferentes atractivos y establecimientos de alimentos y bebidas con el fin de llevar a cabo encuestas y entrevistas para determinar el producto turístico gastronómico.

9.2.2 Método Cualitativo

Se revisaron documentos y metodologías para elaborar un instrumento que permitiera conocer el perfil del turista, y se elaboró un guion con el fin de realizar las entrevistas a los establecimientos que promovían la gastronomía tradicional.

9.2.3 Técnica.

Análisis de documentos.

El análisis documental es una técnica que considera la pertinencia de los posibles documentos que se proponen para evidenciar el cumplimiento del indicador. Para expresar su contenido sin ambigüedades de información y encontrar los puntos de acceso de evidencias documentales, la selección de las ideas pertinentes de un documento es un método práctico y funcional (UNAN, 2020)

Entrevistas

Las entrevistas es un instrumento de investigación para obtener información representativa de un grupo de personas. Se trata de aplicar un cuestionario a determinado número de individuos, con el objeto de obtener un resultado (Fuenzalida, 2019)

Se elaboró un guion en base a las respuestas obtenidas en las encuestas, con el fin de conocer qué tipo de comida ofrecen y qué actividades innovadoras proponen, 24 establecimientos forman parte de la ruta.

Presentación: Buenas [días/tardes/], mi nombre es Mayra Choloquina soy estudiante de la Universidad Técnica de Cotopaxi de la carrera de Turismo.

Preguntas para el restaurante

1. ¿Qué tipo de cocina ofrecen en su restaurante?
2. ¿Cuáles son sus platos o especialidades más destacadas?
3. ¿Han incorporado alguna innovación reciente en su menú o en la forma en que sirven a sus clientes?
4. ¿Qué innovación gastronómica podría implementar para mejorar la experiencia turista?
5. ¿Que mecanismo tiene para asegurarse de que la calidad y la experiencia del cliente mejore constantemente?
6. ¿Ofrecen o consideran ofrecer experiencias adicionales en su restaurante?
7. ¿Tiene algún tipo de tour gastronómico dentro del restaurante?
8. ¿Qué historias o elementos culturales de su restaurante podría compartir con los turistas para hacer la experiencia más enriquecedora?

Agradecimiento: Muchas gracias por su tiempo y por compartir esta información.

Encuestas

Según Douglas Silva (2022) manifiesta que” las encuestas son un método de recolección de datos a partir de un muestreo de personas, a menudo con el objetivo de generalizar los resultados para un segmento de población más grande”

Se realizaron entrevistas a 380 turistas mediante un cuestionario de 23 preguntas que permitieron conocer las preferencias, gustos y motivaciones, lo que facilitó la definición del producto turístico gastronómico.

Población y muestra

La población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros" (López P. L., 2017).

Para calcular la demanda actual se tomó como referencia el total de turistas que llegaron a Latacunga en el 2018, Según el Plan de Turismo Latacunga (2020 – 2025), lo cual permitió determinar la muestra.

Datos para el cálculo de la muestra:

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

Donde:

n = Población o universo = 479.174

e = Margen de error = 0,05

Z= Nivel de confianza = 95% = 1,95

σ= Desviación estándar = 0,5

Para el cálculo de la muestra finita, se utilizó como población a los turistas que visitaron el cantón Latacunga, Según el Plan de Turismo de Latacunga (2020-2025), “en el 2018 se registró la llegada de aproximadamente (479.174) turistas”, cifra que se considera la más confiable. Este dato servirá como base para determinar la muestra necesaria para las encuestas.

$$N = \frac{479.174 * 1.95^2 * 0.5^2}{0.05^2 * (479.174 - 1) + (1.95^2 * 0.5^2)}$$

$$N = \frac{479.174 * 3.8025 * 0.25}{0.0025 * (479.173) + (3.8025 * 0.25)}$$

$$N = \frac{455,514.783}{1.197,932 + 0.95}$$

$$N = \frac{455,514.783}{1.197,932.95}$$

N= 380 encuestas

9.3 Objetivo 3

Diseñar un producto turístico gastronómico para el cantón Latacunga con base en la gastronomía patrimonial y gastronomía actual.

9.3.1 Métodos

Método inductivo

Según UAC (2024) el “método inductivo generalmente se le utiliza cuando se quiere ir de lo particular a lo general, esto que quiere decir que se va a realizar las salidas de campo primero y luego pasamos a a lo escrito, y se analizó diferentes aspectos de la oferta y demanda

Este método me permitió realizar las salidas de campo para obtener información de la gastronomía y la oferta, con el fin realizar el diseño de un producto turístico gastronómico.

Manual de diseño de rutas (SENA)

Para el diseño de producto gastronómico se utilizará el manual de diseño de rutas SENA, la cual está conformada por 4 fases.

1. Estructura de la ruta

Se realiza un inventario de los atractivos turísticos de la zona, de los cuales se definen cuales formaran parte de la ruta

2. Determinación y selección de servicios a incluir en la ruta.

Selección de quienes formaran parte de la ruta como (restaurantes, alojamiento, alimentación, guías y actividades recreativas)

3. Determinación de los costos y gastos de la operación.

Elaboración de una tabla en donde se analizó los costos y gastos para realizar una ruta (tabla 19 y 22)

4. Determinación de precios y beneficios netos de la operación.

Se determina el precio de la ruta por persona y si este es factible realizar la ruta

Diseño de productos

Según Qualtrics (2020) “El proceso de diseño de un producto consiste en imaginar, conceptualizar, probar, repetir y perfeccionar un producto de forma que esté listo para su usuario final”.

Dentro del cantón se diseñará un producto turístico gastronómico para turistas nacionales y extranjeros que sean innovadores y satisfagan a los turistas.

9.3.2 Instrumentos.

Se revisaron artículos científicos, tesis y PDOTS, donde se obtuvo información para diseñar nuestro producto gastronómico.

Catastro

Se utilizó esta herramienta, la cual proporcionó información sobre los establecimientos de alimentos y bebidas existentes en el cantón Latacunga.

10 . ANÁLISIS DE RESULTADOS

10.1 Situación actual de la zona de estudio

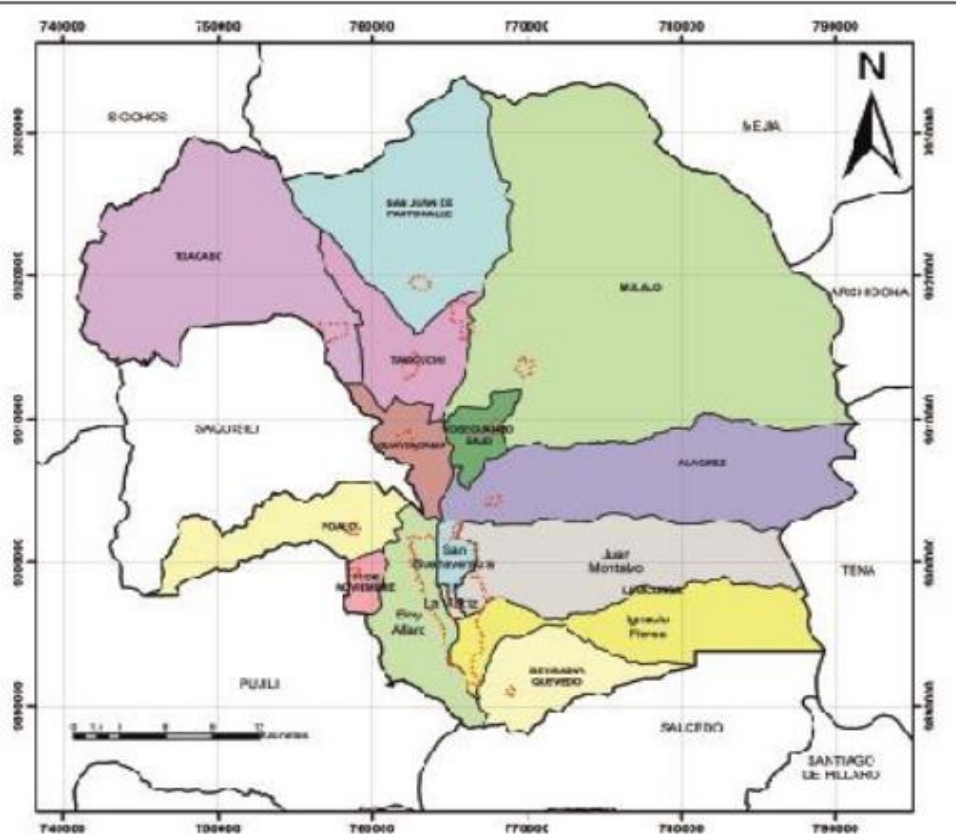
El cantón Latacunga fue fundado en el 27 de octubre de 1584 por Juan Antonio Clavijo, es uno de los 7 cantones que conforman la provincia de Cotopaxi, tiene una extensión de 1.386 km², está ubicado al Sur- Este, cuenta con 5 parroquias urbanas (Matriz, Ignacio Flores, Eloy Alfaro, Juan Montalvo, San Buenaventura) y 10 parroquias rurales (Aláquez, Pastocalle, Joseguango Bajo, Belisario Quevedo, Guaytacama, Poaló, Once de Noviembre, Tanicuchí, Mulaló, y Toacaso). (PDOT Latacunga, 2016 - 2028)

Tabla 3 Información general del cantón Latacunga

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Latacunga	
Población	183, 446 habitantes
Rango altitudinal	2700-300 msnm
Límites	Norte con la provincia de Pichincha Sur con el cantón Salcedo Este con la provincia de Napo Oeste con los cantones Pujilí, Saquisilí y Sigchos.

Adaptado: PDOT cantón Latacunga 2016-2028

Figura 1 Mapa político del Cantón Latacunga



Fuente: PDOT Latacunga 2016-2028

10.2 Economía

De acuerdo con el sistema integrado de indicadores sociales de Ecuador (SIISE)” en el cantón Latacunga la pobreza por necesidades básicas insatisfechas alcanza el 64,5% de la población total del cantón” el 54,50% pertenecen a la población económicamente activa., De los cuales el 29,20% se dedican a la agricultura y ganadería, y el 15,90% se dedican al comercio, finalmente el 13,70 % se dedican a la industria manufacturera. (Diálogo cantonal latacunga , 2016)

10.3 Educación

En el cantón Latacunga se han identificado 221 establecimientos educativos los cuales están ubicados en las diferentes parroquias, en donde el 95% de los habitantes han culminado el inicial y la primaria, en cambio el 73,93% la secundaria, y 59,62% el bachillerato, y tan solo el 28,79% de la población han llegado a terminar la educación superior ya sea por factores económico u otros. (PDOT Latacunga, 2016 - 2028)

10.4 Breve estudio del turismo en Latacunga

10.4.1 Demanda

Según el plan de Turismo Latacunga (2020-2025) “se registró principalmente la llegada de turistas extranjeros de Europa (Francia, España, Alemania, Italia, Inglaterra), y turistas nacionales (Quito, Pujilí, Saquisilí, Salcedo, Ambato, Guayaquil y Riobamba)” los cuales se llegan principalmente durante los feriados y festividades del cantón, su principal motivación es realizar turismo de aventura y el turismo cultural.

Tabla 4 Perfil de turistas del cantón Latacunga

Perfil del turista	
Sexo	Hombre 55,81% Mujeres 44,81%
Edad	25-65 años
Motivación	Recreación - Negocio Trabajo - Aventura Cultural
Gasto	40 a 80\$
Permanencia	1 a 3 días 3 a 5 días Una semana

Nota: Datos obtenidos del Plan de Turismo Latacunga (2020-2025), Elaboración propia

10.4.2 Oferta

Según el Plan de Turismo del cantón Latacunga (2020-2025) ha identificado un “total de 20 atractivos naturales y 41 recursos culturales”. Esta diversidad permite la promoción y el crecimiento del cantón a través de diversas actividades turísticas, como caminatas, visitas a sitios históricos, degustaciones y recorridos por iglesias.

Adicionalmente, el Plan destaca la existencia de servicios complementarios que facilitan que los turistas permanezcan más de un día en la región, asegurando así una experiencia positiva.

Tabla 5 *Atractivos culturales*

Atractivos culturales del Cantón Latacunga		
Nombre del atractivo	Cantón	Parroquia
Iglesia de Aláquez	Latacunga	Aláquez
Iglesia de San Felipe	Latacunga	Eloy Alfaro
Iglesia de Guaytacama	Latacunga	Guaytacama
Santuario de Cuicuno	Latacunga	Guaytacama
Parque de las Réplicas	Latacunga	Ignacio Flores
Parque Náutico Ignacio Flores	Latacunga	Ignacio Flores
Fiestas Patronales de Santa Marianita	Latacunga	Joseguango Bajo
Iglesia de Joseguango Bajo	Latacunga	Joseguango Bajo
Santuario de Colatoa	Latacunga	Juan Montalvo
Iglesia de San Martín	Latacunga	Juan Montalvo
Iglesia de San Sebastián	Latacunga	La Matriz
Artesanías del Niagra	Latacunga	La Matriz
Capilla San Vicente de Paúl	Latacunga	La Matriz
Casa de los Marqueses	Latacunga	La Matriz
Cementerio General	Latacunga	La Matriz
Centro Histórico	Latacunga	La Matriz
Colegio la Salle	Latacunga	La Matriz
Colegio Sagrado Corazón de Jesús	Latacunga	La Matriz
Iglesia de San Francisco	Latacunga	La Matriz

Iglesia del Salto	Latacunga	La Matriz
Iglesia la Catedral	Latacunga	La Matriz
Iglesia y Convento de la Merced	Latacunga	La Matriz
Iglesia y Convento de San Agustín	Latacunga	La Matriz
Iglesia y Convento de Santo Domingo	Latacunga	La Matriz
Museo de la Escuela Isidro Ayora	Latacunga	La Matriz
Museo Molinos de Monserrate	Latacunga	La Matriz
Museo Vicente León	Latacunga	La Matriz
Palacio Municipal	Latacunga	La Matriz
Parque Cinco de Junio	Latacunga	La Matriz
Parque La Filantropía	Latacunga	La Matriz
Parque Martha Bucaram de Roldós	Latacunga	La Matriz
Parque Simón Bolívar	Latacunga	La Matriz
Hacienda San Agustín de Callo	Latacunga	Mulaló
Iglesia de Mulaló I	Latacunga	Mulaló
Museo Mariscal Sucre	Latacunga	Mulaló
Ruinas Pucará Salitre	Latacunga	Mulaló
Iglesia de Poaló	Latacunga	Poaló
Monasterio de Tilipulo	Latacunga	Poaló
Reverente Imagen de Maca	Latacunga	Poaló
Iglesia de San Buena Ventura	Latacunga	San Buena Ventura
Iglesia de Toacazo	Latacunga	Toacazo

Tomado de: *Villasís Zapata Washington Enrique*

De acuerdo con el inventario de recursos naturales presentado en la tesis, se han identificado 20 atractivos naturales distribuidos a lo largo del cantón. Estos atractivos juegan un papel fundamental en la dinamización del sector turístico.

Tabla 6 Atractivos naturales

Atractivos naturales del Cantón Latacunga		
Nombre del atractivo	Cantón	Parroquia
Cerro Putzalahua	Latacunga	Ignacio Flores/B. Quevedo
Cerro el Morro	Latacunga	Mulaló
Área Nacional de Recreación Boliche	Latacunga	Mulaló
Cerro del Callo	Latacunga	Mulaló
Cerro Morurco	Latacunga	Mulaló
Piedra Chilintosa	Latacunga	Mulaló
Laguna de Limpiopungo	Latacunga	Mulaló
Laguna de Santo Domingo	Latacunga	Mulaló
Parque Nacional Cotopaxi	Latacunga	Mulaló
Peñas Blancas	Latacunga	Mulaló
Piedra Santa Barbará	Latacunga	Mulaló
Quebrada Mishahuaico	Latacunga	Mulaló
Volcán Cotopaxi	Latacunga	Mulaló
Aguas Termales los Ilinizas	Latacunga	Pastocalle
Colina Cruz Loma	Latacunga	Pastocalle
Reserva Ecológica los Ilinizas	Latacunga	Pastocalle
Volcán los Ilinizas	Latacunga	Pastocalle / Toacazo
Aguas Minerales de Pitigua	Latacunga	Poaló
Aguas Minerales de Río Blanco Bajo	Latacunga	Tanicuchí
Cascada de Cerro Azul	Latacunga	Toacazo

Tomado de: Villasis Zapata Washington Enrique

10.4.3 Alojamiento

En el cantón Latacunga se registraron un total de 42 establecimientos de alojamiento, clasificados en 17 hoteles, 20 hostales y 5 hosterías de diferentes categorías (1 a 4 estrellas). Esta variada oferta permite que los turistas puedan pernoctar en la región durante un periodo más prolongado.

Tabla 7 *Clasificación de los establecimientos de hospedaje*

Establecimientos de alojamientos del cantón Latacunga	
Clasificación	Categoría
Hotel	2 estrellas
	3 estrellas
	4 estrellas
Subtotal	15 hoteles
Hostal	1 estrella
	2 estrellas
	3 estrellas
Subtotal	21 hostales
Hostería	3 estrellas
Subtotal	6 hosterías
Total	42

Nota: Adaptado del Plan de Turismo Latacunga (2020-2025), elaboración propia

10.4.4 *Alimentos y bebidas*

Según el Catastro del cantón Latacunga (2024), este “cuenta 97 establecimientos de alimentos y bebidas”, en donde los visitantes pueden disfrutar de la variada gastronomía local. Entre los platillos destacados se encuentran las chugchucaras, mote pillo, fritada, empanadas de viento y chaguarmisqui, que reflejan la riqueza culinaria del cantón.

Tabla 8 *Alimentos y bebidas*

Establecimientos de alimentos y bebidas	
Clasificación	Total
Restaurantes	79
Cafeterías	18
Total	97

Elaborado por: Mayra Choloquina

10.4.5 Espacio geográfico

En la parte superior ya se realizó una breve descripción del área de estudio.

10.4.6 Operadores de mercado

En el cantón Latacunga, existe una variedad de medios de transporte que facilitan a los turistas el acceso y desplazamiento hacia los diferentes atractivos. Además, se ha identificado 158 guías de turismo especializados que ofrecen información valiosa sobre los recursos naturales y culturales del cantón, enriqueciendo así la experiencia de los visitantes. Estos guías son un recurso importante para quienes desean explorar y conocer a fondo las maravillas que Latacunga tiene para ofrecer.

Tabla 9 Clasificación de los guías

Clasificación	Cantidad
Guía local	112
Guía especializado en aventura	7
Guía nacional especializado en patrimonio	12
Guía nacional de turismo	27
Total	158

Fuente: Catastro cantón Latacunga

Elaborado por: Mayra Choloquina

11 CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

Existen 4 tipo de demanda las cuales se dará a conocer a continuación

11.1 Demanda actual

Para predecir el comportamiento futuro de la demanda, es necesario considerar que todo pronóstico se inicia de una situación determinada, en este caso corresponde al comportamiento de la demanda actual. A su vez, dicha demanda actual se ha generado a partir de acontecimientos o hechos pasados, que se estudiaron en la sección anterior, al analizar el comportamiento histórico de la demanda (Castellanos, 2018)

11.2 Demanda histórica

La identificación de los factores y variables que han tenido un impacto directo en los resultados obtenidos se puede lograr mediante la determinación del comportamiento histórico de la demanda. En esta sección del estudio, se debe haber establecido la zona geográfica del mercado y haber tomado la decisión de utilizar una estrategia de generalización o de segmentación. El análisis de la demanda, por lo tanto, debe enfocarse en los mercados relevantes o en su totalidad. Esto determinará el tipo de datos que se requieren para examinar el desarrollo histórico de la demanda. (Castellanos, 2018)

11.3 Demanda futura

El método más crucial para tomar decisiones sobre cualquier tipo de proyecto es la proyección de la demanda, ya que se trata de anticipar la cantidad potencial que los clientes estarán dispuestos a comprar del servicio o bien previsto. Para estimar el comportamiento de la demanda futura, este análisis se basa en la demanda actual y pasada del producto en cuestión, de sus competidores y sustitutos, según sea relevante. Se trata de demostrar si un bien o servicio puede satisfacer una necesidad y cuáles son los factores que influyen en su demanda, como la época, los factores demográficos y socioeconómicos, entre otros. (Castellanos, 2018).

11.4 Demanda potencial

La máxima demanda posible para uno o más productos en un mercado determinado se conoce como demanda potencial. El propósito principal de encontrar la demanda potencial para el tipo de servicio o producto que ofrece es ayuda a predecir o determinar cuál será la demanda o el nivel de ventas de nuestro negocio. (Castellanos, 2018).

11.5 Instrumento para recolección de datos

Se elaboró un modelo de instrumento que permitió obtener datos de los turistas que llegan al cantón y conocer cuál es su motivación al momento de viajar. Se adaptó la encuesta argumentando que algunas preguntas eran repetitivas o tenían poca relevancia. Estas fueron tomadas de diferentes autores de tesis relacionadas con el tema como: Alisson Almache (2021), Salome Suasnavas (2024).

Artículos científicos como el de Enrique Cabanilla (2011) Metodología para elaboración de un estudio por encuestas de la satisfacción del turista, *Universidad de Especialidades Turísticas*, (8), pp. 9-25., Hidalgo Fernández, A., López Felipe, T. y Jara Alba, C. (2022). Gastronomía local, cultura y turismo en Ciudades Patrimonio de la Humanidad: el comportamiento del turista extranjero. *Investigaciones Turísticas* (23), pp. 140-161., Con el fin

de elaborar un instrumento adecuado para conocer el perfil del turista gastronómico del cantón Latacunga.

En las tablas 10 y 11 se llevó a cabo un análisis de los instrumentos, con el objetivo de definir el instrumento a utilizar.

Tabla 10 *Análisis del instrumento según su variable*

Instrumento	Variable			
	Demográficas	Socioeconómicas	Motivación	Preferencias
Tesis				
Alisson Almache	X	X	X	X
Salome Suasnavas	X	-	X	X
Artículo				
Ms. Enrique Cabanilla	X	X	X	-
Hidalgo Fernández, Felipe López y Jara alba	X	X	X	X

Elaborado por: Mayra Choloquina.

Tabla 11 *Análisis de los instrumentos*

Autor	Análisis
Alisson Almache	En la tesis de Alison Almache (2021), se obtuvo que los turistas que visitan el cantón Latacunga son principalmente ecuatorianos, residentes de Quito, Ambato y Latacunga. La edad promedio de los visitantes es entre los 31 a 40 años. Predominan los hombres en este grupo de turistas, la mayoría están solteros y pocos están casados y poseen un empleo en el sector privado y público, Sus ingresos varían entre el salario básico a los 1000\$. Ya que la mayoría de los turistas posee un título universitario, los cuales suelen viajar en familia o con amigos los cuales gastan desde 1\$ a 100\$, su principal motivación de viajes es relajarse y realizar actividades al aire libre durante sus vacaciones y la mayoría de ellos no se quedan más de un día.

	Además, la mayoría de turistas utiliza transporte propio para desplazarse de un lugar a otro
Salome Suasnavas	Mientras que en análisis de la tesis de Salome Suasnavas (2024) que al cantón llegan principalmente turistas nacionales entre los 18 a 30 años los cuales buscan experiencias gastronómicas y conocer más sobre los métodos de preparación, su cultura y a la vez disfrutar de la naturaleza con su familia, estos gastan entre 10\$ a 50\$ durante su visita ya que no se quedan más de un día.
Ms. Enrique Cabanilla	Según la metodología de Enrique Cabanilla (2011) para él es importante que las encuestas sean claras y entendibles para todos, se debe utilizar un lenguaje sencillo para que comprendan lo que se les está preguntando, una de sus prioridades es establecer desde un principio si los encuestados están en el lugar como turistas, ya que a través de esto se recolecta datos reales. A diferencia de los anteriores instrumentos que clasifican las preguntas en secciones, este lo hace de manera aleatoria.
Hidalgo Fernández, Felipe López y Jara alba	Por otro lado para Fernández, López & Alba (2019) propone elaborar una encuesta con preguntas de si y no, ya que esto facilita la interpretación y recolección e información, además de que es importante realizar la segmentación de los turistas, con el fin de distinguir al turista nacional y extranjero, y a la vez la encuesta la divide en 3 fases el cual se enfoca en recolección de las características de turista, para luego estudiar las motivaciones al momento de viajar y por último recolectar información sociodemográfica

Elaborado por: Mayra Choloquina

11.6 Instrumento

Este instrumento es el resultado del análisis de 4 distintos autores, lo cual permitió el diseño de un nuevo instrumento para la recolección de datos.

11.6.1 Encuesta

Demografía

1. ¿Está de turismo en esta ciudad?

Si _____ No _____

2. ¿Nacionalidad?

3. ¿Lugar de residencia?

4. Género

Masculino

Femenino

5. Edad

- A. 18-25 años B. 26-33 años C. 34-41 años D. 42-49 años E. 50-57 años
D. 58. a más

6. Estado civil

- A. Soltero B. Casado D. Divorciado

SOCIOECONÓMICO**7. ¿Con quién suele realizar el viaje?**

- A. Solo B. Con la familia C. Con mi pareja D. Con amigos

8. ¿Qué tiempo estimó para su visita al cantón?

- A. 1 a 3 días B. 4 a 7 días C. Más de una semana

9. ¿Cuál es su nivel de educación?

- A. Primaria B. Secundaria C. Bachillerato D. Educación superior

10. ¿Cuánto gastó durante su estadía en el cantón?

- A. 10 a 30 \$ B. 30 a 50 \$ C. 50 a 70 \$ D. 70 a 100 \$ E. Más

11. ¿Con qué frecuencia suele viajar?

- A. 1 vez al año B. 2 a 3 al año C. 3 a 4 al año D. Más de 5 veces

MOTIVACIÓN**12. ¿Cuál es el objetivo de este viaje?**

- A. Turismo B. Por trabajo C. Por estudios D. Otro

13. ¿Cuánto influye la gastronomía al momento de seleccionar un destino?

- A. Mucho B. Algo C. Poco D. Nada

PREFERENCIAS

14. ¿De los siguientes productos gastronómicos cuál le gustaría que se implementé en el cantón?

- A. Ferias gastronómicas B. Festivales C. Eventos culinarios
D. Rutas gastronómicas E. Circuitos

15. ¿Qué actividades turísticas realizó durante su estadía en el cantón?

- A. Aventura B. Cultural C. Gastronómico D. Otro

16. ¿Le gustaría participar en una ruta gastronómica durante su visita?

- A. Si B. No

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una experiencia gastronómica única e innovadora?

- A. 10\$-20\$ B. 20\$-30\$ C. 30\$-40\$ D. 40\$ o más

18. ¿Qué tan importante considera la innovación en rutas gastronómicas?

- A. Muy importante B. Importante C. Poco importante D. Nada importante

19. ¿Qué tipo de establecimiento de comida suele visitar?

- A. Restaurantes de alta cocina B. Mercados/ locales C. Restaurantes de comida tradicional

20. ¿Qué factores son importantes al momento de elegir un restaurante?

- A. Calidad de la comida B. Servicio C. Precio D. Ubicación
E. Recomendación

21. ¿Estaría interesado en rutas turísticas gastronómicas que también incluyan actividades culturales y naturales?

- A. Si B. No D. Tal vez

22. ¿Volvería a visitar el cantón?

- A. Si B. No

Basado en el criterio del investigador, se decidió que se tomarían en cuenta los atractivos turísticos del cantón como base para aplicar las encuestas. Esto se debió a que en esos sitios se concentraban más turistas, lo cual facilitaba la recolección de datos.

Para la recolección de datos, se realizaron siete salidas de campo con el objetivo de encuestar a 55 personas diariamente en distintos horarios, dependiendo de la afluencia de personas, cumpliendo así con las 380 encuestas requeridas para la investigación.

Se estableció el siguiente cronograma para las visitas in situ.

Tabla 12 *Cronograma de encuestas*

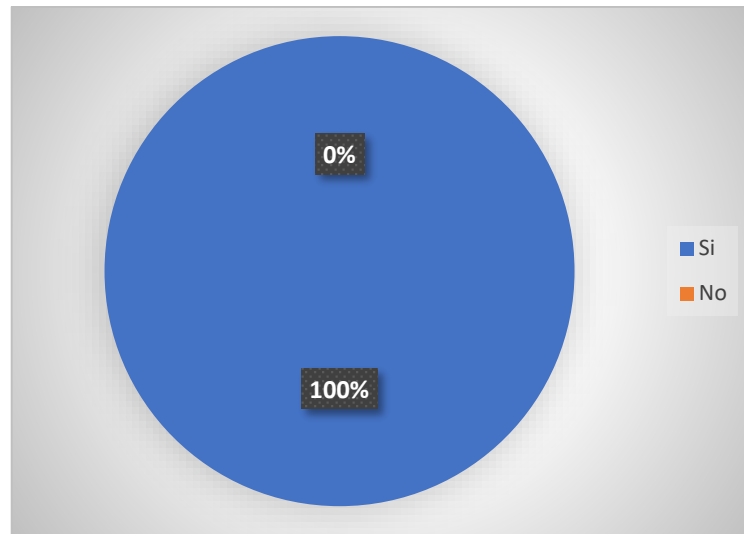
Lugar	Fecha de visita	de Hora	Método de comprobación	de Número de encuestas
Establecimientos de alimentos y bebidas	18 de junio	11h a 16h	Fotografías	55 por día
Centro Histórico de Latacunga	19 de junio	10h a 15h	Fotografías	55 por día
Parque Vicente León	20 de junio	11h a 16 h	Fotografías	55 por día
Casa de los Marqueses	21 de junio	10h a 16h	Fotografías	55 por día
Parque la Filantropía	22 de junio	12h a 17h	Fotografías	55 por día
El salto	23 de junio	10h a 15h	Fotografías	55 por día
Iglesia de Santo Domingo	24 de junio	10h a 15h	Fotografías	55 por día

Elaborado por: Mayra Choloquina

11.6.2 *Análisis e interpretación de datos*

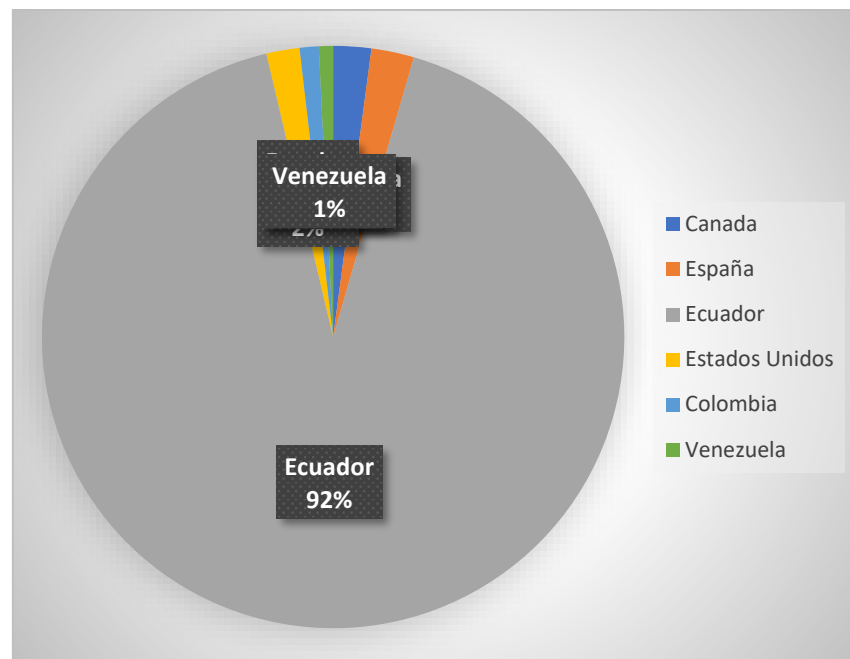
La presente sección tiene como objetivo analizar e interpretar datos recopilados a través de la encuesta realizada. A continuación, se presenta los resultados obtenidos de manera detallada.

Figura 2 *¿Está de turismo en esta ciudad?*



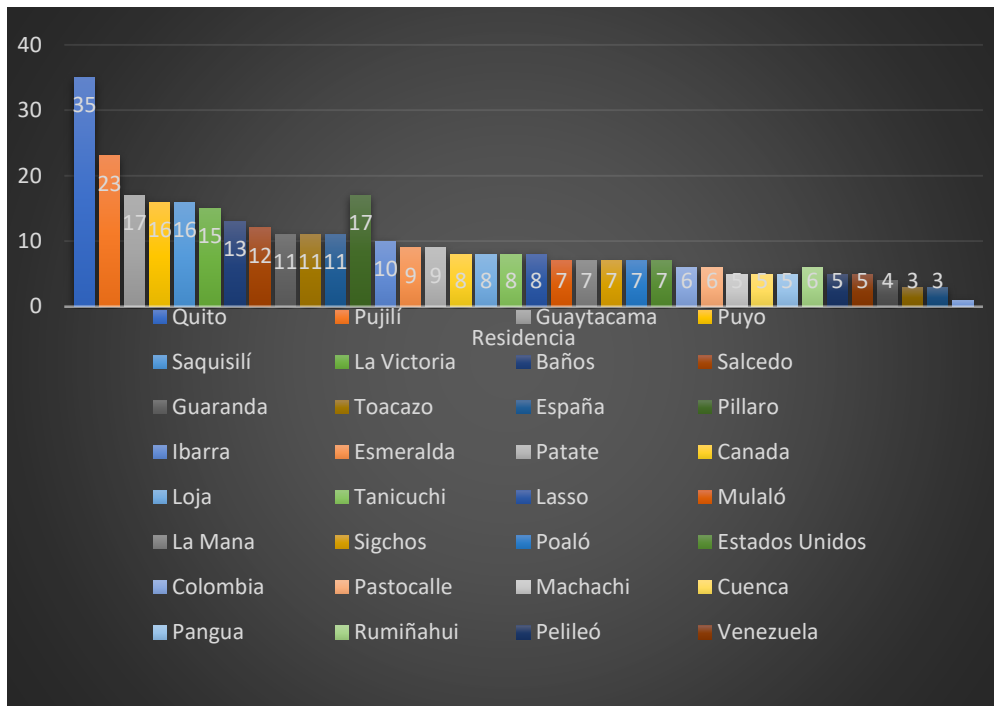
las encuestas revelan que el 100% de los encuestados manifiestan interés en el turismo en la ciudad de Latacunga. Este resultado es significativo y destaca un fuerte deseo de explorar y conocer más sobre esta localidad.

Figura 3 *¿Cuál es su nacionalidad?*

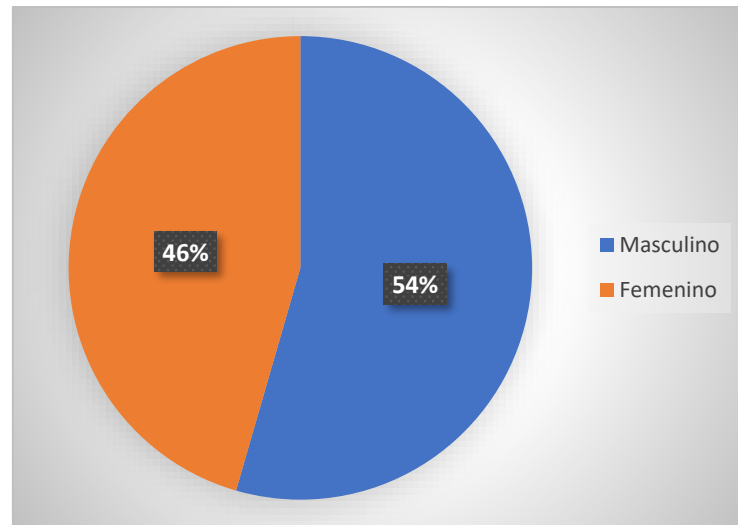


De acuerdo al gráfico se puede visualizar que el 92% de encuestados son ecuatorianos, mientras que el 8% son internacionales, por lo que podemos decir que las personas que más visitarían la ruta son ecuatorianos.

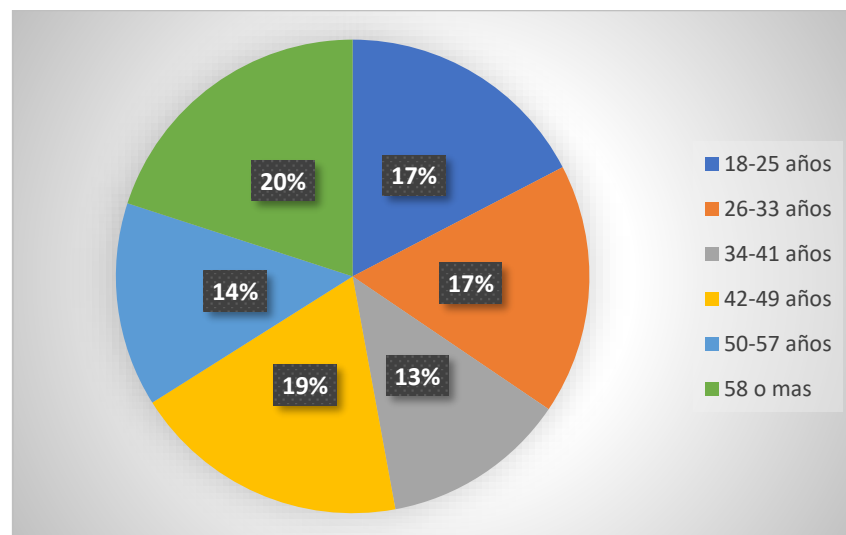
Figura 4 ¿Lugar de residencia?



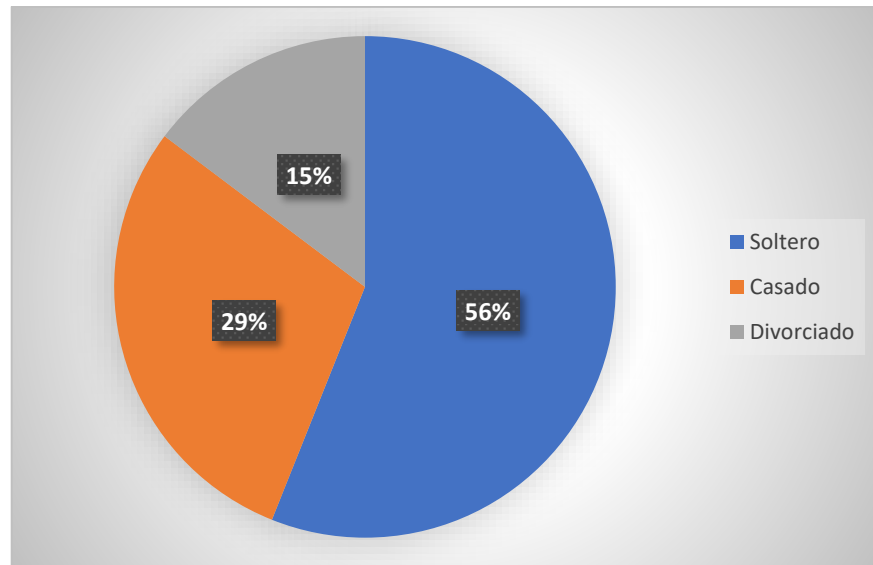
La mayoría de los encuestados, con un total de 35 personas, proviene de Quito, lo que sugiere que la cercanía y los atractivos que ofrece Latacunga son factores determinantes en su elección como destino turístico. Ambato, con 25 encuestados, también representa una fuente significativa de turistas, gracias a la proximidad geográfica entre ambas ciudades. Por otro lado, Guaytacama y Píllaro tuvieron 17 encuestados cada uno, lo que indica un interés notable por explorar la oferta turística de la región. La presencia de turistas de Saquisilí, La Victoria, Salcedo, Guaranda y Toacaso resalta aún más la diversidad de procedencias de los visitantes. Además, la participación de turistas de Ibarra, Esmeraldas, Patate, Canadá, Loja, Tanicuchi, Alausí y Lasso demuestra la capacidad de Latacunga para atraer a visitantes de diferentes regiones e incluso de otros países. La encuesta también incluyó a turistas locales de Mulaló, Sigchos y Poaló, lo que evidencia el interés de la población cercana en disfrutar de las ofertas turísticas de la ciudad. Sin embargo, se observa una menor presencia de turistas provenientes de Machachi, Cuenca, Pangua, Pelileo, Venezuela, Santo Domingo y Riobamba, lo que podría indicar áreas de oportunidad para fomentar el turismo desde estas localidades. En general, los datos reflejan un panorama alentador para el turismo en Latacunga, con un amplio espectro de visitantes que aprecian lo que la ciudad tiene para ofrecer.

Figura 5 ¿Género?

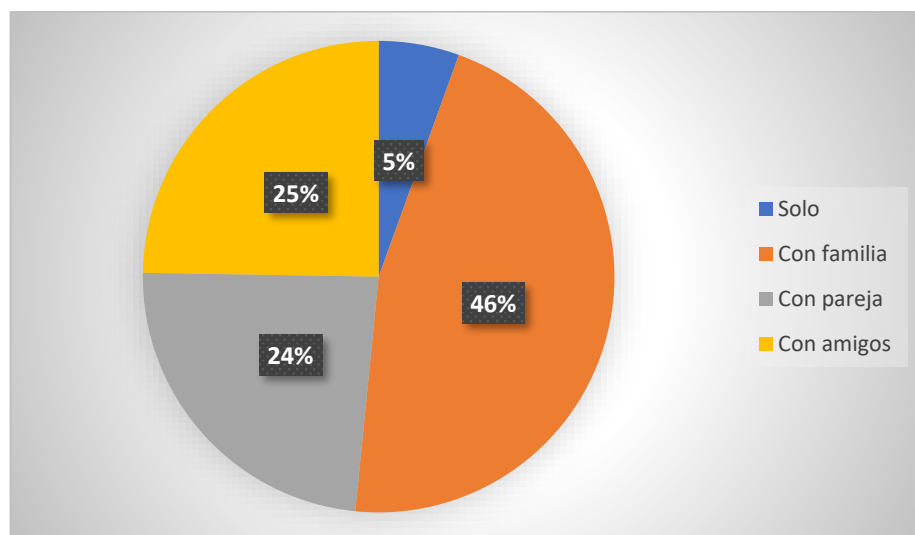
De la encuesta realizada, se tiene que, con respecto al género, el 54% de encuestados son hombres, mientras que el 46% son mujeres. Lo que sugiere que el turismo en el cantón está más orientado a actividades de aventura, aunque las mujeres también indican un interés considerable en las actividades turísticas que ofrece el cantón.

Figura 6 Edad

Se obtuvo con respecto a la edad, 20% de encuestados son mayores de 42 a 49 años, y le sigue el 17% de los encuestados que están entre 18 a 33 años, mientras que el 14% van desde 50 a 57 años y el menor resultado con el 13% va desde los 34 a 41 años, por lo que podemos decir que las personas que más visitarán al cantón son adultos que buscan conocer y realizar otras actividades.

Figura 7 Estado civil

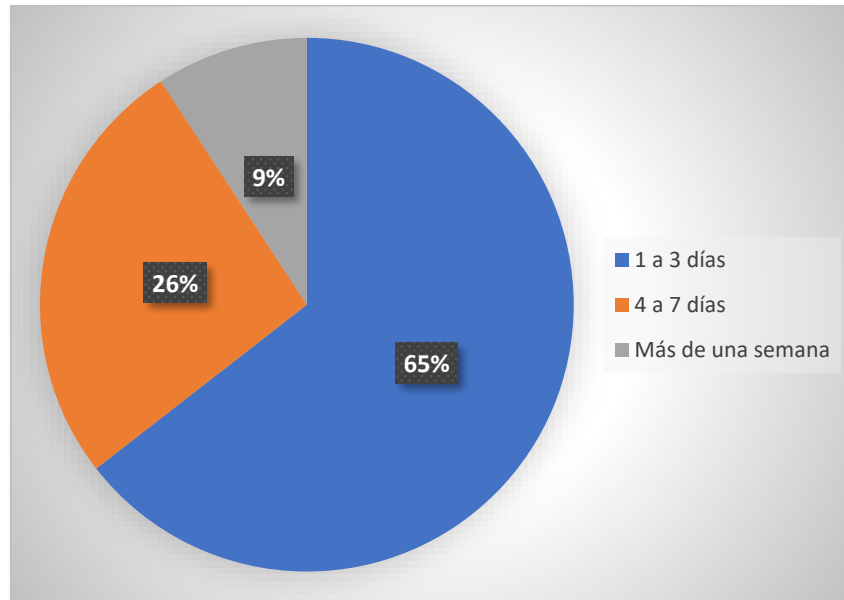
En el gráfico, se visualiza que las personas que viajan al cantón Latacunga son solteros con el 56% debido a que estos buscan disfrutar de nuevas experiencias, mientras que el 29% son casados, estos grupos pueden estar interesados en actividades en conjunto y más tranquilas y tan solo el 15% son divorciados, este grupo pueden estar buscando nuevas experiencias que aborden sus necesidades.

Figura 8 ¿Con quien suele realizar sus viajes?

En el gráfico, se obtuvo que 46% de las personas suelen viajar con su familia, lo que indica que Latacunga es percibido como un destino adecuado para actividades familiares y el 24% en parejas, esto puede abrir nuevas oportunidades de promover actividades que fomente la conexión emocional, mientras que el 25% respondió que viajan con sus amigos, este grupo

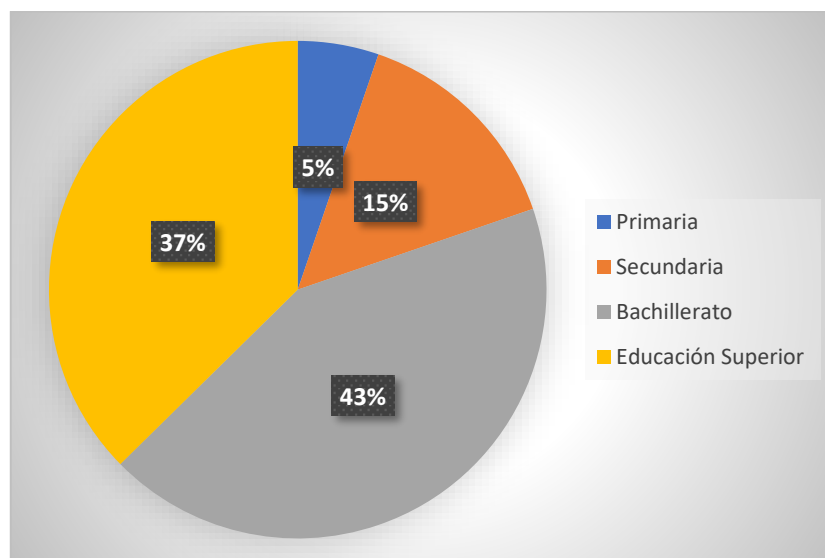
puede estar interesado en actividades más dinámicas y entretenidas y tan solo el 5% viajan solos sugiere que la mayoría de turistas prefieren compartir experiencias con otros.

Figura 9 *¿Que tiempo estimó para su visita al cantón?*



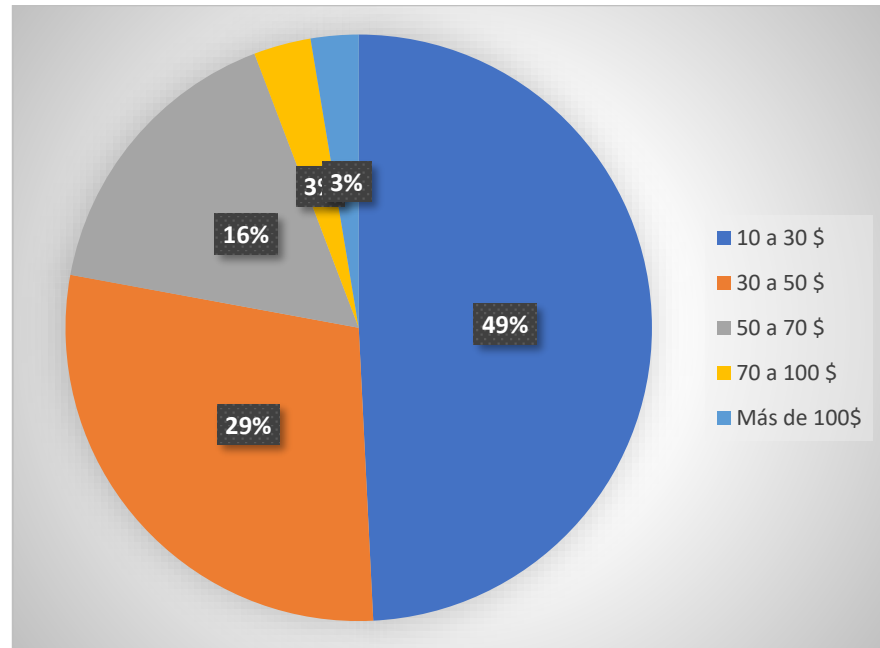
En el gráfico se obtuvo que, el 65% de encuestados respondieron que suelen quedarse desde 1 a 3 días, mientras que el 26% de 4 a 7 días, y el tan solo el 9% de los encuestados se quedan más de una semana en el cantón. La duración de la estadía de los turistas en Latacunga muestra una clara tendencia hacia visitas cortas, que buscan escapadas rápidas. Sin embargo, también hay un interés en estadías más largas, lo que sugiere que hay oportunidades para desarrollar ofertas que atraigan a diferentes tipos de visitantes

Figura 10 *¿Cuál es su nivel de educación?*



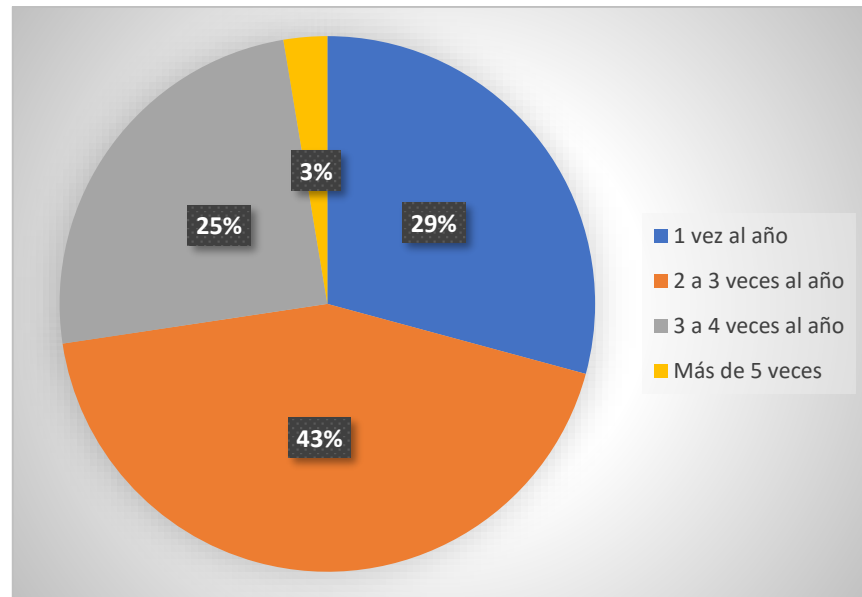
En el grafico se puede ver que, con respecto al nivel de educación, el 43% de las personas encuestadas culminaron el bachillerato, el 37% poseen un título universitario, mientras que el 15% terminaron la secundaria y el 5% la primaria. La distribución del nivel educativo entre los turistas que visitan Latacunga sugiere que la mayoría de ellos tiene un perfil académico alto, lo que puede influir en sus preferencias y expectativas durante su visita.

Figura 11 ¿Cuánto gastó durante su estadía en el cantón?



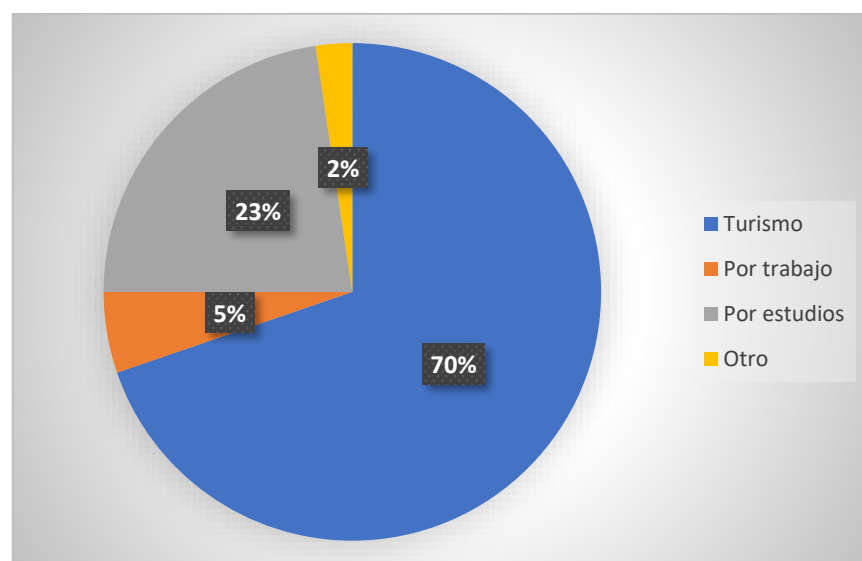
En el grafico se puede visualizar que el 49% de los encuestados gastan de 10 a 30\$ durante su visita en el cantón, el 29% de 30 a 50\$, mientras que el 16% gasta entre 50 a 70\$. Finalmente, el 3% gasta 70\$ o más. Dentro de Latacunga se debe diseñar diversas actividades y las experiencias que sean asequibles para todo tipo de visitante.

Figura 12 *¿Con qué frecuencia suele viajar?*



En el gráfico, se obtuvo con respecto a la frecuencia de viaje, que el 43% viajan 2 a 3 veces al año, el 29% viajan una vez al año, mientras que el 25% respondió que viajan de 3 a 4 veces al año. Finalmente, el 3% respondió que viajan más de 5 veces. La frecuencia de viaje de los turistas que llegan a Latacunga muestra un panorama diverso a la frecuencia en la que viajan, por lo cual se debería adaptar la oferta turística a los diferentes patrones de frecuencia de viaje, ofreciendo experiencias atractivas.

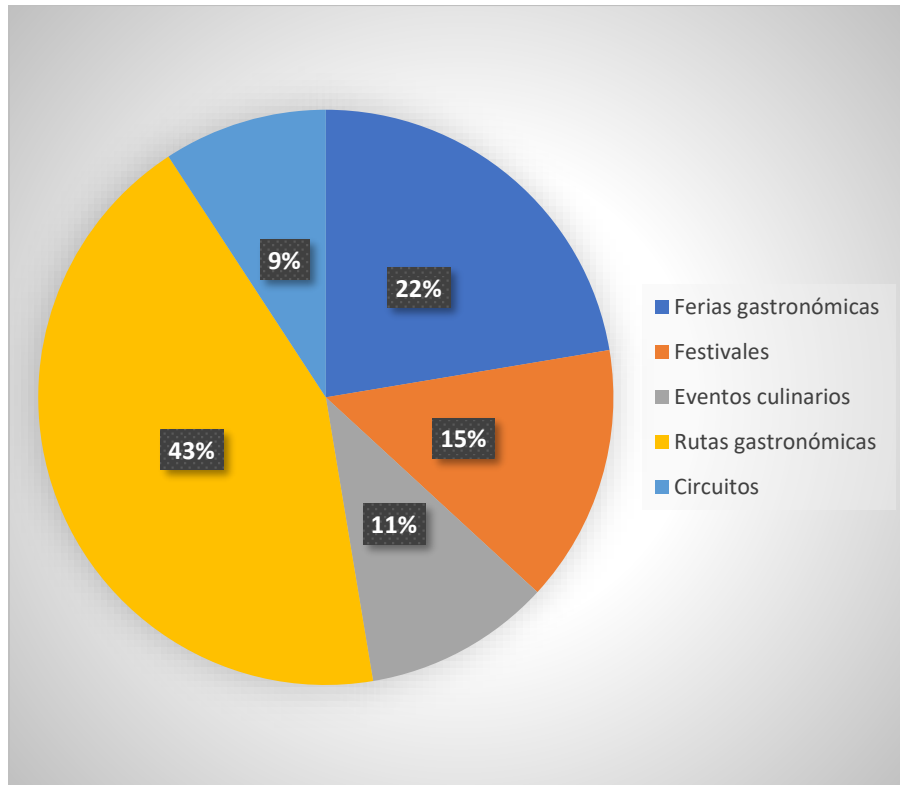
Figura 13 *¿Cuál es el objetivo de su viaje?*



De la encuesta realizada a 380, el 70% de encuestados respondieron que su principal objetivo de su viaje al cantón es por turismo, lo que sugiere que el cantón es percibido como un

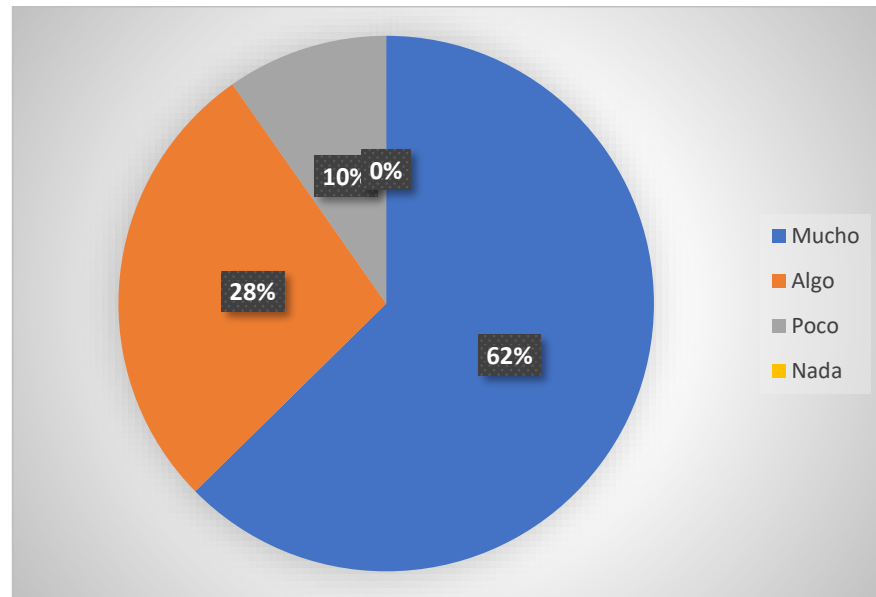
destino que posee actividades culturales y naturales, mientras que el 23% viajan por estudios, esto se debe a que en Latacunga se encuentra ubicada la Universidad y el otro 5% viajan por trabajo, y con el mínimo 2% viajan por otros motivos.

Figura 14 De los siguientes productos gastronómicos cual le gustaría que se implemente en el cantón.



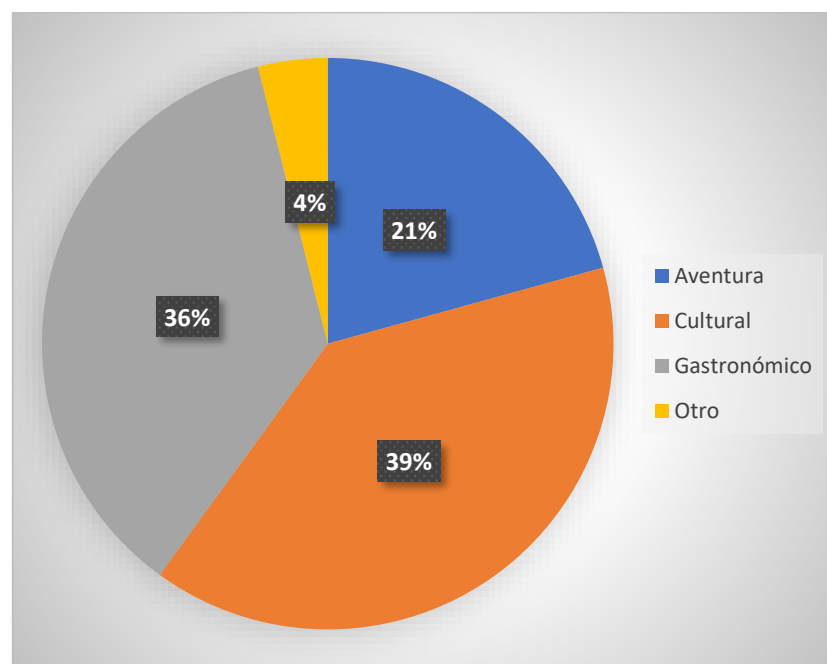
De acuerdo al gráfico se obtuvo que el 43% de los encuestados están interesados en que se implemente la ruta, esto se debe a que la mayoría solo se llega a quedar un día visitando el cantón, el 22% respondió que les gustaría ferias, el 15% festivales, el 11% eventos culinarios y con el 9% circuitos, estos recibieron bajos porcentajes, lo que indican un leve interés en que se desarrollen estos productos.

Figura 15 *¿Cuánto influye la gastronomía al momento de seleccionar un destino?*



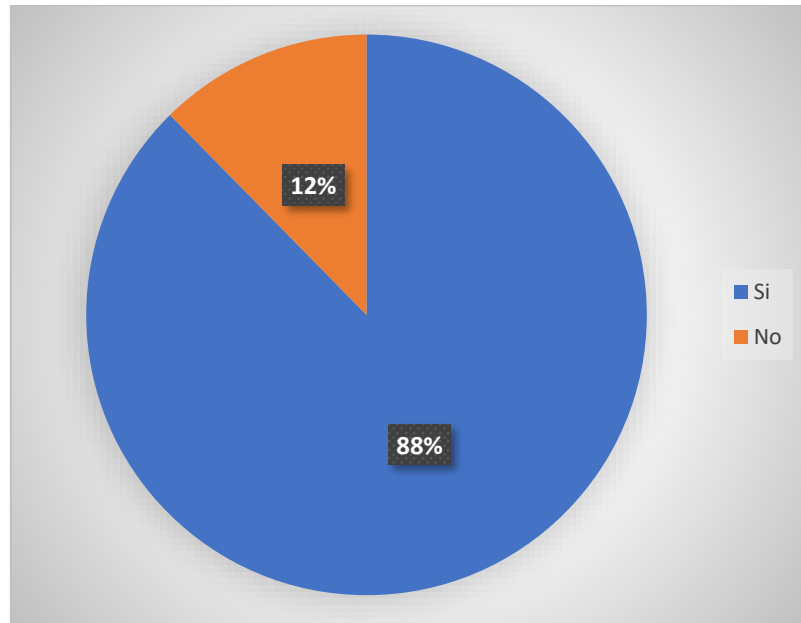
En el gráfico se observó que el 62% de los encuestados consideran que la gastronomía tiene una gran influencia en la selección de un destino, el 28% de los participantes indicaron que la gastronomía les importa en cierta medida, mientras que el 10% expresó que les importa poco. Ninguno de los encuestados afirmó que la gastronomía no les importa en absoluto al momento de elegir un destino. Esto podría ser debido a que prefieren realizar otras actividades dentro del cantón.

Figura 16 *¿Qué actividades turísticas realizó durante su estadía en el cantón?*



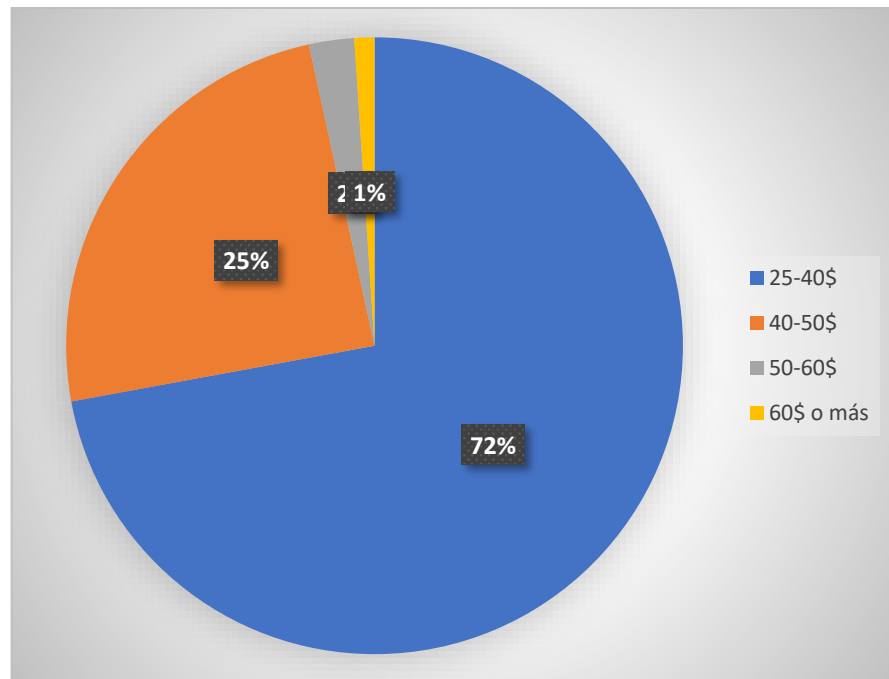
En el grafico se puede observar que, el 39% de los encuestados realizo actividades culturales durante su estadía en el cantón, El 36% participo en actividades gastronómicas, 21% en actividades de aventura y el 4% en otras actividades turísticas. los turistas muestran un claro interés en conocer la cultura y la gastronomía, así también en participar en actividades de aventura.

Figura 17 *¿Le gustaría participar en una ruta gastronómica durante su visita?*



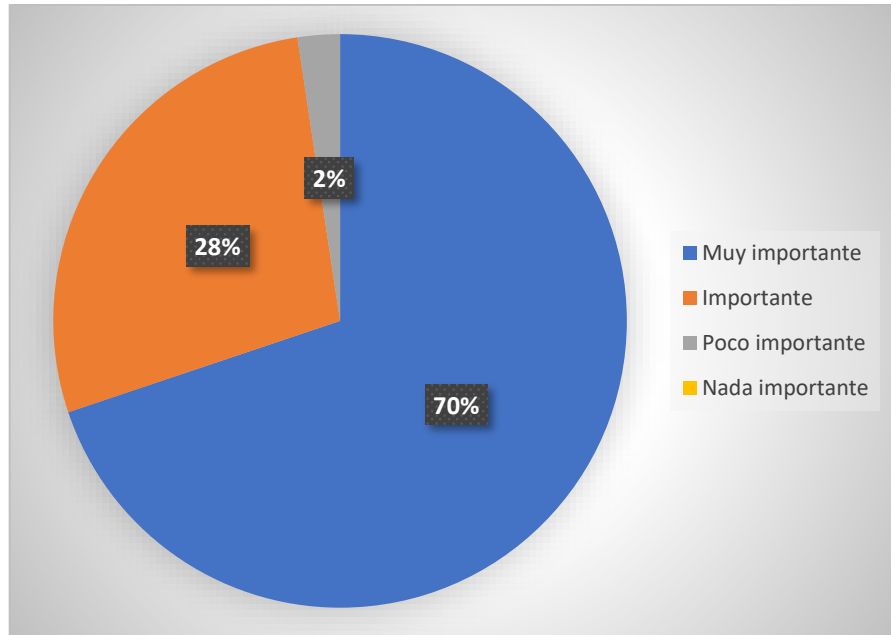
Según el grafico, el 88% expresó interés en participar en una ruta gastronómica, mientras que el 12% restante indicó que no estarían interesados, esto podría ser debido a que ya tienen definido su actividad.

Figura 18 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una experiencia gastronómica única e innovadora?



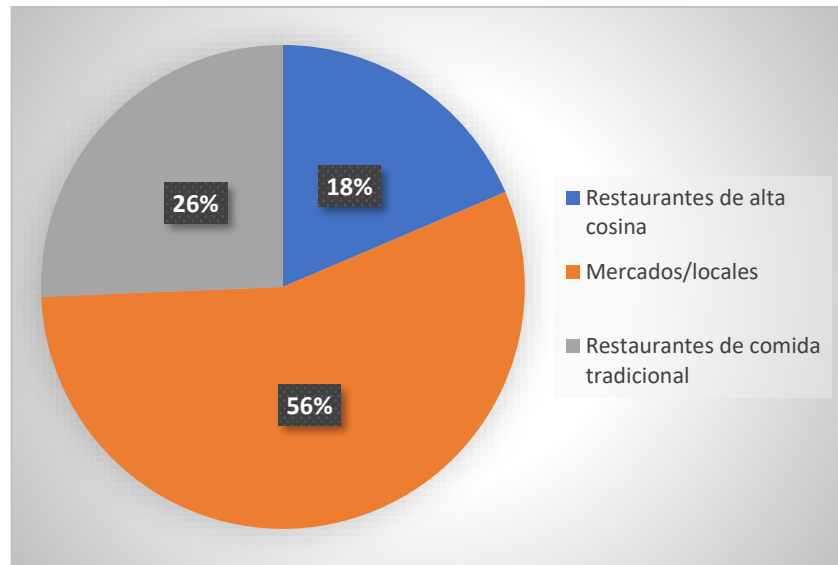
De los encuestados, el 73% respondió que estarían dispuestos a pagar de 25 a 40\$ por una ruta única e innovadora, el 24% indicó que estaría dispuesto a pagar entre 40 a 50\$ mientras que el 2% estaría dispuesto a pagar de 50 a 60\$, finalmente con el 1% de las personas encuestadas respondieron que pagarían 60\$ o más. La disposición a pagar por una ruta única e innovadora en Latacunga muestra que la mayoría de los turistas busca experiencias accesibles, con un fuerte interés en opciones que se encuentren en el rango de 25 a 40 dólares

Figura 19 *¿Que tan importante considera la innovación en rutas gastronómicas?*



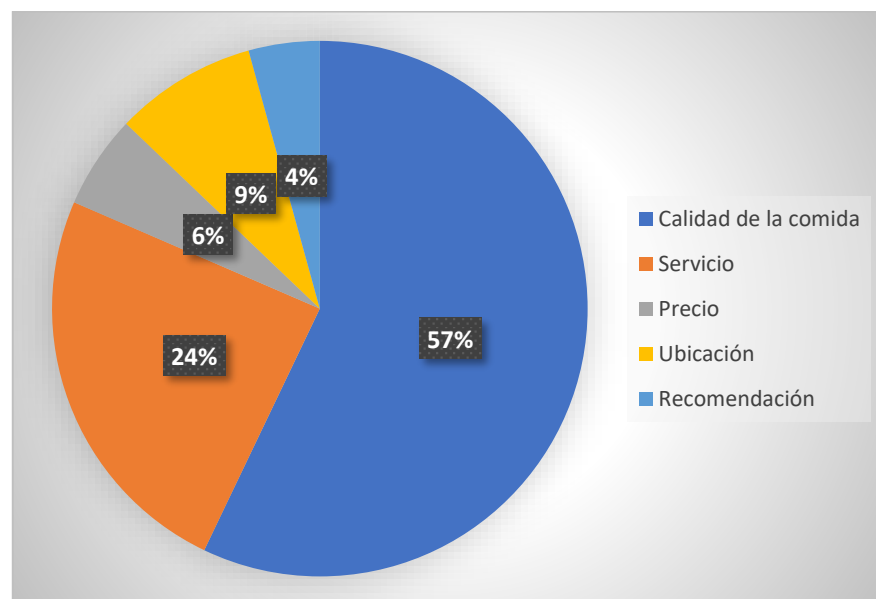
De la encuesta realizada el 70% respondió que consideran muy importante la innovación en rutas gastronómicas, el 28% lo consideran importante, mientras que el 2% lo considera poco importante. muestra que la mayoría de los turistas valora altamente las experiencias culinarias innovadoras

Figura 20 *¿Qué tipo de establecimientos de comida suele visitar?*



De la encuesta realizada, el 56% respondió que suelen visitar mercados y locales, el 26% indicó que prefieren restaurantes de comida tradicional, mientras que sólo el 18% visita restaurantes de alta cocina. Las preferencias de los turistas en relación con los tipos de establecimientos que visitan en Latacunga muestra un claro interés por la autenticidad y la tradición culinaria.

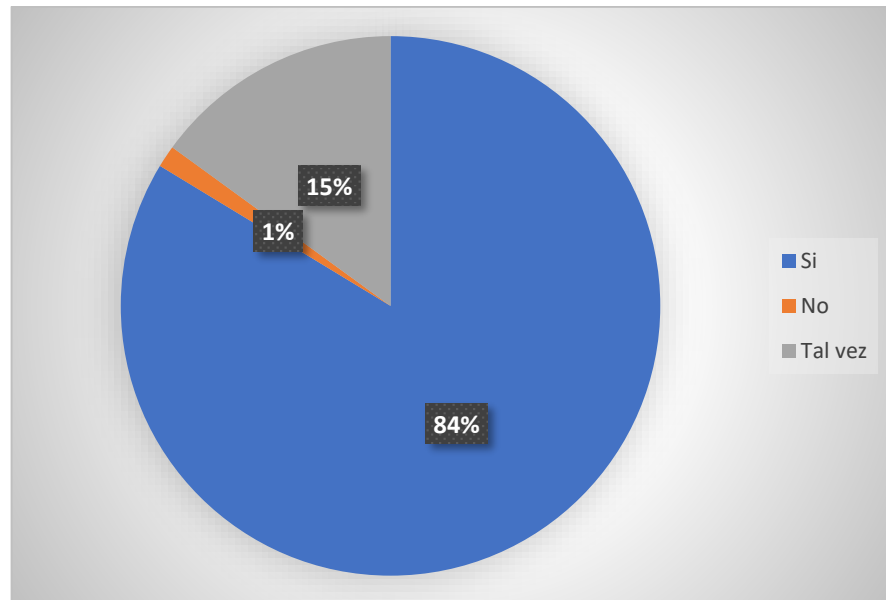
Figura 21 *¿Qué factores son importantes al momento de elegir un restaurante?*



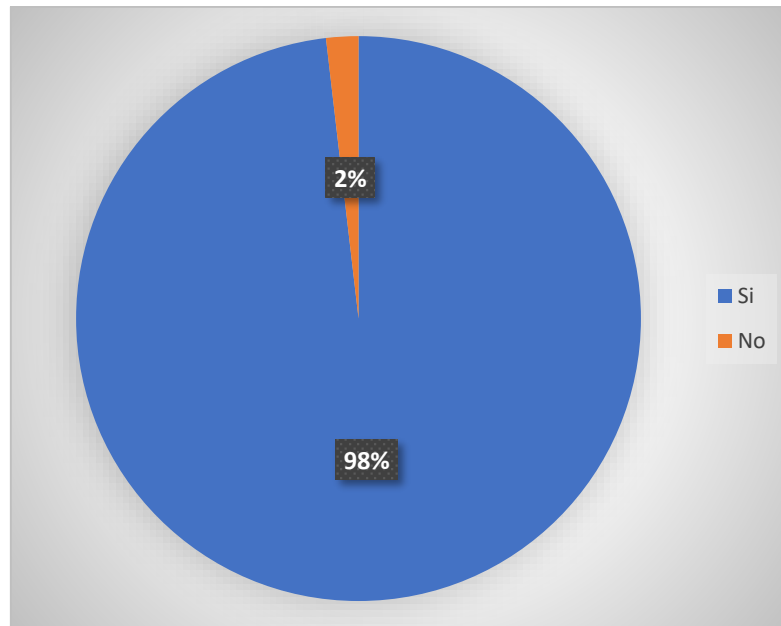
El 57% respondieron que los factores importantes al momento de elegir un restaurante es la calidad de la comida, el 24% respondió el servicio, mientras que el 9% respondió que es importante la ubicación, el 6% el precio y con la minoría de 4% de encuestados es importante

las recomendaciones. Los factores que los turistas consideran al elegir un restaurante en Latacunga muestra que la calidad de la comida es la prioridad principal, seguida del servicio.

Figura 22 *¿Estaría interesado en rutas turísticas gastronómicas que también incluyan actividades culturales y naturales?*



Del 100% de encuestados, de estos, el 84% indicó que estarían interesados en participar en una ruta gastronómica que incluya actividades culturales y naturales, un 15% de los encuestados respondió que tal vez les gustaría una ruta de este tipo, mientras que el 1% indicó que no. El interés de los turistas en participar en rutas gastronómicas integradas con actividades culturales y naturales en Latacunga muestra un alto nivel de aceptación y demanda por este tipo de experiencias, por lo cual es importante diseñar un producto con estas características.

Figura 23 *¿Volvería a visitar el cantón?*

De la encuesta realizada a 380 personas, que representan el 100% de encuestados, el 98% respondió que si volverían a visitar el cantón, mientras que el 2% no expresó interés en hacerlo. La disposición de los turistas a regresar a Latacunga muestra un nivel excepcional de satisfacción y fidelidad por parte de los visitantes, mientras que el 2% que no podría ser debido a que no son de este país.

12 CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA

Latacunga es una tierra rica en lo que a gastronomía respecta, no hay mejor manera de encontrar y de deleitarse de nuestra comida que trasladándose a los mercados, puestos y locales de comida que te ofertan desde el primer momento en que llegas a la ciudad, los siguientes platos más representativos como:

Tabla 13 *Oferta gastronómica*

Nombre	Ingredientes	Descripción
Chugchucas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carne de chancho ✓ Mote ✓ Harina ✓ Papas, aceite ✓ Sal, plátano, tostado 	Un plato que incluye carne de cerdo frita, acompañado de papas, plátano maduro, empanadas dulces fritas y tres variedades de maíz: tostado, canguil y mote, servido con chicharrón.

Allullas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Harina ✓ Sal, manteca de chanco ✓ Leche, azúcar ✓ Levadura, huevos y aguas 	Galletas de sal crocantes elaboradas con harina de trigo, agua y manteca de cerdo.
Fritada	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carne de chanco ✓ Aceite, sal, ajo ✓ Agua 	Carne de cerdo cocinada a fuego lento, generalmente servida con llapingachos (tortillas de papa) y ensalada
Mote pillo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mote ✓ Huevos ✓ Cebolla, sal, cilantro 	Un plato a base de mote (maíz) mezclado con huevo y especias, a menudo acompañado de carne.
Empanadas de viento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Harina ✓ Sal, polvo de hornear ✓ Queso, sal, azúcar ✓ Agua 	Empanadas ligeras y crujientes, rellenas de queso o carne, que se fríen hasta dorarse.
Queso de hoja	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Leche cruda ✓ Cuajo, sal 	Queso tierno, amasado y envuelto en hojas de achira, que se consume como aperitivo o acompañamiento.
Chaguarmisqhi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dulce de la cabuya ✓ Cebada 	Esta bebida está preparada a base de el dulce de cabuya y la cebada
Chicha de jora	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Harina de maíz (jora) ✓ Aguas ✓ Panela ✓ Hierbas de dulce 	Se prepara cocinando la harina de maíz con la panela, hierbas de dulce

Tortillas de maíz	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Harina de maíz ✓ Manteca de chanco ✓ Cebolla, queso, sal 	Elaborado a partir de la harina de maíz, queso y cebolla.
Cuy asado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuy ✓ Papas ✓ Cebolla, ajo, sal ✓ Maní, comino 	Para preparar el cuy asado, sazona el cuy con ajo, sal, cebolla. asa en un horno hasta dorar y acompáñalo con papas y maní.
Morocho	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Leche ✓ Morocho ✓ Azúcar, canela, clavo de olor 	Bebida espesa hecha con morocho (maíz blanco), leche y canela.
Helado de paila	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hielo en grano, sal en grano ✓ Paja ✓ Clara de huevo ✓ Azúcar ✓ Pulpa de fruta 	Para hacer el helado de paila, mezcla el juego de fruta, azúcar y agua en una paila. Bate constantemente sobre hielo hasta obtener una textura cremosa.
Caldo de gallina	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pollo ✓ Cebolla ✓ Zanahoria, hierbitas, sal ✓ Papas ✓ Arroz de cebada 	Hierva la gallina con ajo, cebolla, y zanahoria. Agrega papas y el arroz de cebada, deja cocinar y pon las hierbitas
Yaguarlocro	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sangre ✓ Menudo de borrego ✓ Cebolla, sal ✓ Papas 	Cocina las papas, ajo, sal cebolla, luego coloca el menudo de borrego y las papas.
Morcillas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sangre de chanco ✓ Cebolla, sal 	Se mezcla sangre, cebolla, sal, col. Rellenamos las tripas del chanco con la

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manteca de mezcla y cocinamos en chanco, col agua hirviendo. ✓ Tripas del chanco 	
Papas con cuero	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuero de chanco ✓ Maní ✓ Cebolla, sal, cebolla y sal, luego hierbitas realizamos salsa de maní y ✓ Leche acompañamos. 	Cocinamos las papas y el cuero de chanco con
Caldo de pata	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pata ✓ Cebolla, ajo, sal, zanahoria, se añade sal, ajo, zanahoria hierbitas, junto con el mote, leche y ✓ Mote el cilantro ✓ Agua 	Se pone en una olla de presión las patas a cocinas,
Uchucuta	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carne ✓ Papas ✓ Habas, sal, le sofríe cebolla, ajo, en un hierbitas, zanahoria sartén y al final se le pone ✓ Mote, cebolla, ajo las papas, mote y el cilantro ✓ Agua 	Se le hierbe la carne con la zanahoria y habas, luego se
Colada morada	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mortiño ✓ Harina morada ✓ Panela ✓ Hierbas de dulce ✓ Mora ✓ Piña ✓ Babaco, fresas, de pan. durazno ✓ Ishpingo 	Cocinamos en maíz negreo con la mora, piña, babaco, fresas, durazno, mortiño, panela, ishpingo. Dejamos que hierva hasta espesar y acompañamos con guaguas
Dulce de machica	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Machica ✓ Agua ✓ Azúcar ✓ Clavo de olor 	Ponemos a hervir el agua, para luego colocar la machica con el clavo de

		olor y el azúcar dejamos hervir.
Dulce de capulí	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capulí ✓ Panela ✓ Clavo de olor, canela, hierbas de dulce ✓ Agua 	Cocinamos el capulí en una olla con la panela, luego colocamos el clavo de olor, canela, hierbas de dulce

Nota: Datos tomados de tesis Mocha Alues (2023), Cando Molina (2022), elaboración propia.

12.1 Instrumento para la recopilación de información

Para calcular la oferta gastronómica del cantón Latacunga, se tomó como referencia el Catastro de Establecimientos de Alimentos y Bebidas del año 2024, que registró un total de 97 establecimientos. Sin embargo, para las entrevistas realizadas, se seleccionaron 24 establecimientos que se especializaban en la oferta de gastronomía tradicional. Esta selección permitió obtener una visión más clara y representativa de la oferta culinaria

Basada en el criterio del investigador, se decidió tomar en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta como base para hacer las preguntas de las entrevistas a los establecimientos de alimentos bebidas.

Para la recolección de datos, se realizaron 3 salidas de campo con el objetivo de entrevistas a 24 establecimientos de alimentos y bebidas diariamente en distintos horarios, cumpliendo así con las 24 entrevistas requeridas para la investigación.

Se estableció el siguiente cronograma para las visitas in situ.

Tabla 14 *Cronograma de entrevistas*

Lugar	Fecha de visita	Método de comprobación
Asadero llanero	el 10 de Julio	Fotografías
Asadero vaquero	el 10 de Julio	Fotografías

Chugchucaras la mama negra a leña	10 de Julio	Fotografías
Chugchucaras Rosita	10 de Julio	Fotografías
El alabado restaurante & grill	10 de Julio	Fotografías
El gringo y la gorda	10 de Julio	Fotografías
El toro asado	10 de Julio	Entrevistas
Guadalajara grill	10 de Julio	Entrevistas
La tablita del tártaro	10 de Julio	Entrevistas
Listo el Belen	10 de Julio	Entrevistas
Los ensinos	10 de Julio	Entrevistas
Los pinos	10 de Julio	Entrevistas
Menstras el negro	10 de Julio	Entrevistas
Mikey's grill	10 de Julio	Entrevistas
Paradero el samaritano	10 de Julio	Entrevistas
Paradero la avelina	11 de Julio	Entrevistas
Paradero Mirabel	11 de Julio	Entrevistas
Paradero Miraflores	11 de Julio	Entrevistas
Paris restaurant	12 de Julio	Entrevistas
Parrilladas la Española	12 de Julio	Entrevistas

Parrilladas	12 de Julio	Entrevistas
--------------------	-------------	-------------

mama miche
steak house

Restaurante de	12 de Julio	Entrevistas
-----------------------	-------------	-------------

wash paul

Restaurante	12 de Julio	Entrevistas
--------------------	-------------	-------------

papa

Sabor latino	12 de Julio	Entrevistas
---------------------	-------------	-------------

restaurant

TOTAL: 24 establecimientos de alimentos y bebidas

Elaborado por: Mayra Choloquina

12.1.1 Sistematización de las entrevistas

A continuación, se realizará la sistematización de las entrevistas realizadas a los establecimientos de alimentos y bebidas.

Tabla 15 Sistematización de las entrevistas

		Preguntas										
Nombre del restaurante	¿Qué tipo de cocina ofrecen en su restaurante?	¿Cuáles son sus platos o especialidades más destacadas?	¿Han incorporado alguna innovación reciente en su menú o en la forma en que sirven a sus clientes?	¿Que innovación gastronómica podría implementar para mejorar la experiencia del turista?	¿Que mecanismo tiene para asegurarse de que la calidad y la experiencia del cliente mejore constantemente?	¿Ofrecen o consideran ofrecer experiencias adicionales en su restaurante?	¿Tiene algún tipo de tour gastronómico o dentro del restaurante?	¿Que historias o elementos culturales de su restaurante podría compartir con los turistas para hacer la experiencia mas enriquecedora?				
Asadero el llanero	Ofrecen parrillas deliciosas	Ofrecen un delicioso plato que combina choclo con papas cocinadas,	Han implementado un servicio de pedidos a domicilio, permitiendo	Podrían implementar una experiencia de "cocina en vivo" que	Cuentan con un riguroso control de calidad implementado por sus chefs, quienes	En este momento, cuentan con actividades específicas para los	No cuentan con un tour por la cocina, pero a futuro se	Se narrarían anécdotas sobre la conexión entre las personas y la tierra,				

acompañado sus clientes permita a los supervisan cada turistas, pero podría destacando el de una chuleta disfrutar de sus turistas etapa de la tienen el implementar valor de las de res, cordero deliciosas observar la preparación de interés de para que los tradiciones y la o chanco, parrilladas sin preparación de los platillos implementar clientes vean vida según la necesidad de los platos, algunas. Su cómo se comunitaria elección del salir de casa. creando un objetivo es preparan los cliente. Este Este nuevo ambiente enriquecer la alimentos. sabroso plato servicio ofrece interactivo y experiencia de Aunque no se la comodidad de educativo. los visitantes está que llegan al disponible complementa saborear sus Además, podrían restaurante. actualmente, con una fresca platillos en la desarrollar un Están es una ensalada que favoritos en la menú de explorando posibilidad realza los calidez del menú de diversas que se está sabores. Sin hogar. degustación que ofrezca a opciones que considerando duda, es una que ofrezca a los visitantes la podrían atraer para mejorar opción irresistible para oportunidad de probar una a los turistas y la experiencia quienes buscan una variedad de sus hacer su visita de los más comensales. experiencia culinaria especialidades memorable. completa en porciones más pequeñas

Asadero el vaquero	Ofrecen parrillas deliciosas	Nuestras especialidades más destacadas es el Personal que incluye (lomo, chuleta, choclo, papas, ensalada)	No por el momento	Podríamos implementar un menú de degustación que permita a los turistas probar una variedad de nuestras especialidades en pequeñas porciones	Cuentan con un riguroso sistema de control de calidad que abarca desde la selección de ingredientes hasta la presentación final de los platos, asegurando así la excelencia en cada detalle.	Se podría considerar la realización de talleres de cocina donde los visitantes tengan la oportunidad de aprender a preparar algunos de los platos más emblemáticos del lugar	No contamos con la historia de la mamá negra.	
Chugchucaras la Mama Negra a leña	Ofrece una experiencia gastronómica centrada en la cocina tradicional ecuatoriana, donde los comensales	En su menú, destacan especialidades como el ornado, las chugchucaras, también son reconocidos por sus	Ellos siempre se mantienen fieles a su menú	Ellos podrían implementar una experiencia de "cocina en vivo" que permitiría a los turistas observar la	Cuentan con proveedores locales de confianza, quienes seleccionan cuidadosamente los ingredientes más frescos y de	. Sí, ofrecen la posibilidad de realizar degustaciones de sus platos y vinos. Los visitantes pueden disfrutar de	En su recorrido por el restaurante, los visitantes podrán apreciar la dedicación y pasión que se	En La Mama Negra, comparte la historia y las tradiciones de la famosa fiesta de La Mama Negra, que es un símbolo

	<p>pueden disfrutar de una variedad de deliciosas locales. Entre los platillos más emblemáticos se encuentran las chugchucaras, pueden empanadas de viento, que son un deleite para los comensales. Además, los llapingachos, acompañados de una deliciosa salsa de maní, son un plato que no se pueden perder. Cada uno de estos platillos refleja la rica tradición culinaria</p>	<p>preparación de sus platos tradicionales. Durante esta actividad, los visitantes tendrían la oportunidad de participar en la elaboración de las recetas, aprendiendo sobre los ingredientes y técnicas culinarias locales</p>	<p>alta calidad para una experiencia culinaria completa al probar una variedad de opciones cuidadosamente seleccionadas</p>	<p>una experiencia culinaria completa al probar una variedad de opciones cuidadosamente seleccionadas</p>	<p>pone en cada detalle</p>	<p>cultural de Latacunga. Explicamos el origen y la importancia de esta celebración, y cómo ha influido en nuestra cultura y cocina</p>		
<p>Chugchucaras Rosita</p>	<p>Ofrecen comida tradicional de Latacunga</p>	<p>Ofrecen las chugchucaras, fritada, mote con</p>	<p>Se especializan en la comida tradicional</p>	<p>En su establecimiento, consideran la posibilidad de que los</p>	<p>Ellos realizan las compras en los mercados locales, donde prestan especial</p>	<p>A futuro si les gustaría</p>	<p>No tienen</p>	<p>No tienen</p>

		chicharrón, empanadas.		turistas puedan observar el proceso de preparación de los alimentos.	atención a la calidad de los productos. Se aseguran de que cada artículo esté en buen estado antes de adquirirlo.			
Alis's Parilladas & Pizzeria	Ofrecen una amplia variedad de platos, postres y bebidas.	Principalmente preparan losomos de cordero, chancho y empanadas.	Por lo general se mantienen con el menú todo el año, a excepción de fechas especiales	En su establecimiento, consideran la posibilidad de que los turistas puedan observar el proceso de preparación de los alimentos.	Ellos realizan las compras en los mercados locales, donde prestan especial atención a la calidad de los productos.	A futuro si les gustaría realizar la degustación de algunos platillos	No cuentan	A futuro si les gustaría realizarse algo
El gringo y la gorda	Cuentan con un amplio menú de comida que satisface	En su menú, ofrecen una variedad de platos tradicionales	El equipo decide cambiar el menú aproximadamente dos veces al mes para	Se podría contar historias de los turistas que han	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que	En su establecimiento, se realiza una degustación de	No cuentan	Comparten las experiencias de los turistas.

	todos los gustos de Latacunga, destacando las humitas y los quimbolitos	de Latacunga, manteniendo la frescura y variedad en su oferta gastronómica	la visitado el restaurante cocina	utilizan en su postres y vinos que deleita a los comensales.				
El toro asado	Cuentan con un amplio menú que ofrece una variedad de carnes, incluyendo reses, pollo y cerdo	Lo que usualmente preparan las parrilladas	El equipo de cocina se dedica a observar las preferencias de los clientes para adaptar su menú.	En su establecimiento, se enfocan en garantizar que la carne y las verduras utilizadas estén en excelente estado. disfrutan de una muestra de sus exquisitos platillos	En su establecimiento, se enfocan en garantizar que la carne y las verduras utilizadas estén en excelente estado. disfrutan de una muestra de sus exquisitos platillos	Los clientes pueden disfrutar de una degustación de estas salsas, permitiéndoles explorar diferentes sabores y texturas	A futuro, ellos tienen la intención de implementar algo diferente y nuevo en su oferta.	No cuentan
Guadalajara grill	Ofrecen una gran variedad de platos	En el menú, las parrilladas y la fanesca son dos opciones que destacan por su	Cuentan con opciones de menú vegetariano	Se podría implementar experiencias de cocina interactiva que	El equipo regularmente revisa las reseñas que visitantes dejan	El equipo del restaurante tiene el deseo de crear un espacio más	Actualmente, no tienen planes inmediatos, pero en el	se podría compartir leyendas locales que

	sabor y tradición		permitan a los comensales participar en la preparación de sus platos favoritos	sobre su experiencia. Este proceso les permite identificar áreas de mejora y realizar cambios necesarios en su servicio y menú	temático que sumerja a los comensales en una experiencia única	que futuro sí les cautivan a los comensales explorar nuevas oportunidades.	
La tablita del tártaro	Ofrecen comida tradicional	En el menú, las parrilladas y la fanesca son dos opciones que destacan por su sabor	El establecimiento ofrece un servicio de delivery que permite a los clientes disfrutar de sus platos favoritos desde la comodidad de sus hogares.	Claro, se podría implementar la degustación de los platos como una forma de que los comensales puedan probar una variedad de opciones en una sola visita	El equipo cuenta con encargados especializados que se encargan de revisar la mercancía para garantizar que esté en óptimas condiciones.	Claro, se hace la degustación de las salsas, una experiencia imprescindible	No cuentan Si, se podría contar sobre la preparación de la fanesca y los 12 granos

Listo el Belen	Ofrecen comida tradicional	En el menú, se encuentran el cuy asado y el yahuarlocro, dos delicias que representan la rica tradición culinaria.	El menú se actualiza tres veces a la semana, lo que permite a los comensales disfrutar de una variedad constante de sabores y platos	Claro, podrían ofrecer la oportunidad de probar el cuy, un plato tradicional y exótico	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina	Se podría hacer la degustación de los platos en pequeñas porciones	No cuentan	Claro a futuros se podría implementar algo nuevo
Los ensinós	Ofrecen comida tradicional	Principalmente preparan la colada de haba, quinua y consomé	Si rara vez cambian de menú	Aun no tienen una idea definida	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina	No se que podríamos implementar	No cuentan	Tal vez a futuro
Los pinos	Ofrecen parrilladas	Parrilladas con carne de cordero, res y chancho	El establecimiento ofrece un servicio de delivery que permite a los clientes disfrutar	Tal vez a futuro se podría implementar algo	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina	No se que podríamos realizar	Actualmente, no tienen planes inmediatos, pero en el futuro sí les gustaría	Claro se podría contar las leyendas e historias de Latacunga

			de sus platos favoritos desde la comodidad de sus hogares.				explorar nuevas oportunidades.		
Menestras del negro	Ofrecen parrilladas	Cuentan con las parrilladas de cordero, y res acompañados de choclo, papas, habas, etc	El establecimiento ofrece un servicio de delivery que permite a los clientes disfrutar de sus platos favoritos desde la comodidad de sus hogares.	Claro se podría, dar alguna probana de algún plato o salsa	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina	Se podría dejar que los turistas vean como se prepara los alimentos	No cuentan	No, tal vez a futuros se podría realizar algo	
Mikey's grill	Ofrecen comida tradicional	Sirven principalmente las parrilladas, fanesca y higos en fechas específicas, también jugos naturales	Si rara vez cambian de menú	Claro se podría implementar algo nuevo	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina	A futuro podríamos hacer algo	No cuentan	A futuro se podría hacer algo	

Paradero el samaritano	Ofrecen comida tradicional	Ofrecen chugchucaras, tortillas de maíz, cuy asado	De vez en cuando cambian el menú	A futuro piensan hacer algo nuevo	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina	Claro, se podría dar la probana	No cuentan	En el futuro se puede implementar algo nuevo
Paradero la Avelina	Ofrecen comida tradicional	Venden tostado con fritada, loco, caldo de pata	Se mantienen siempre con su menú	A los clientes les dan la probana de tostado	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina	Se le da lo que es la probana, hasta servirles la comida	Actualmente, no tienen planes inmediatos, pero en el futuro sí les gustaría explorar nuevas oportunidades	A futuro me gustaría hacer algo nuevo
Paradero Mirabel	Ofrecen comida tradicional	Ofrecen el cuy asado, mote con fritada, caldo de pata, seco de gallina, venden	No cambian de el menú, por que sus clientes ya los conocen por venden	Les da a probar el mote con fritada	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina	Se les da a probar lo que es el mote con la fritada	Actualmente, no tienen planes inmediatos, pero en el futuro sí les	Tal vez se podría contar algunas historias

		asado de borrego, etc.						gustaría explorar nuevas oportunidades	
Paradero Miraflores	Ofrecen comida típica	Ofrecen parrilladas acompañadas de papa chaucha, choclo habas	Siempre se mantienen con el mismo menú	Por supuesto que les dan a probar un plato con habas	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina.	Nos gusta dar de probar algún plato, mientras preparamos	No cuentan	A futuro tal vez	
Paris restaurant	Ofrecen comida típica	Tienen el tigrillo y algunas bebidas como la colada morada	Depende de la temporada cambiamos de menú	Se podría realizar la degustación de alguna bebida	Cuentan con un encargado para que esté pendientes que estén frescos los vegetales	Se les podría hacer participar en la degustación de alguna bebida	No cuentan	Quizás a futuro	
Parrilladas la española	Ofrecen parrilladas	Cuentan con parrilladas de carne de res y chancho, además de bebidas como	Se mantienen con su menú	Podrían hacerles participar, preparando algún plato	Constantemente estamos pendientes que los ingredientes sean de calidad	Se les da a probar un pedazo a los clientes	No cuentan	No contamos	

		el vino de mortiño							
Parrilladas Mama Miche Steak House	Ofrecen parrilladas	Cuentan con parrilladas de carne de ternero, borrego, consomé de pollo,	Por lo general los fines de semana tienden a adaptar un poco el menú	Les da a degustar alguna carne personalmente de revisar los ingredientes que llegan	El chef se encarga personalmente de revisar los ingredientes que llegan	Si se les da a probar una porción de carne mientras se les prepara su plato	No	A futuro se puede implementar algo	
Restaurante del Wash Paul	Ofrecen comida tradicional	Ofrecen morocho, mote con chicharrón, habas con queso y choclo con queso entre otros	Se mantienen con el mismo menú	Por lo general, acostumbramos a dar a probar habas	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina	Siempre se acostumbra a darles la probana	Actualmente, no tienen planes inmediatos, pero en el futuro sí les gustaría explorar nuevas oportunidades	No realizamos nada de eso	
Restaurante Papa	Ofrecen comida típica	Tienen fritada, papas con cuero,	A pesar de los años se	Si se les da una probana a los clientes	Ellos mantienen un estricto control con los	Por supuesto se les da a probar	El restaurante no cuenta	A futuro se puede realizar algo	

		tostado con choco, tortilla de maíz y ofrecemos el vino de capulí	mantienen con el mismo menú			alimentos que utilizan en su cocina			
Sabor Latino Restaurant	Ofrecen comida tradicional	Tienen lo que es la tripa mishqui, mollejas, chuleta de cerdo entre otros	A pesar de los años se mantienen con el mismo menú	Si se les da la probana	Ellos mantienen un estricto control con los alimentos que utilizan en su cocina	Si	No cuenta	No cuenta	

Nota: Datos obtenidos de las entrevistas a establecimientos de comida tradicional, elaboración propia

13 PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO

Para el diseño de la ruta se aplicó la metodología del SENA, la cual consta de cuatro fases, estas fueron desarrolladas en el segundo y tercer objetivo.

Para comprender mejor el contexto de la zona de estudio es esencial explorar su contexto histórico. A continuación, presentaremos una breve reseña histórica del cantón

13.1 Reseña Histórica

Latacunga es una ciudad ubicada en la provincia de Cotopaxi, Ecuador, con una historia que se remonta a la época precolonial. Conocida antiguamente como el tambo de "Tacunga", la región se destacó por su importancia económica y estratégica en la Real Audiencia de Quito entre los siglos XV y XVIII. (Moya, 2023).

La fundación oficial de Latacunga se llevó a cabo el 27 de octubre de 1584, en honor a San Vicente Mártir. La ciudad conserva su primitivo trazado "dameral" (tablero de damas), lo que ha permitido mantener las principales edificaciones en sus ubicaciones originales. (Toaquiza, 2018).

Durante la época colonial, Latacunga disfrutó de un auge económico notable, pero los frecuentes movimientos telúricos y las erupciones del volcán Cotopaxi causaron estragos en la región. A finales del siglo XVIII, la ciudad contaba con una población cercana a los 20,000 habitantes, pero el censo de 1861 registró solo 5,000 debido al impacto de los desastres naturales.

A pesar de estos desafíos, Latacunga fue elevada a la categoría de Villa el 11 de noviembre de 1811 y obtuvo su independencia en la misma fecha, nueve años después. En 1861, Latacunga y Ambato se separaron para constituirse en provincias independientes, y en 1938 se decretó el cambio de nombre de la provincia de León a Cotopaxi. (Calvopiña, 2023).

Actualmente, la provincia de Cotopaxi ha logrado un notable desarrollo gracias a su ubicación geográfica y la mejora en infraestructura vial, ferroviaria y aeroportuaria. La economía de la región se basa principalmente en la agricultura, el comercio y la industria.

Latacunga es una ciudad con una rica herencia cultural y un pasado lleno de eventos significativos. A pesar de los desafíos impuestos por la naturaleza, ha sabido adaptarse y evolucionar, manteniendo su importancia como un centro económico y cultural en la provincia de Cotopaxi. (Cunuhay, 2019).

13.2 Objetivos de la ruta gastronómica

- Promover la cultura y gastronomía local a través de la difusión de la herencia culinaria de Latacunga, destacando los platos tradicionales y los ingredientes locales que forman parte del patrimonio cultural de la región.
- Impulsar el turismo gastronómico a través de la atracción de turistas nacionales e internacionales mediante una ruta gastronómica bien estructurada, fomentando el desarrollo económico local y aumentando la afluencia de visitantes interesados en la gastronomía típica del cantón.
- Fortalecer la economía local con el apoyo a los establecimientos gastronómicos locales y a los productores de ingredientes tradicionales, promoviendo el consumo de productos autóctonos y generando un impacto positivo en la economía de la región.

13.3 Propuesta 1. Ruta “viaja a la cocina tradicional”

Según lo planteado en los pasos anteriores, para cumplir con el objetivo de diseñar una ruta gastronómica innovadora, fue necesario identificar y seleccionar establecimientos que oferten la gastronomía tradicional, complementando con atractivos naturales y culturales relevantes en la zona. Como resultado de este proceso, se lograron identificar 6 sitios que ofrecen la oportunidad de difundir y promover la gastronomía tradicional de la región. Estos 6 lugares estratégicamente ubicados serán los puntos clave que conformarán la ruta gastronómica.

Tomando en cuenta la ubicación geográfica de estos atractivos, el recorrido de la ruta queda estructurado de la siguiente manera:

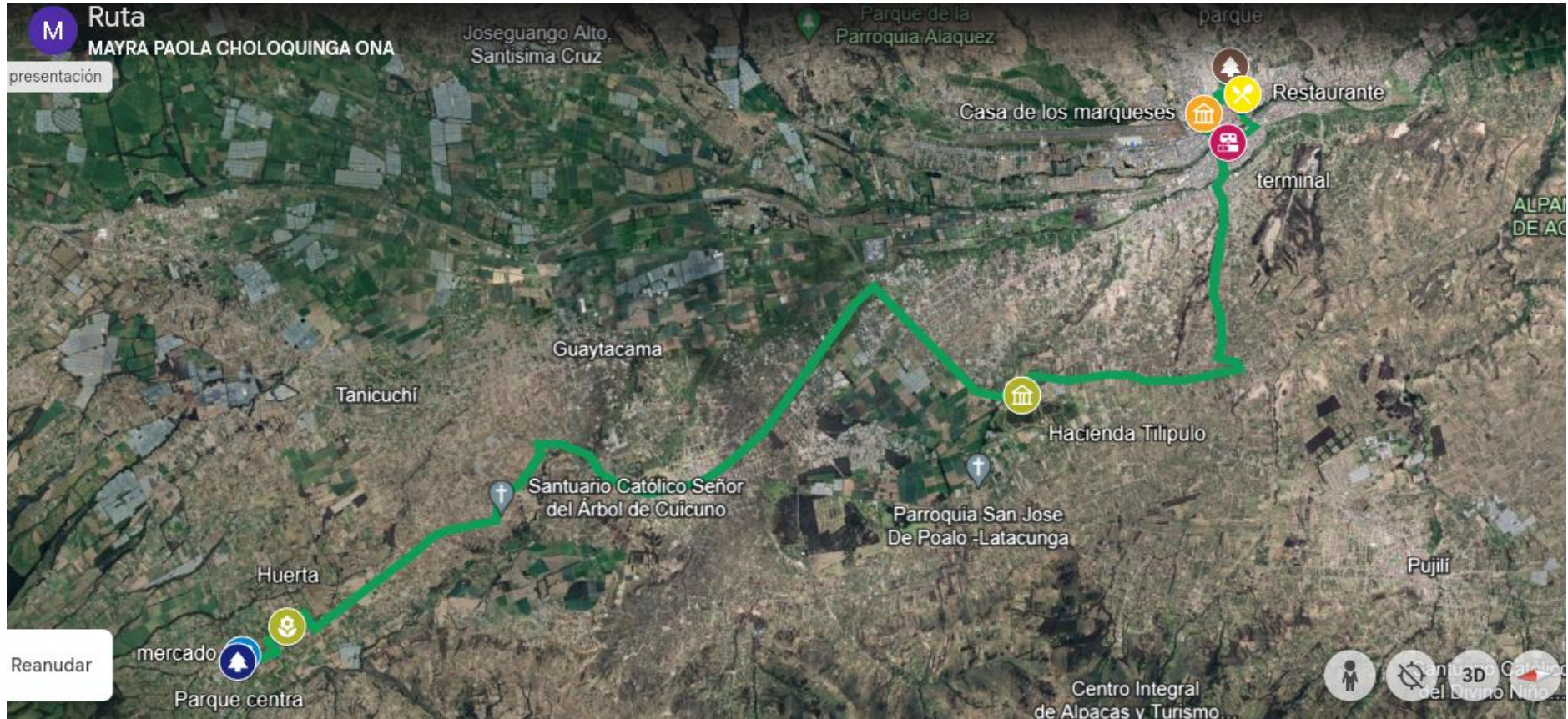
- Mercado de Toacaso
- Huerta orgánica Tamia 2
- Hacienda Tilipulo
- Museo casa de los marqueses
- Parque de las réplicas
- Restaurante la mama negra

Esta distribución permite a los visitantes disfrutar de una experiencia completa, combinando la exploración de la naturaleza, el descubrimiento de la cultura local y la degustación de la exquisita gastronomía tradicional de Latacunga.

Al estructurar la ruta de esta manera, se garantiza que los 7 sitios seleccionados, cada uno con su propio encanto y atractivo, se integran de forma armoniosa para ofrecer un recorrido memorable y enriquecedor para los turistas.

13.3.1 Mapa y afiche

Figura 24 Mapa de la ruta



Elaborado por: Mayra Choloquina

Figura 25 Afiche viaje a la cocina tradicional-

FULL DAY
VIAJE A LA
COCINA TRADICIONAL



Incluye:

-  Transporte desde terminal de Latacunga.
-  Degustación de alimentos tradicionales.
-  Visita a stands
-  Talleres prácticos. .
-  Visita a huertos orgánicos, mercados
-  Recorrido parques, museos.





59,32\$
 Por persona



Elaborado por: Mayra Choloquina

13.3.2 Descripción de la ruta turística

A continuación, se detalla la ruta, incluyendo las paradas y las distancias entre cada una de ellas.

Tabla 16 *Tiempo y duración del recorrido*

N°	Paradas	Ubicación	Atractivo	Distancia
0	Parque de Toacaso	Parroquia Toacaso, calle Bolívar y Manabí	Punto de encuentro	-
1	Mercado de Toacaso	Calle Bolívar y Manabí	Gastronomía	1 minuto
2	Huerta orgánica Tamia	Vía a Guaytacama, calle pichincha	Natural	5 minutos
3	Hacienda Tilipulo	Vía panamericana, calle honduras	Cultural	27 minutos
4	Museo casa de los Marqueses	Calle Fernando Sánchez y Orellana	Cultural	20 minutos
5	Parque de las réplicas	Calle Santiago Zamora y Márquez de Maenza	Cultural	6 minutos
6	Restaurante La mama Negra	Calle Quijano y Ordoñez	Gastronomía	3 minutos
7	Terminal de Latacunga	Av., Eloy Alfaro	Fin de la ruta	5 minutos

Elaborado por: Mayra Choloquina

13.4 Paquete turístico

El paquete turístico detalla los días que se llevará a cabo la ruta en el cantón Latacunga, permitiendo a los visitantes explorar su rica gastronomía, cultura y atractivos naturales.

13.4.1 Paquete Full Day

El Full Day es un programa diseñado para disfrutar de un día completo, que incluye una selección de servicios turísticos meticulosamente organizados. Este paquete puede abarcar degustación de comidas tradicionales, visitas guiadas y actividades recreativas, entre otros. A continuación, se presentarán los detalles de cada actividad y parada, junto con su guion y presupuesto

Tabla 17 Paradas del Full Day

Full Day viaje a la cocina tradicional	
N° de paradas	Atractivos turísticos
1	Mercado de Toacaso
2	Huerta orgánica Tamia 2
3	Hacienda Tilipulo
4	Museo casa de los marqueses
5	Parque de las réplicas
6	Restaurante la mama Negra

Elaborado por: Mayra Choloquina

El tour incluye

- Transporte turístico
- Desayuno, almuerzo y merienda
- Guía
- Actividades: degustación de platos tradicionales
- Box Lunch

No incluye

- Comida o bebidas extras
- Propinas
- Gastos adicionales

Recomendaciones

- Llevar documentos
- Ropa abrigada y calzado cómodo
- Dinero para gastos extras
- Protector solar
- Gorra

13.4.2 Itinerario de Full Day

Tabla 18 *Itinerario*

Día	Hora	Actividades
1	7:30 am	Recibimiento de los turistas en el parque central de Toacaso
	7:35 am	Desayuno de el mercado de Toacaso (Allullas con dulce de machica)
	8:40 am	Salida a la huerta orgánica Tamia
	8:45 am	Llegada a la huerta orgánica Tamia
	9:30 am	Recorrido por la huerta orgánica, donde podrán ver cultivos de hortalizas y frutas
	10:05 am	Taller practico (cosecha y cultivo)
	10:10 am	Salida hacia la hacienda Tilipulo
	10:15 am	Box lunch (Empanadas, morocho)
	10:40 am	Llegada a la hacienda de Tilipulo
	11:40 pm	Recorrido por la hacienda, en donde se explicará sobre su arquitectura e historia
	12:20 pm	Visita a los stands de comida tradicional
	12:30 pm	Almuerzo (chugchucaras, chicha de jora)
	1:35 pm	Salida hacia el cantón Latacunga
	1:55 pm	Llegada al Museo Casa de los Marqueses
	3:10 pm	Visita al museo en donde se observará exposiciones de artesanías y la historia de Latacunga
	3: 15 pm	Salida hacia el parque de las réplicas
	3:20 pm	Llegada al parque
	3:30 pm	Recorrido por el parque, explicación de la fiesta de la mama negra y sus personajes. (presentación de la danza de la mama negra)
	5:40 pm	Salida hacia el restaurante la mama negra
	5:50 pm	Llegada al restaurante
6:00 pm	Merienda (hornado con chaguarmishqui)	
7:00 pm	Salida hacia del terminal de Latacunga	
7:05	Llegada al terminal, fin de la ruta	

Elaborado por: Mayra Choloquina

13.4.3 Guion Full Day

Saludos y presentación del guía

Buenos días a todos, quiero darles una cordial bienvenida a nombre de la ruta gastronómica viaje a la comida tradicional. Nos alegra mucho contar con su presencia y esperamos que puedan disfrutar al máximo esta experiencia gastronómica.

Nos encontramos en el cantón Latacunga el cual ofrece una combinación única de gastronomía tradicional, belleza natural y riqueza cultural, en este momento nos vamos a dirigir al mercado de Toacaso en donde podremos encontrar una gran variedad de platos tradicionales como el papas con cuy, yahuarlocro, allullas, tortillas de maíz, y bebidas como el jucho, chaguarmishqui, Estos platos y bebidas no solo son representativos de la gastronomía de Latacunga, sino que también son un reflejo de la identidad cultural y la historia de la región, conectando a las comunidades con sus raíces y tradiciones, cualquier duda o inquietud me la pueden hacer durante el transcurso de la ruta.

Que no hacer:

- No botar basura
- No separarse del grupo
- No arrancar ninguna planta

Actividades a realizar durante toda la ruta

- Senderismo
- Fotografía
- Degustación de platos tradicionales
- Visita a stands
- Talleres prácticos

13.4.4 Recorrido de la ruta viaje a la cocina tradicional

Parada 1: Mercado de Toacaso

El Mercado de Toacaso es un vibrante punto de encuentro, ofreciendo una variedad de delicias que reflejan la rica herencia cultural de la región. Al ingresar, los aromas de la comida local invitan a explorar los diferentes puestos de comida.

Entre los platos más emblemáticos se encuentra el chugchucaras, una mezcla deliciosa de fritada, papas, maduro frito, canguil y cuero de chanco reventado, acompañada de mote y ají, que simboliza la identidad latacungueña. Los visitantes también pueden degustar allullas, panes crujientes que se combinan perfectamente con queso de hoja, así como tortillas de maíz rellenas de queso y cebolla, destacando el uso del maíz en la

gastronomía andina. Para acompañar estas delicias, se ofrecen bebidas tradicionales como el jucho, elaborado a base de capulí, y el chaguarmishqui, que aporta un toque nutritivo a la experiencia.

Este mercado no solo satisface el paladar, sino que también permite a los visitantes sumergirse en la cultura local y disfrutar de una experiencia culinaria auténtica, en este lugar vamos a desayunar allullas con dulce de machica

Actividades a realizar:

- Degustación de platos tradicionales
- Fotografía

Parada 2: Huerta orgánico Tamia

Continuando con nuestro recorrido, llegamos a la Huerta Orgánica La Tamia, un espacio dedicado a la agricultura sostenible. Aquí recibirán una explicación por parte de un guía, sobre los principios de la agricultura orgánica y la importancia de cultivar alimentos de manera responsable. Durante el recorrido, podrán observar una variedad de cultivos, que incluyen hortalizas, hierbas aromáticas y frutas frescas. Además, podrán participar en un taller práctico donde aprenderán a preparar el suelo y las técnicas adecuadas para sembrar semillas. Posteriormente, tendrán la oportunidad de cosechar productos frescos directamente de la huerta, lo que les permitirá experimentar de primera mano el proceso de recolección. Al finalizar las actividades, se ofrecerá una degustación de los productos cosechados, incluyendo ensaladas frescas y jugos naturales elaborados con ingredientes de la huerta, Permitiendo disfrutar de sabores auténticos.

Actividades a realizar

- Caminata
- Taller práctico
- Degustación de ensaladas o jugos orgánicos.
- Fotografía

Parada 3: Hacienda de Tilipulo

La Hacienda Tilipulo es un sitio de gran relevancia histórica y arquitectónica ubicado en la parroquia Poaló, en la provincia de Cotopaxi, Ecuador. Su historia se remonta a su construcción en 1720, bajo la dirección del Hermano Marcos Guerra, miembro de la Compañía de Jesús, que la utilizó como un monasterio y centro de actividades textiles. La Hacienda Tilipulo apoyó un papel crucial en la gesta libertaria de Ecuador, especialmente durante la independencia de Latacunga el 11 de noviembre de 1820. Fue un punto de reunión para patriotas y un lugar estratégico para planificar batallas en la lucha por la libertad, albergando a tropas

lideradas por figuras como Antonio José de Sucre. En 1979, la hacienda fue adquirida por el Municipio de Latacunga y desde 1982 es considerada un bien patrimonial por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

En este momento nos encontramos en el reloj de sol el cual es un dispositivo que permite medir el tiempo usando la posición del sol, además podemos ver el purificador de agua el cual fue construido con piedra pómez, carbón y arena este es utilizado para filtrar el agua, nos encontramos en los calabozos los cuales fueron utilizados para castigar a esclavos e indígenas antiguamente

A continuación, vamos a pasar a visitar los stands de comida tradicional en donde nos van hablar un poco sobre la preparación e historia de los platos.

Almuerzo

Vamos a degustar uno de los platos mas emblemáticos del cantón. Las chugchucaras son un plato tradicional que combina una variedad de sabores y texturas. Su nombre proviene de las palabras kichwas 'chukchuna' que significa tembloroso y 'kara' que se traduce como cuero, refiriéndose al cuero de cerdo que se utiliza en su preparación. Acompañado con chicha de jora, este es una bebida fermentada a base de maíz que ha sido parte de la cultura andina durante siglos. Su sabor es ligeramente ácido y refrescante

Actividades a realizar

- Recorrido
- Fotografía
- Degustación de las chugchucaras y la chicha de jora

Parada 4: Museo casa de los marqueses

En este momento nos encontramos en la Casa de los Marqueses, ubicada en Latacunga, es un importante sitio histórico y cultural que data de hace más de 270 años. Esta edificación, construida con piedra pómez, destaca por su estilo neoclásico y su rica historia, que incluye su uso como refugio para huérfanos y pobres en el siglo XIX. La casa presenta un primer patio con un ambiente cubierto sostenido por siete pilares y techos tipo bóveda. El segundo patio es rectangular, rodeado por 11 columnas de piedra pómez, lo que resalta su diseño arquitectónico, la casa ha tenido varios usos a lo largo de los años, incluyendo una escuela y un refugio. En 1888, las Madres Betlemitas se convirtieron en un refugio para huérfanos. Actualmente, el museo alberga una variedad de artículos tradicionales, como una carroza fúnebre y una escultura de la Mamá Negra.

Actividades a realizar

- Recorrido
- Fotografía

Parada 5: Parque de las réplicas

Ubicado en el lado norte del Parque Náutico La Laguna en Latacunga, el parque alberga réplicas de los personajes más emblemáticos de las festividades patrimoniales del cantón, destacando especialmente la celebración de La Mamá Negra. Durante el recorrido, se explicará el significado de cada uno de los personajes que forman parte de esta fiesta tradicional.

La historia de La Mama Negra se remonta a 1742, cuando una erupción del volcán Cotopaxi amenazó a la ciudad de Latacunga. Ante el temor, los habitantes buscaron la protección de la Virgen de la Merced, a quien proclamaron "Abogada y Patrona del Volcán". En agradecimiento por la calma que siguió a la erupción, decidieron instituir una fiesta anual en su honor, dando inicio a esta rica tradición cultural.

La Mama Negra: Es la figura central de la festividad, representando a una mujer negra, alegre y lleva consigo a su hija. Se caracteriza por su danza y por lanzar leche al público, simbolizando la unión de las razas y la integración social.

El Capitán: Acompaña a La Mama Negra, vistiendo un traje militar y portando una espada, simbolizando la fuerza y el poder.

El Abanderado: Lleva una bandera blanca y roja, que representa los colores de Latacunga, simbolizando la lealtad y el patriotismo.

El Rey Moro: Viste un traje colorido y porta una espada, representando la diversidad cultural y étnica de la región.

El Ángel: Un personaje vestido de blanco que simboliza la pureza y la inocencia, acompaña a La Mamá Negra en su recorrido.

En este momento se va a presentar un grupo de danza representando la fiesta de la mama negra

Actividades a realizar

- Visita
- Historia
- Fotografías

Parada 6: Restaurante la mama negra

Bienvenidos a esta experiencia gastronómica donde exploraremos uno de los platos más tradicionales de la provincia de Cotopaxi: como es el hornado el cual esta acompañado de

tortillas de papa, ensalada y una deliciosa bebida como es el chaguarmishqui. Hoy, no solo degustaremos estos deliciosos platillos, sino que también aprenderemos sobre su historia

El hornado es considerado un plato nacional, consumido en todo Ecuador, Su preparación es un ritual que simboliza la unión familiar y la celebración de la cultura

El chaguarmishqui representa la conexión con las prácticas agrícolas ancestrales y el uso de recursos naturales. Este plato es un símbolo de la identidad cultural de las comunidades que lo preparan, resaltando la importancia de la sostenibilidad y el respeto por la naturaleza.

Esperamos que hayan disfrutado de esta experiencia gastronómica. Cada plato no solo es una delicia, sino también un reflejo de la rica cultura y tradiciones de Ecuador. Les invitamos a seguir explorando y disfrutando de la gastronomía de nuestra tierra

Actividades a realizar

- Degustación

Parada 8: Terminal de Latacunga

Gracias una vez más por acompañarnos en esta aventura. Les deseo un buen regreso a casa y espero verlos pronto en otra ruta gastronómica. ¡Hasta la próxima!

13.4.5 Determinación de los costos y gastos de operación (Full Day) para 15 personas

Se pueden establecer los costos, gastos, precios y beneficios del Full Day, donde se ha calculado el precio por persona. Estos costos abarcan todas las actividades y servicios incluidos en la ruta turística, tales como transporte, almuerzo, guías locales y entradas a los atractivos. Además, se considera el IVA del 15% correspondiente y se añade un porcentaje de comisiones, que puede interpretarse como la ganancia por la gestión de la ruta. Esto permite ofrecer un precio final para el turista

Tabla 19 Costos y gastos

Presupuesto de la ruta			
	Actividades o servicio	Valor unitario	Valor (15 pax)
Mercado de Toacaso	Desayuno	\$ 3.00	\$ 45.00
	Transporte	\$ 5.00	\$ 75.00
	Guía	\$ 3.00	\$ 45.00
Huerto orgánico Tamia	Recorrido	\$ 5.00	\$ 75.00
Box lunch	Taller practico Refrigerio	\$2.00	\$ 30.00

Hacienda Tilipulo	Recorrido	\$ 3.00	\$ 45.00
Stands	Visita y degustación	\$ 5.00	\$ 75.00
Almuerzo	Almuerzo	\$ 5.00	\$ 75.00
Museo casa de los marqueses	Visita	\$ 3:00	\$ 45.00
Parque de las réplicas	Recorrido	\$ 5.00	\$ 75.00
Restaurante la mama negra	Cena	\$ 5.00	\$ 75.00
Sub total		\$ 44.00	\$ 660
Imprevisto 5%		\$ 2.20	\$ 33
Costo neto		\$ 46.20	\$ 693
IVA 15%		\$ 6.93	\$ 103.95
Comisión del 10%	-	\$ 5.31	\$79,69
PRECIO DE VENTA POR PERSONA		\$59.32	
PRECIO DE VENTA POR (15 PAX)			\$ 875.55

Elaborado por: Mayra Choloquina

Se determinaron los costos y gastos para un grupo de 15 personas, partiendo de los cálculos realizados por persona en conceptos como transporte y almuerzo, los cuales se identifican como costos fijos. Además, se considerarán costos variables, teniendo en cuenta que cada atractivo turístico tiene precios diferentes en servicios como guías, parqueaderos, entradas y degustaciones. De la misma manera, se incluye un porcentaje del 5% para imprevistos, el cual será utilizado en casos de emergencia.

Una vez calculados los costos fijos, costos variables, gastos generales e imprevistos, se obtiene el presupuesto total para el grupo de 15 personas. Este presupuesto total representa la suma de todos los gastos necesarios para llevar a cabo la ruta turística, incluyendo los costos por persona y los gastos adicionales requeridos para el grupo completo.

13.5 Paquete Full Day “Rincón de sabores”

A continuación, se detallará las actividades, paradas y su guion propuesto

Tabla 20 *Paradas del Full Day rincón de sabores*

Full Day Rincón de sabores	
N° de paradas	Atractivos turísticos
1	Allullas la estación
2	Parque de las réplicas
3	La casa del queso de hoja (degustación del queso de hoja)
4	Mercado cerrado de Latacunga
5	Huerto orgánico Tamia
6	Parque central de Toacaso

Elaborado por: Mayra Choloquina

El tour incluye

- Transporte
- Desayuno, almuerzo
- Degustación de platos, fotografías
- Guía

No incluye

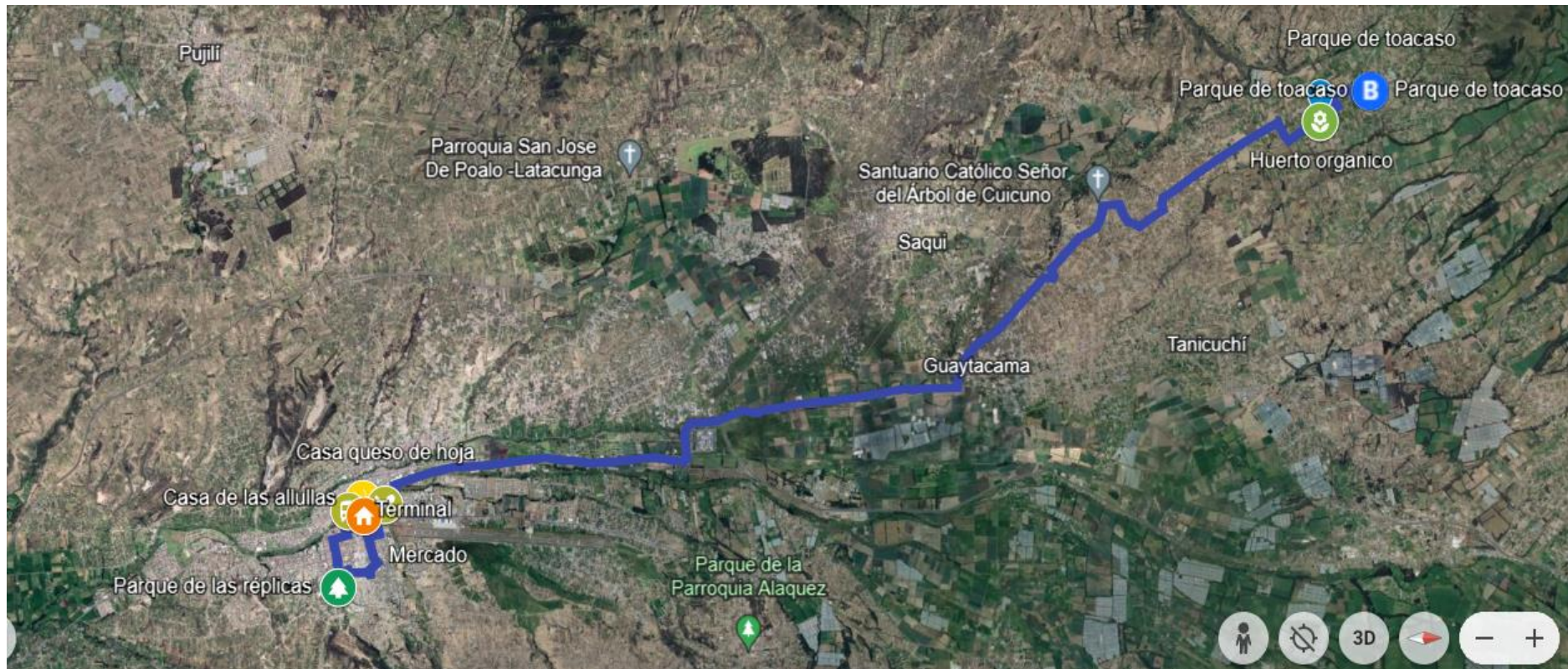
- Comidas o bebidas extras
- Propinas
- Gastos adicionales

Recomendaciones

- Llevar documentos personales
- Ropa abrigada y calzado cómodo
- Traje de baño
- Dinero extra
- Gorra
- Protector

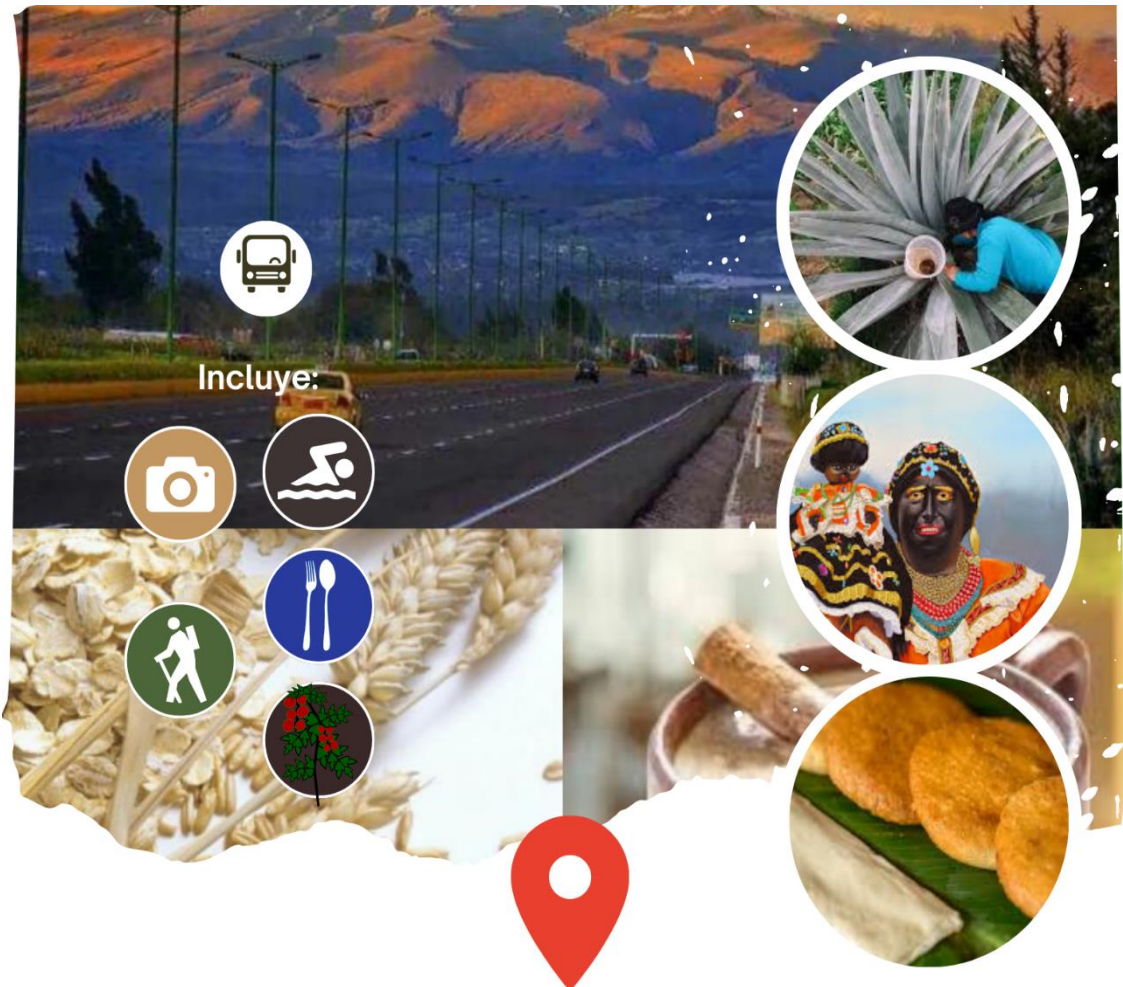
13.5.1 Mapa y afiche

Figura 26 Mapa ruta



Elaborado por: Mayra Choloquina.

Figura 27 Afiche full Day Rincón Mágico



FULL DAY RINCÓN MÁGICO

¡Ven a vivir la aventura!

Sumérgete en la exuberante degustación de platos tradicionales mientras exploras los atractivos naturales y culturales que rodean este paraíso, donde la tranquilidad se fusiona, brindándote una experiencia única y enriquecedora.

Por solo
\$44,36
 por persona

Elaborado por: Mayra Choloquina

Tabla 21 Itinerario ruta rincón mágico

Día	Hora	Actividades
1	8:00 am	Recibimiento de los turistas en el terminal
	8:00 am	Salida hacia allullas la estación
	8:05 am	Llegada a las allullas la estación
	9:05 am	Desayuno (allullas, colada morada, morocho)
	9:05 am	Salida hacia el parque de las réplicas
	9:15 am	Llegada al parque de las réplicas
	10:30 am	Recorrido por el parque
	10:35 am	Salida hacia la casa del queso de hoja
	10:50 am	Llegada a la casa de queso de hoja
	11:50 am:	Visita a la casa de queso de hoja
	11:55 am	Salida hacia el mercado cerrado Latacunga
	12:00 pm	Llegada al mercado central Latacunga
	1:00 pm	Almuerzo
	1:10 pm	Salida a la huerta orgánica Tamia
	1:40 pm	Llegada a la huerta orgánica Tamia
	3:20 pm	Recorrido por la huerta orgánica Taller práctico
	3:25 pm	Salida hacia el parque central de Toacaso
	3:30 pm	Llegada al parque
	3:30 a 4:30 pm	Visita a los stands de comida
	4:30 pm a 5:00	Presentación de obras de teatro en el parque de Toacaso
	5:30 pm	Llegada al terminal

Elaborado por: Mayra Choloquina

13.5.2 Guion Full Day rincón de sabores

Buenos días con todos reciban un cordial saludo, me presento mi nombre es Mayra Choloquina y seré su guía durante el transcurso de esta ruta, en este momento nos encontramos en el terminal terrestre nos vamos a dirigir a nuestro primer punto de visita es las allullas la estación, cualquier duda me pueden hacer saber durante el transcurso de la ruta

Que no hacer

- No botar basura en los lugares que visitemos
- No separarse del grupo
- No arrancar o rayar las plantas o lugares que visitemos

Actividades a realizar en la ruta

- Degustación de platos tradicionales
- Caminata
- Fotografía
- Natación

Parada 1: Allullas la estación

Nuestra primera parada es la allullas la estación, en este lugar vamos a probar las allullas estas son una especie de bizcocho elaborado con harina de trigo, sal, azúcar, leche y manteca de cerdo esta receta ha sido transmitida de generación a generación, acompañado de una deliciosa colada morada

Parada 2: Parque de las réplicas

Ubicado en el lado norte del Parque Náutico La Laguna en Latacunga, el parque alberga réplicas de los personajes más emblemáticos de las festividades patrimoniales del cantón, destacando especialmente la celebración de La Mamá Negra. Durante el recorrido, se explicará el significado de cada uno de los personajes que forman parte de esta fiesta tradicional.

La historia de La Mama Negra se remonta a 1742, cuando una erupción del volcán Cotopaxi amenazó a la ciudad de Latacunga. Ante el temor, los habitantes buscaron la protección de la Virgen de la Merced, a quien proclamaron "Abogada y Patrona del Volcán". En agradecimiento por la calma que siguió a la erupción, decidieron instituir una fiesta anual en su honor, dando inicio a esta rica tradición cultural.

Mama Negra: Es la figura central de la festividad, representando a una mujer negra, alegre y lleva consigo a su hija. Se caracteriza por su danza y por lanzar leche al público, simbolizando la unión de las razas y la integración social.

El Capitán: Acompaña a La Mama Negra, vistiendo un traje militar y portando una espada, simbolizando la fuerza y el poder.

El Abanderado: Lleva una bandera blanca y roja, que representa los colores de Latacunga, simbolizando la lealtad y el patriotismo.

El Rey Moro: Viste un traje colorido y porta una espada, representando la diversidad cultural y étnica de la región.

El Ángel: Un personaje vestido de blanco que simboliza la pureza y la inocencia, acompaña a La Mamá Negra en su recorrido.

Actividades a realizar

- Visita
- Historia
- Fotografías

Parada 3: Casa del queso de las hojas

Continuando con nuestro recorrido en este momento nos encontramos en la casa del queso de hojas, es este lugar la dueña nos va hablar un poco del proceso de la elaboración del queso, primero se comienza cuajando la leche de vaca cruda, luego ponemos a hervir la leche, dejamos reposar, una vez que la leche esté tibia se añade la sal y el cuajo dejamos reposar por unos minutos hasta cuando se separe el suero del queso, se escurre y se lo coloca en moldes, para que tome forma, después al queso se le envuelve en hojas de plátano para conservar su frescura y sabor.

Parada 4: Mercado cerrado Latacunga

Nos encontramos en el colorido y bullicioso mercado cerrado, donde se reúne una gran variedad de platos, productos y artesanías tradicionales. Vamos a disfrutar de un recorrido por este vibrante espacio cultural.

Comenzamos nuestro recorrido gastronómico con una humeante sopa de maíz(cauca), un plato emblemático de la cocina local, el maíz, es la base de esta deliciosa preparación, este es un alimento sumamente nutritivo, rico en hierro y calcio, que aporta energía y vitalidad. Para acompañar nuestra sopa, nada mejor que una refrescante bebida tradicional como el chaguarmishqui, esta bebida milenaria se elabora a partir del dulce de penco y la cebada, El

chaguarmishqui es rico en vitaminas C y del complejo B, además de contener importantes minerales como hierro, fósforo y calcio.

Parada 5: Huerto orgánico Tamia

Continuando con nuestro recorrido, llegamos a la Huerta Orgánica La Tamia, un espacio dedicado a la agricultura sostenible. Aquí recibirán una explicación por parte de un guía, sobre los principios de la agricultura orgánica y la importancia de cultivar alimentos de manera responsable. Durante el recorrido, podrán observar una variedad de cultivos, que incluyen hortalizas, hierbas aromáticas y frutas frescas. Además, podrán participar en un taller práctico donde aprenderán a preparar el suelo y las técnicas adecuadas para sembrar semillas. Posteriormente, tendrán la oportunidad de cosechar productos frescos directamente de la huerta, lo que les permitirá experimentar de primera mano el proceso de recolección. Al finalizar las actividades, se ofrecerá una degustación de los productos cosechados, incluyendo ensaladas frescas y jugos naturales elaborados con ingredientes de la huerta, Permitiendo disfrutar de sabores auténticos.

Actividades a realizar

- Caminata
- Taller práctico
- Degustación
- Fotografía

Parada 6: Parque central de Toacaso

En este lugar vamos a visitar los stands, los cuales presentan platos tradicionales (Ingredientes, historia), luego vamos a observar obras de teatro de leyendas e historias del cantón Latacunga.

Parada 7: Terminal de Latacunga (despedida)

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento por acompañarnos en esta ruta gastronómica. Ha sido un verdadero placer compartir con ustedes los sabores y tradiciones que hacen de nuestra gastronomía algo único y especial.

13.5.3 Determinación de costos y gastos de operación

Se pueden calcular los costos, gastos, precios y beneficios del Full Day, estableciendo el precio por persona y para un grupo de 15 personas. Estos costos abarcan todas las actividades

y servicios incluidos en la ruta turística, como transporte, alimentación, guías y entradas a los diferentes lugares. Además, se considera el IVA del 13% correspondiente al total.

Tabla 22 *Costos y gastos ruta rincón mágico*

Presupuesto de la ruta			
	Actividades o servicio	Valor unitario	Valor (15 pax)
Allullas la estación	Desayuno	\$ 2.00	\$ 30.00
	Transporte	\$ 5.00	\$ 75.00
	Guía	\$ 5.00	\$ 75.00
Parque de las replicas	Recorrido	\$ 3.00	\$ 45.00
Casa del queso de hoja	Visita	\$ 2.00	\$ 30.00
Mercado cerrado Latacunga	Almuerzo	\$ 3.00	\$ 45.00
Huerta orgánica Tamia	Visita	\$ 5:00	\$ 75.00
stands	Recorrido y degustación	\$ 5.00	\$ 75.00
Obras de teatro	Observación	\$ 3.00	\$ 45.00
Sub total		\$ 33.00	\$ 495
Imprevisto 5%		\$ 1.65	\$ 24.75
Costo neto		\$ 34.65	\$ 519.75
Iva 15%		\$ 5.19	\$ 77.96
Ganancia de 10%		\$ 3.98	\$59, 77
PRECIO DE VENTA POR PERSONA		\$44.36	
PRECIO DE VENTA POR (15 PAX)			\$ 675.79

Elaborado por: Mayra Choloquina

Se calcularon los costos y gastos para un grupo de 15 personas, basándose en los cálculos individuales relacionados con el transporte y el almuerzo, que se clasifican como costos fijos. Asimismo, se tendrán en cuenta los costos variables, ya que cada atractivo turístico presenta precios distintos en servicios como guías, estacionamientos, entradas y degustaciones. Además, se añadirá un porcentaje del 5% para imprevistos y el 15% de IVA que se destinará a situaciones de emergencia

14 IMPACTOS

14.1 Impacto social

La creación de una ruta turística en el cantón Latacunga podría tener numerosos impactos positivos. En primer lugar, generaría oportunidades laborales para los habitantes locales. Además, esta ruta fomentaría la preservación de la gastronomía y las tradiciones del cantón, contribuyendo a la conservación del entorno cultural y natural.

Asimismo, la ruta podría atraer visitantes interesados en explorar la gastronomía tradicional y la historia local, lo que estimularía el desarrollo del cantón. En conjunto, el establecimiento de una ruta turística sería una ayuda tanto para el cantón como para sus habitantes, promoviendo un crecimiento económico y la valorización de su patrimonio cultural.

14.2 Impacto económico

El diseño de una ruta turística que ponga en valor la gastronomía tradicional, complementada con atractivos naturales y culturales del cantón, tiene el potencial de generar un impacto económico significativo para sus habitantes. La implementación de un turismo bien estructurado en esta área no solo atraerá a visitantes nacionales e internacionales, sino que también proporcionará beneficios económicos concretos. Este enfoque resultará en un aumento considerable de los ingresos, lo que a su vez mejorará la calidad de vida de los residentes locales. La creación de esta ruta turística no solo destacará la riqueza gastronómica del cantón, sino que también ayudará a dar a conocer sus atractivos naturales y culturales. En última instancia, este desarrollo turístico bien planificado fortalecerá la economía local.

15 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

15.1 Conclusiones

Latacunga, ubicado dentro de la provincia de Cotopaxi, cuenta con una extensión de 1,386 km². Su población es de 183.446 habitantes, distribuidos en las 5 parroquias rurales y 10

parroquias urbanas, los habitantes del cantón se dedican a la agricultura, ganadería, comercio y manufactura, en Latacunga existe 221 establecimientos de educación, el 95% de los habitantes terminaron la primaria y secundaria mientras que solo 28,79% culminaron la educación superior. En Latacunga existen 61 atractivos naturales y culturales complementados con 97 establecimientos de alimentos y bebidas, 42 establecimientos de alojamiento, operadores de mercados los cuales se clasifican en guías (locales, especialistas en aventura, patrimonio, guía nacional de turismo) en total existen 158 guías dentro del cantón.

Se concluye que existe una demanda significativa para una ruta gastronómica en el Cantón, ya que los encuestados manifestaron interés en participar en una ruta, especialmente que tenga actividades culturales y de aventura. La mayoría estaría dispuesta a pagar entre \$25 a \$40 dólares por la experiencia. Además, 24 establecimientos de alimentos y bebidas entrevistados promueven activamente la gastronomía tradicional, lo cual demuestra un compromiso con la preservación y difusión de la cocina local. Esta combinación de demanda e interés en la oferta fortalece la viabilidad de implementar la ruta gastronómica.

Finalmente, para el diseño de productos turísticos gastronómicos, se siguió el manual de diseño de rutas del SENA, que establece un procedimiento en cuatro etapas. Se diseñaron dos productos para grupos de 15 personas: el primer Full Day, titulado "Viaje a la Cocina Tradicional", tiene un costo de \$59.32 e incluye visitas a huertos orgánicos y haciendas; el segundo, "Rincón Mágico", cuesta \$44.36 y ofrece talleres prácticos, visitas a stands y degustaciones de alimentos.

15.2 Recomendaciones

Se sugiere al GAD que actualice la información sobre el número de turistas que llegan al cantón, dado que es la entidad responsable de recabar datos no solo de los turistas, sino también de los productos gastronómicos disponibles.

Se recomienda proceder con la implementación de la ruta gastronómica en el Cantón, aprovechando la alta demanda y el interés de los encuestados en combinar actividades culturales y de aventura con experiencias culinarias

Se recomienda realizar un seguimiento constante de la satisfacción del cliente a través de encuestas y retroalimentación, lo que permitirá realizar ajustes en los productos ofrecidos y mejorar continuamente la calidad de las experiencias.

16 Bibliografía

- Almachi, S. (10 de Julio de 2019). *La cosina patrimonial como destino gastronomico*. Obtenido de
de
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27850/1/0503801672%20Sonia%20Patricia%20Almachi%20Chaquina.pdf>
- artística, I. d. (26 de Enero de 2022). *Que es el turismo cultural y por que sera clave en los proximos años*. Obtenido de <https://igeca.net/blog/439-turismo-cultural-que-es>
- Bermeo, P. (5 de Diciembre de 2020). *Gastronomía tradicional* . Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2020000200175
- Cajal, A. (6 de Abril de 2020). *que es la investigacion de campo* . Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-campo.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20investigaci%C3%B3n%20de,personas%20en%20su%20entorno%20natural>.
- Calidoscopi. (23 de Febrero de 2022). *Mapeo de actores* . Obtenido de <https://calidoscopiconsultoria.com/como-hacer-un-mapeo-de-actores/>
- Calvopiña, D. (2023). Patrimonio Arquitectónico y Desarrollo Turístico en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. *Tesis previo a la obtención del título en Gestión Turística y Hotelera*, 20-56.
- Camargo, A. (2022). Receta de las Chugchucaras. *Blog Go Raymi*, <https://www.goraymi.com/es-ec/cotopaxi/recetas/receta-chugchucaras-ae8d19280>.
- Campos, A., Fernández, A., López, T., & Alba, C. (08 de Febrero de 2021). *Gastronomía local, cultura y turismo en Ciudades Patrimonio de la Humanidad: el comportamiento del turista extranjero*. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/121226/6/Investigaciones-Turisticas_23_07.pdf

Carvache, F. (11 de Enero de 2020). *Festivales gastronómicos para el desarrollo de un destino*.

Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n01/20410119.html>

Castellanos, H. (02 de Agosto de 2018). *SCRIBD*. Obtenido de Tipos de demandas :

<https://es.scribd.com/document/385332681/DEMANDA-HISTORICA>

Ceupe. (12 de Marzo de 2023). Obtenido de Oferta turística: [https://www.ceupe.com/blog/que-](https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html)

[es-la-oferta-turistica.html](https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html)

Chiriboga, E. (20 de Octubre de 2022). *Enfoque del proceso de una experiencia turística*

memorable

Obtenido

de

<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/2180/2045>

Cimec. (30 de Junio de 2023). *El método exploratorio en investigación* . Obtenido de

<https://www.cimec.es/metodo-explotario-investigacion/>

Culinary Hub. (6 de Febrero de 2023). *Destino gastronomico* . Obtenido de

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

Cunuhay, G. (2019). CENTRO HISTÓRICO DE LATACUNGA: ANÁLISIS Y. *Tesis previo*

a la obtención del título en Ingeniería en Turismo, 10-52.

Cusme, G. (12 de Marzo de 2022). *Gastronomía local* . Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/am/42000/1737/1/TIC_T04D.pdf

Diálogo cantonal latakunga . (12 de Marzo de 2016). *Población a que se dedica*

economicamente.

Obtenido

de

[https://colectivosciudadanoseducacion.wordpress.com/wp-](https://colectivosciudadanoseducacion.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/02/dc-latakunga.pdf)

[content/uploads/2017/02/dc-latakunga.pdf](https://colectivosciudadanoseducacion.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/02/dc-latakunga.pdf)

Echeverría, G., & Mercedes, J. (22 de Agosto de 2022). *Turismo gastronomico en la provincia*

de Cotopaxi. Obtenido de [https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/10248/1/PC-](https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/10248/1/PC-002556.pdf)

[002556.pdf](https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/10248/1/PC-002556.pdf)

- Enciclopedia . (2 de Octubre de 2023). *Que es la técnica* . Obtenido de <https://www.significados.com/tecnica/>
- Etecé. (11 de Marzo de 2019). *Gastronomía*. Obtenido de <https://concepto.de/gastronomia/>
- Ferías Ecuador. (15 de Marzo de 2020). *Ferías Ecuador* . Obtenido de <https://kikibga16.wixsite.com/website>
- Fexma. (1 de Abril de 2022). *Que son los productos turisticos* . Obtenido de <https://www.cursosfemxa.es/blog/productos-turisticos>
- Fuenzalida, A. (25 de Abril de 2019). Obtenido de <https://www.genoma.work/post/entrevistas-tecnicas>
- García, J. (20 de Junio de 2021). *Oferta gastronomica* . Obtenido de <https://joinposter.mx/post/oferta-gastronomica-que-es>
- Hub, B. c. (12 de Febrero de 2024). *Destino gastronomico mas valorado del mundo* . Obtenido de <https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/Barcelona-gastronom%C3%ADa#:~:text=Se%20denomina%20destino%20gastron%C3%B3mico%20a,ir%C3%ADa%20a%20probar%20la%20trufa.>
- Ilerna. (12 de Diciembre de 2019). *Demanda turistica*. Obtenido de <https://www.ilerma.es/blog/la-demanda-turistica>
- Investigación, T. d. (12 de Octubre de 2020). *Que son los instrumentos de investigación y cómo usarlos*. Obtenido de <https://tiposdeinvestigacion.review/que-son-los-instrumentos-de-investigacion-y-como-usarlos/>
- Jeambey, Z. (16 de Octubre de 2016). *Rutas gastronómicas*. Obtenido de https://pasosonline.org/Publicados/14516/PS516_09.pdf
- Jeamney, Z. (5 de Mayo de 2016). *Rutas gastronómicas*. Obtenido de <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/415>

- Karen, T., Andará, J., & Rivera, G. (30 de Diciembre de 2019). *Fortalecimiento de la identidad cultural gastronómica*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/215/215974010/html/index.html>
- Latacunga, P. d. (12 de Marzo de 2020). *demanda turistica* . Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed-1.pdf
- Llerena, K. (20 de Marzo de 2021). *Gastronomía típica como identidad cultural* . Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32997/1/180402398%20KARINA%20PATRICIA%20LLERENA%20%c3%91ATE.pdf>
- López, M. (12 de Octubre de 2020). *Gastronomía como atractivo turístico* . Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1948/1/TIC_T07D.pdf
- López, P. L. (2017). Población Muestra y Muestreo. *Scielo*, 9. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Lopez, R. (2 de Octubre de 2009). *El método de investigación bibliográfica*. Obtenido de <https://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html#:~:text=En%20sentido%20m%C3%A1s%20espec%C3%ADfico%20el,informaci%C3%B3n%20pertinente%20para%20la%20investigaci%C3%B3n>.
- Martínez, A. (22 de Marzo de 2022). *Innovación Gastronómica*.

- Métodos. (7 de Marzo de 2019). *Metodología*. Obtenido de https://www.uv.es/webgid/Descriptiva/2_cuantiles.html
- Ministerio de Turismo. (5 de Junio de 202). Obtenido de Ecuador tiene gran potencial para ser un destino gastronómico: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-tiene-gran-potencial-para-ser-un-destino-turistico-y-gastronomico/>
- Miranda, A. d. (3 de Marzo de 2023). *Proceso de la investigación diagnostica*. Obtenido de <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/28894/>
- Moina, D. (8 de octubre de 2023). *expreso*. Obtenido de Casa de su abuelo La Ruta de la Máchica : <https://www.expreso.ec/actualidad/latacunga-joven-hizo-casa-abuelo-ruta-machica-175533.html>
- Mones, M. (1 de Agosto de 2023). *Que es la gastronomía* . Obtenido de <https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/gastronomia/que-es-la-gastronomia/>
- Montecinos, A. (3 de Octubre de 2021). *Turismo gastronómico*. Obtenido de <https://cegaho.wordpress.com/>
- Moya, L. (2023). Diseño de una ruta turística y emprendimientos del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. *Proyecto de titulación previo a la obtención del título en Licenciatura en Ecoturismo*, 10-55.
- Negocios, C. (3 de Junio de 2023). Obtenido de Que es un producto : <https://www.crecenegocios.com/producto/>
- Ortega, C. (12 de Marzo de 2019). *Análisis de la información* . Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-la-informacion/>
- Ortega, C. (2020).
- PDOT Latacunga. (2016 - 2028). *PDOT Latacunga*.
- Plan de turismo Latacunga . (4 de Febrero de 20-25). Obtenido de Plan de turismo del canton Ltacunga 20-25: <https://amevirtual.gob.ec/wp->

content/uploads/2020/09/DC_PlanDeTurismoLatacunga-2020-04-02-1_compressed-1.pdf

Qualtrics . (12 de Octubre de 2020). *Diseño de productos* . Obtenido de <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/producto/disen-de-productos/>

QuestioPro. (23 de Junio de 2019). *Que es una encuesta* . Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

Ramos, E. (1 de Julio de 2008). Obtenido de Metodos y técnicas de investigación : chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48130436/Metodos_y_tecnicas_de_investigacion__GestioPolis-libre.pdf?1471477727=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodos_y_tecnicas_de_investigacion

Robles, L. (2019). GUÍA GASTRONÓMICA ANCESTRAL DEL CANTÓN LATACUNGA,. *Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Ingeniería en Ecoturismo*, 5-50.

Rojas, O. A. (2020). *Metodología de la redacción científica* . Obtenido de http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5304/B4_2022_UNU_EDUCACION_2020_L_OSEAS-APONTE_ELOY-ORIHUELA_ET_AL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rubio, S. (10 de Mayo de 2020). *Patrimonio gastronómico y su relacion con la cultura* . Obtenido de <https://revistayanuk.wixsite.com/yanuk/post/patrimonio-gastron%C3%B3mico-y-su-relaci%C3%B3n-con-la-cultura>

SENANTUR . (7 de Junio de 20222). *Manual de destinos turísticos* . Obtenido de <https://es.slideshare.net/marlonchenko/401405151manualdedestinososelementosparalagestiondedestinoturisticos1pdfpdf>

- Silva, D. (7 de Junio de 2022). *Como elaborar una encuesta* . Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-elabora-encuesta/>
- Toaquiza, L. (2018). Diseño de una ruta turística en la parroquia San Juan de Pastocalle, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. *Tesis previo a la obtención del título en Ingeniería en Ecoturismo*, 10-55.
- UAC. (2 de Febrero de 2024). Obtenido de <https://www.collegesidekick.com/study-docs/2899106>
- UIDE. (29 de Enero de 2021). *Turismo gastronómico*. Obtenido de <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/>
- UNAN. (20 de Septiembre de 2020). *Guia metodologica, aplicación de la tecnica documental*. Obtenido de <https://www.unan.edu.ni/wp-content/uploads/unan-managua-gua-aplic-analisis-documental.pdf>
- Vera , A., & Vera , A. (12 de Junio de 2017). *CIRCUITO GASTRONÓMICO PARA LA PRESERVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN LA PROVINCIA DE MANABÍ*. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcgclclefindmkaj/https://repositorio.espam.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/481/TT60.pdf?sequence=>
- Villasante, W. (24 de Noviembre de 2019). *Demanda turística*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Vivanco, F. (29 de Enero de 2021). *Turismo gastronómico*. Obtenido de <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/>
- Vivanco, M. F. (29 de Enero de 2021). *UIDE*. Obtenido de <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/#:~:text=Por%20medio%20del%20turismo%20gastron%C3%B3mico,Boulangerie%20Francaise%20y%20mucho%20m%C3%A1s>.

Wolf, E. (12 de Junio de 2019). *Food travel association*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/272997226_EL_TURISMO_GASTRONOMICO_COMO_ATRACTIVO_INNOVADOR_DEL_DESTINO_UN_ESTUDIO_EMPIRICO SOBRE_RUTAS_GASTRONOMICAS_ESPANOLAS