



**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 LA MANÁ QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL”**

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

**AutorD**

: Aguiar Lascano Gissela  
Katherine

**TutorD:**

Benavides Zura Norma Lucia

**LATACUNGA – ECUADOR**

**FEBRERO 2025**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Aguiar Lascano Gissela Katherine, con cédula de ciudadanía No. 1729229938, declaro ser autora del presente Proyecto de Investigación: **“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN LA MANÁ QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL”**, siendo la Licenciada Mg. Norma Lucia Benavides Zura, 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, 20 de febrero del 2025



Gissela Katherine Aguiar Lascano  
C.C: 1729229938  
**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 **AGUIAR LASCANO GISSELA KATHERINE**, identificada con cédula de ciudadanía **1729229938** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

**ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA.** - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN LA MANÁ QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL**”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

### **Historial Académico**

Inicio de la carrera: mayo 2020 – Septiembre 2020

Finalización de la carrera: abril 2024 – Agosto 2024 Aprobación

en Consejo Directivo: 28 de noviembre del 2023 Tutora: Lcda.

Norma Lucia Benavides Zura, Mg.

Tema: “**DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN LA MANÁ 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.

- 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 patrimonio.

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

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 20 días del mes de febrero del 2025.

Gissela Katherine Aguiar Lascano  
**LA CEDENTE**

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

## **AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

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

**“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN LA MANÁ QUE PROMUEVA EL DESARROLLO LOCAL”**, de Aguiar Lascano Gissela Katherine, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 20 de febrero del 2025




Lcda. Norma Lucia Benavides Zura, Mg.  
C.C: 1002669644  
**DOCENTE TUTORA**

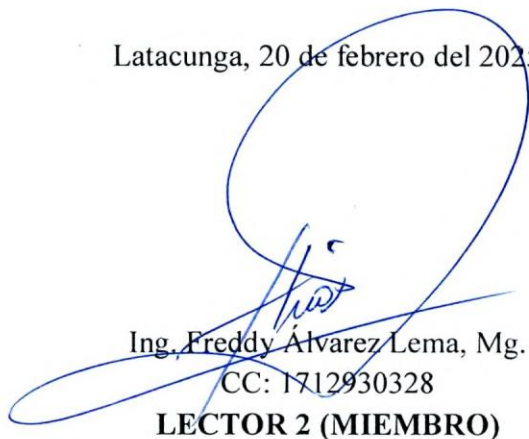
## AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN


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: Aguiar Lascano Gissela Katherine, con el título del Proyecto de Investigación: **“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN EL CANTÓN LA MANÁ 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, 20 de febrero del 2025

  
Ledo, Adolfo Guamán Guevara, Ph.D  
C.C: 1802830123  
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**

  
Ing. Freddy Álvarez Lema, Mg.  
CC: 1712930328  
**LECTOR 2 (MIEMBRO)**

  
Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Mg.  
C.C: 1722220868  
**LECTOR 3 (MIEMBRO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco primero a Dios por haberme dado salud y vida, sobre todo la resiliencia para poder alcanzar este logro tan importante. Quiero agradecer a mi padre Rodrigo Aguiar y a mi madre Elena Lascano por siempre apoyarme en cada paso de mi vida, agradecer a mi hermano Anthony Aguiar por escucharme y alentarme cada vez que quería dejar todo. Sin su apoyo, este logro no habría sido posible. Además, también quiero agradecer a mi familia quienes de una u otra manera me han apoyado. Agradecer también a mis docentes por haber compartido sus conocimientos y enseñanzas que contribuyeron en mi formación académica, infinitas gracias a los grandes amigos que me dio la Universidad Técnica de Cotopaxi.*

***Gissela Katherine Aguiar Lascano***

### **DEDICATORIA**

*Este logro se lo dedico a mis dos ángeles que están en el cielo mi tío Javier Lascano y mi tía Rosalia Lascano quienes estoy segura que se sienten orgullosos de mí en este momento. A los seres que más amo en esta vida, mis padres, quienes han sido el pilar fundamental de este logro. Su amor incondicional, paciencia, esfuerzo y animo en cada obstáculo que se me ha presentado en este largo camino. A mi bodoque con patitas, mi hermano, por siempre estar conmigo en los malos y buenos momentos, algún día espero verte convertido en todo un profesional.*

*Gracias por creer en mí y siempre animarme a no darme por vencida, los amo con mi vida entera.*

***Gissela Katherine Aguiar Lascano***

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

## FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

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

**AutorD:**

Aguiar Lascano Gissela Katherine

#### RESUMEN

El objetivo principal de la investigación se basó en el diseño de productos turísticos gastronómicos para el Cantón La Maná, con el propósito de ampliar y diversificar la oferta turística existente, para visitantes nacionales e internacionales. Para el desarrollo de esta investigación, se adoptó un enfoque de metodología de cualitativa. El primer objetivo, se realizó bajo un tipo de investigación diagnóstica, utilizando métodos bibliográficos, descriptivo en donde se utilizó como técnicas el análisis de la información y redacción científica. Se recopiló información, de fuentes primarias y secundarias el cual permitió realizar el diagnóstico situacional del área de estudio a través de la revisión y recopilación de datos relevantes. A partir de la revisión de PDOT's, catastro turístico, investigaciones realizadas y tesis se ha logrado identificar la situación actual del cantón La Maná, la cual presenta una superficie de 662,58 km<sup>2</sup>, es uno de los siete cantones que conforman la provincia de Cotopaxi. La ciudad cuenta con 62 instituciones educativas y 28 atractivos turísticos, lo que resalta su potencial para el desarrollo de iniciativas turísticas innovadoras. El segundo objetivo, se empleó el método cualitativo para la recolección y análisis de información, enfocándose en la caracterización de la oferta y la demanda turística. A través de encuestas que se aplicaron a 290 turistas se evidencio que el rango de edad que más realiza el turismo en la actualidad está entre los (18-30 años), y están motivados por el patrimonio cultural y la naturaleza, a su vez a través de la pregunta realizada en cuanto a ¿Qué tipos de productos gastronómicos les gustaría que se implemente en el cantón?, en donde el 53% mostro interés en una feria y el 36% la ruta. Dentro de la oferta según el catastro 2024 registra 33 establecimientos de alimentos y bebidas, en la entrevista realizada a 9 de estos establecimientos cuyos dueños promueven la gastronomía tradicional están dispuestos a participar en una feria y ruta. Para el tercer objetivo, se aplicó el método SENA y el método inductivo para desarrollar un producto turístico gastronómico, siguiendo el Manual de Diseño de Rutas del SENA, y la guía de ferias del PROMOCAP, mismos que establecen procedimientos para el desarrollo de los productos turísticos. Se diseñaron dos productos gastronómicos como son la Feria gastronómica denominada “Platos de mi Tierra La Manense” el cual tendrá un costo total de \$5 por persona y la ruta turística “La Maná Turismo y Gastronomía” a un valor de \$31,32, esta ruta incluye visitas a cascadas, restaurantes que ofrecen la comida tradicional. Se ha logrado evidenciar que el Cantón la Maná presenta una gran diversidad turística en donde se ha destacado la riqueza natural y cultural, como también el interés por parte de los turistas en que se diseñen productos turísticos los cuales permitirán el desarrollo turístico y local, por ende, para el cantón La Maná se ha diseñado dos productos turísticos, cuya finalidad es poder dinamizar la economía del cantón y así permitir su desarrollo local.

**Palabras claves:** Culinaria, diagnóstico, diseño, gastronomía, ruta turística, tradicional.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI FACULTY OF AGRICULTURAL  
SCIENCES AND NATURAL RESOURCES TITLE: “DESIGN OF GASTRONOMIC  
TOURIST PRODUCTS IN LA MANÁ  
CANTÓN THAT PROMOTES LOCAL DEVELOPMENT”.**

**Author:**

Aguiar Lascano Gissela Katherine

**ABSTRACT**

The main objective of this research is the design of gastronomic tourism products for La Maná Canton, aiming to expand and diversify the existing tourism offerings for both national and international visitors. A qualitative methodology approach was adopted for this study. The first objective was carried out through a diagnostic research type, using bibliographic and descriptive methods, where techniques such as information analysis and scientific writing were applied. Information was gathered from primary and secondary sources, enabling a situational diagnosis of the study area through data review and collection. La Maná Canton, with an area of 662.58 km<sup>2</sup>, is one of the seven cantons that make up the Cotopaxi province. The city has 62 educational institutions and 28 tourist attractions, highlighting its potential for developing innovative tourism initiatives. For the second objective, the qualitative method was used to collect and analyze information, focusing on the characterization of tourism supply and demand. Surveys conducted with 290 tourists revealed that the majority were young (18-30 years old) nationals, mainly attracted by the cultural heritage and natural environment. This group expressed significant interest in a gastronomic fair and a tourism route. According to the 2024 registry, there are 33 food and beverage establishments, and interviews with 9 of these business owners, who promote traditional cuisine, confirmed their willingness to participate in a fair and a 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 and the PROMOCAP fair guide, both of which establish procedures for tourism product development. Two gastronomic tourism products were designed: the "Platos de mi Tierra La Manense" Gastronomic Fair and the "La Maná Tourism and Gastronomy" Route, priced at \$27.77. This route includes visits to waterfalls and restaurants offering traditional cuisine. This research focuses on designing gastronomic tourism products in La Maná Canton to diversify its tourism offerings, attract visitors, and stimulate the local economy. Initiatives such as a gastronomic fair and a tourism route highlight the region's cultural and natural wealth, showcasing its tourism potential.

**Keywords:** Culinary, diagnosis, design, gastronomy, tourist route, traditional.

**ÍNDICE DE CONTENIDO**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR .....	iii

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	iv
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	viii
DEDICATORIA .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	xi
1 INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	2
3 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO .....	3 4
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	4
5 OBJETIVOS .....	6
5.1 Objetivo General .....	6
5.2 Objetivos Específicos.....	6
6 ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. ....	7
7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA .....	8
7.1 MARCO LEGAL .....	8
7.2 Turismo .....	10
7.3 Tipos de Turismo .....	11
7.4 Gastronomía .....	11
7.5 Turismo gastronómico.....	12
7.6 Patrimonio gastronómico en Ecuador .....	12
7.7 Gastronomía Tradicional .....	13
7.8 Gastronomía Típica .....	13
7.9 Gastronomía local .....	14
7.10 Patrimonio gastronómico .....	14
7.11 Destino turístico .....	15
7.12 Productos turísticos .....	15

7.13 Oferta turística .....	18
7.14 Demanda turística .....	19
7.15 Desarrollo Local .....	20
8 VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA .....	20
9 METODOLOGÍA .....	21
9.1 Objetivo 1.....	21
9.1.1 Tipo de Investigación .....	21
9.1.2 Métodos .....	22
9.1.3 Técnicas .....	22
9.1.5 Instrumentos .....	22
9.2 Objetivo 2.....	23
9.2.1 Tipo de investigación .....	23
9.2.2 Método inductivo .....	24
9.2.3 Técnica. ....	24
9.3.5 Población y muestra .....	29
9.3 Objetivo 3.....	30
9.3.1 Tipo de investigación .....	30
Descriptiva .....	30
Métodos .....	30
9.4.1 Instrumentos .....	31
10 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	32
10.1 Situación actual de la zona de estudio .....	32
10.1.1 Localización: .....	32
10.1.2 Límites .....	33
10.1.3 Población .....	33
10.1.4 Economía .....	33
10.1.5 Educación .....	34
10.1.6 Breve estudio del turismo en el Cantón La Maná. ....	35
10.1.7 Demanda.....	35

10.1.7 Oferta .....	36
10.1.8 Alojamiento .....	37
10.1.9 Alimentos y bebidas .....	38
10.1.10 Espacio geográfico .....	40
10.1.11 Operadores de mercado .....	40
10.1.12 Gastronomía del cantón La Maná .....	40
10.2 CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN. ....	41
10.2.1 Caracterización de la demanda .....	42
10.2.2 Análisis e interpretación de datos: .....	42
10.2.3 CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA .....	56
10.3 DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS PARA EL CANTÓN LA MANÁ .....	59
10.3.1 DISEÑO DE LA FERIA TURÍSTICA GASTRONÓMICA .....	59
Etapa 1: Organización y planificación (Pre- Feria) .....	59
Etapa 2: Desarrollo de la feria .....	67
Etapa 3. Monitoreo Post – Feria .....	68
10.3.2 DISEÑO DE LA RUTA GASTRONÓMICA .....	70
11 IMPACTOS .....	85
11.1 Impacto social .....	85
11.2 Impacto económico .....	85
12 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	85
12.1 Conclusiones .....	85
12.2 Recomendaciones .....	86
13 BIBLIOGRAFÍA .....	88
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	
Tabla 1: Objetivos específicos y tareas designadas .....	7
Tabla 3 Cronograma de salidas de campo .....	25
Tabla 4 Cronograma .....	26

Tabla 2 Parroquias del cantón la Maná .....	32
Tabla 5 Población del cantón la Maná.....	33
Tabla 6 Inventario atractivos turísticos del cantón La Maná.....	36
Tabla 7 Resultado del inventario atractivos turísticos del cantón .....	37
Tabla 8 Listado y Clasificación de establecimiento de alojamiento .....	37
Tabla 9 Alimentos y bebidas .....	38
Tabla 10 Nombres de los establecimientos de Alimentos y Bebidas. ....	39
Tabla 11 Operadores de mercado .....	40
Tabla 12 Establecimientos de alimentos turísticos en La Maná .....	41
Tabla 14 Gastronomía del Cantón La Maná .....	57
Tabla 15 Ficha para participantes de la feria .....	61
Tabla 16 Criterios Servqual .....	61
Tabla 17 Aspectos del comité de gestión .....	64
Tabla 18 Descripción del producto. ....	65
Tabla 19 Cuadro de actividades.....	69
Tabla 20 Gastos de la feria .....	70
Tabla 21 Tiempo y duración del recorrido .....	74
Tabla 22 Paradas de “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía” .....	75
Tabla 23 Itinerario .....	76
Tabla 24 Costos, gastos y beneficio neto .....	84
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	
Figura 1 Mapa Político del Cantón La Maná .....	33
Figura 2 Género .....	42
Figura 3 Rangos de Edades .....	43
Figura 4 Civil .....	43
Figura 5 Situación Laboral .....	44
Figura 6 ¿Con quién viaja usualmente? .....	45
Figura 7 ¿En qué época del año viaja más por turismo? .....	45
Figura 8 ¿Le gustaría viajar al cantón La Maná? .....	46
Figura 9 ¿Conoce acerca de la gastronomía del cantón La Maná? .....	47
Figura 10 ¿Cuál es la frecuencia que visita lugares gastronómicos? .....	47

Figura 11 ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar? .....	48
Figura 12 ¿Considera usted que la gastronomía influye al momento de seleccionar algún lugar de destino? .....	49
Figura 13 ¿Qué tipo de establecimiento de comida suele visitar? .....	50
Figura 14 ¿Qué factores son importantes para visitar un lugar gastronómico?.....	50
Figura 15 ¿Conoce sobre los platos patrimoniales que se ofrecen en el cantón La Maná? .....	51
Figura 16 ¿Cree que la gastronomía patrimonial es importante en la experiencia del turista?52	
Figura 17 ¿Ha sido participe de algún evento gastronómico? .....	52
Figura 18 ¿De los siguientes productos gastronómicos cuál le gustaría que se implementé en el cantón? .....	53
Figura 19¿Considera que la creación de un nuevo producto turístico contribuirá a incrementar la dinamización de la economía del cantón La Maná? .....	54
Figura 20 ¿Considera que la creación de un nuevo producto turístico gastronómico ayudara a aumentar el número de turistas? .....	54
Figura 21 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto turístico gastronómico? .....	55
Figura 22 Comité de trabajo para la organización de la feria. ....	60
Figura 23 Logotipo de la feria .....	62
Figura 24 Afiche para la feria .....	63
Figura 25 Croquis de la feria .....	68
Figura 26 Ruta Gastronómico “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía” .....	72
Figura 27 Afiche .....	73



## **1. INFORMACIÓN GENERAL**

### **Título**

Diseño de productos turísticos gastronómicos en el Cantón La Maná que promuevan el desarrollo local.

### **Lugar de ejecución**

Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi.

### **Institución**

Universidad Técnica de Cotopaxi

### **Unidad Académica**

Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

### **Carrera que auspicia**

Licenciatura en Turismo.

**Proyecto vinculado:** Patrimonio alimentario y gastronómico del cantón La Maná Provincia de

Cotopaxi.

### **Nombres de equipo de investigadores:**

**Tutor:** Norma Lucia Benavides Zura

**Correo:** norma.benavides9644@utc.edu.ec

**AlumnD:** Gissela Katherine Aguiar Lascano **Correo**

**institucional:** gissela.aguiar9938@utc.edu.ec

### **Área de Conocimiento.**

**Área:** Servicios

**Subárea:** Servicios personales

**Línea de Investigación:** Planificación y Gestión del Turismo Sostenible **Sub**

**líneas de investigación:** Gestión del Turismo Sostenible

## **2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

El turismo constituye uno de los sectores económicos más relevantes a nivel global y se encuentra presente en diversas regiones del mundo. Esta actividad económica funciona como un movimiento que potencialmente podría renovar socioeconómica y culturalmente el ámbito geográfico (Orgaz & Moral, 2016). Considerando así que los productos turísticos dinamizan la economía de numerosos destinos, al diversificar la oferta y crear experiencias únicas, atraen a un público más amplio, prolongan la estancia de los turistas e impulsan un desarrollo económico local. Esto se puede desarrollar al combinar atractivos naturales, culturales y gastronómicos con servicios de calidad, se satisfacen las expectativas de los turistas y se fomenta la fidelización (Gambarota & Lorda, 2017).

El diseño estratégico del turismo es esencial para impulsar el desarrollo económico de una región. Este planteamiento optimista no solo fomenta el crecimiento económico, sino que también ayuda a proteger el patrimonio cultural y natural. Además, el diseño de productos turísticos ayuda a que un destino sea un lugar atractivo para vivir y para visitar. Al ofrecer experiencias únicas y auténticas, se crea una imagen positiva que atrae a turistas y potenciales residentes, dinamizando la economía local y fortaleciendo la identidad cultural.

Es por ello que al desarrollar productos turísticos en el cantón La Maná permitirá un avance completo en la diversificación del turismo, su finalidad es captar un público más extenso, fomentando la biodiversidad y su legado cultural, mismo que ayudará a conservar el medio ambiente y a robustecer a la identidad del cantón. Además, permitirá incrementar el ingreso económico del cantón.

En este contexto, este estudio se centra en la creación de productos culinarios en el cantón la Maná, teniendo en cuenta que la gastronomía es uno de los productos turísticos que ha cobrado más relevancia en los últimos años, además de haber captado el interés de la comunicación social (Valencia, 2018), por ello, esta investigación se enfoca en dar a conocer la riqueza gastronómica del cantón La Maná mediante el diseño de productos turísticos que integran su oferta culinaria. Al ofrecer una propuesta gastronómica diferenciada y de calidad, La Maná puede destacar por su cultura y gastronomía. Esto puede atraer a un público más amplio y aumentar el interés por el cantón.

Además, esta investigación puede servir como un catalizador para el desarrollo de nuevas iniciativas y proyectos relacionados con la gastronomía tradicional. Al identificar los

recursos y la gastronomía de La Maná, se puede crear rutas gastronómicas, festivales gastronómicos y otras actividades que promuevan la cocina tradicional y atraigan a turistas y residentes por igual. Al impulsar el turismo gastronómico, se promueve el desarrollo económico, la preservación cultural y se apoya a los productores locales que mantienen vivas estas tradiciones, siendo los principales beneficiarios los establecimientos que prestan los servicios de alimentación y a su vez los turistas que van a visitar el Cantón La Maná, con el diseño de los productos turísticos tendrán mayor facilidad para poder conocer y degustar de la rica gastronomía que tiene esta región.

### 3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Los principales beneficiarios de este proyecto son los visitantes, tanto, quienes disfrutará de una oferta turística diversificada en el cantón. Este enfoque busca brindarles una experiencia única en un entorno seguro, acogedor. Para garantizar su satisfacción, los actores clave de los productos turísticos, especialmente en el ámbito gastronómico, trabajarán en conjunto con las autoridades locales. Su objetivo será promover altos estándares de calidad y hospitalidad, fortaleciendo la confianza y fidelidad de los visitantes. Este esfuerzo colectivo no solo mejorará la experiencia del turista, sino que también impulsará el desarrollo sostenible del cantón, beneficiando a toda la comunidad. Por otro lado, los beneficiarios incluirán a los establecimientos que ofrecen servicios turísticos en el ámbito de alimentos y bebidas, los cuales jugarán un papel fundamental en la creación de productos turísticos gastronómicos en el cantón.

Además, los beneficiarios también serán las empresas que ofrecen servicios de turismo en el sector de alimentos y bebidas, que tendrán un rol crucial en la creación de productos gastronómicos turísticos en el cantón, y el investigador, que muestra interés en el progreso de la investigación.

En cuanto a los beneficiarios indirectos tenemos a los habitantes del Cantón La Maná, y los estudiantes de la carrera de turismo.

**Tabla 1** *Beneficiarios directos.*

Beneficiarios directos	
Turistas que visitan el Cantón La Maná (anual)	1219
Prestadoras de servicio de alimentos y bebidas:	11 establecimientos.
Operador Turístico	1
Agencias de viajes	2

Investigador. 1

**Fuente:** (Catastro, 2024), (Chancusig, 2020)

**Tabla 2 Beneficiarios indirectos**

Beneficiarios indirectos	
Habitantes del Cantón La Maná:	53.793
Hombres:	26.389
Mujeres:	27.404
Estudiantes de la Carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi:	157
GAD La Maná	

**Fuente:** (INEC , 2022)

Uno de los beneficiarios indirectos del proyecto están los productores locales que se desconoce el número existente.

#### 4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En las últimas seis décadas, el turismo ha experimentado una constante expansión y diversificación, convirtiéndolo en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y expansión a escala mundial (Arce, Suárez, & Solis, 2020). A pesar del creciente interés en el turismo, aún se evidencia la ausencia de productos turísticos gastronómicos que pusieran un valor a la riqueza culinaria local. Esta falta de oferta limita el desarrollo turístico y la difusión de la cultura gastronómica local. Señalando que un producto turístico incluye recursos o elementos tanto palpables como intangibles, atractivos turísticos, infraestructura, actividades de ocio, imágenes y valores simbólicos para cumplir con las expectativas y motivaciones, y ser visto como una experiencia turística (Swisscontact, 2014), y a su vez la gastronomía que se integra cada vez más en los productos turísticos, permitiendo a los visitantes experimentar la cultura de un destino a través de su comida (Ostelea, 2022).

Sin embargo, la falta de productos turísticos gastronómicos representa un desafío significativo para el desarrollo del turismo en la región, limitando la experiencia de los visitantes, afectando la economía local y poniendo en riesgo la riqueza cultural y gastronómica.

La oferta de productos turísticos abarca una amplia variedad de modalidades tanto para el turismo interno como receptivo. Dentro de las alternativas tradicionales se incluyen las rutas extensas, el turismo de sol y playa, el turismo comunitario, los parques temáticos y el turismo ecológico (Benalcazar, 2023) siendo como último grupo, se destaca el turismo gastronómico, el cual ha experimentado un crecimiento significativo a nivel mundial en los últimos años.

Según el (MINTUR, 2020) Ecuador es una nación que dispone de una extensa gama de productos turísticos, lo que le posibilita transformarse en un destino gastronómico. Un ejemplo de esto es Portoviejo, que en 2019 obtuvo el reconocimiento de la UNESCO como la primera Ciudad Creativa de Ecuador en la categoría Gastronomía, debido a sus sabrosos platillos culinarios. la preferencia a escala tanto nacional como global. No obstante, es crucial destacar que la cultura gastronómica ha experimentado una disminución debido a la llegada de visitantes que deciden establecerse como residentes e incorporar sus propias tradiciones culinarias. Esto implica que los platos tradicionales y típicos dejen de ser relevantes al elegir alternativas gastronómicas (Villalva & Inga, 2021).

La provincia de Cotopaxi es un lugar rico en cultura y naturaleza, según (Valle, 2015) generalmente, se asocia con las festividades católicas, las cuales juegan un papel fundamental en la difusión de la diversidad étnica y cultural, sin dejar atrás a la gastronomía que presenta la provincia siendo uno de los pilares esenciales para el desarrollo del turismo gastronómico. Además, se ve afectado por la elaboración de varios platos característicos de la región. El vínculo entre la gastronomía y el turismo no solo realza la vivencia del turista, sino que también favorece la conservación de la identidad cultural de la región (Guerrero, 2022).

La Maná es uno de los 7 cantones que conforman la provincia de Cotopaxi, la cual cuenta con una rica tradición culinaria como menciona (Armijos et al., 2022) la gastronomía del cantón La Maná, se han reconocido 12 platos tradicionales, entre ellos; el hornado, fritada, caldo de gallina, ayampaco, sopa de bolas de verde, carne asada con menestra, sancocho, bolón de verde, ceviche de camarón, encebollado, corviche y la empanada de verde. Estos platillos están íntimamente vinculados con la cultura e identidad de la región. Por lo tanto, estos platillos se elaboran utilizando productos, no obstante, debido a la falta de entendimiento y apreciación de cada uno de los platillos elaborados en este cantón, no se han aprovechado con gran atracción turística que el cantón ofrece. Con lo antes mencionado el cantón La Maná, puede verse considerado como un sitio gastronómico.

La ausencia de productos turísticos gastronómicos en el cantón La Maná, trae consigo grandes consecuencias negativas para la comunidad local como para los turistas, como es el estancamiento del desarrollo local, limitada experiencia de los visitantes en poder conocer y disfrutar de los atractivos con los que cuenta el cantón, provocando así el desinterés por parte de los turistas en poder visitar y conocer afectando así directamente al ingreso económico del cantón. Es por ello que se ha visto la importancia de poder diseñar productos turísticos con la finalidad del desarrollo turístico y se dinamice la economía del Cantón.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. Objetivo General**

Analizar el turismo gastronómico en el cantón La Maná aplicando distintas metodologías para el desarrollo local.

### **5.2. Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico participativo que ayude a la determinación de la situación actual del área de estudio.
- Establecer las características de la oferta y demanda del turismo gastronómico del cantón mediante la revisión bibliográfica, encuestas y entrevistas.
- Diseñar productos turísticos gastronómicos con base en la gastronomía patrimonial y gastronomía actual, aplicando los pasos de la Guía de diseño de rutas turísticas del SENA y el Manual para Organizadores de Ferias PROMOCAP.

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

Tabla 3 *Objetivos específicos y tareas designadas*

OBJETIVO 1	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	RESULTADOS
Realizar un diagnóstico <input type="checkbox"/> participativo que ayude a la <input type="checkbox"/> determinación de la situación actual del área de estudio.	<input type="checkbox"/> Revisión bibliográfica. <input type="checkbox"/> Selección de información y documentos <input type="checkbox"/> Análisis de información <input type="checkbox"/> Sistematización de resultados.	<b>Tipo:</b> Diagnóstico <b>Método:</b> Descriptivo bibliográfico. <b>Técnica:</b> Análisis de información, redacción científica, sistematización de la información. <b>Instrumento:</b> PDOT, Tesis, Catastro.	Diagnóstico situacional del cantón La Maná.
Establecer las características de <input type="checkbox"/> la oferta y demanda del turismo gastronómico del cantón. <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Revisión bibliográfica. <input type="checkbox"/> Análisis estratégico del turismo gastronómico <input type="checkbox"/> Definir población y muestra Salidas de Campo. <input type="checkbox"/> Aplicación de encuestas y entrevistas <input type="checkbox"/> Tabulación de Resultados <input type="checkbox"/> Sistematización de resultados	<b>Tipo:</b> Diagnóstico, documental y de campo. <b>Método:</b> Inductivo <b>Técnica:</b> Análisis, entrevistas, encuestas. <b>Instrumento:</b> Catastro, tesis, artículos científicos, cuestionario, cámara.	Características de la oferta y la demanda del cantón.

<p>Diseñar productos turísticos gastronómicos para el cantón La Maná con base en la gastronomía patrimonial y gastronomía actual aplicando los pasos del manual del SENA y PROMOCAP.</p>	<p>Diseño de productos turísticos. Descripción detallada del producto turístico</p>	<p><b>Tipo:</b> Descriptiva y de campo. <b>Método:</b> Inductivo <b>Técnica:</b> Diseño de los productos <b>Instrumento:</b> Guía diseño de rutas turísticas SENA, Manual para organizadores de ferias PROMOCAP</p>	<p>Diseño de una feria y ruta turística gastronómica que promueva el desarrollo local.</p>
--	---	---	--

**Nota:** Elaborado por Gissela Aguiar

## **7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **7.1. MARCO LEGAL**

#### **Constitución de la República del Ecuador (2008)**

Es fundamental tener en cuenta los fundamentos legales que incluyen leyes, normas y reglamentos relacionados con la protección del patrimonio cultural. La Constitución de la República del Ecuador de 2008 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, cuentan con el derecho de conocer la memoria histórica de sus culturas, tener acceso a su legado cultural, promover sus propias manifestaciones culturales y poder gozar de la diversidad cultural existente (ECUADOR, 2008).

De acuerdo con los artículos mencionados, se demuestra que el Estado tiene la obligación de garantizar y asegurar el respeto y la salvaguarda del patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, presente en nuestro país. Además, se resalta la relevancia de contar con normativas que promuevan la protección y se fomente cada una de las manifestaciones culturales existentes. Siendo el propósito principal de garantizar que las generaciones venideras se puedan involucrar de una manera efectiva en cada expresión cultural (ECUADOR, 2008).

Es relevante mencionar a los artículos 22 y 23 de la Constitución de la República del Ecuador 2008 donde establecen el derecho de las personas a fomentar su creatividad, involucrarse en actividades culturales y artísticas, y poder obtener beneficios como salvaguardar los derechos morales y patrimoniales vinculados a sus trabajos científicos, literarios o artísticos. Además, se hace hincapié en el acceso y la participación en el espacio público en donde se puede realizar un intercambio, cultural de unidad social y el fomento de la equidad en medio de la diversidad, dentro de los parámetros fijados por la legislación (ECUADOR, 2008).

Dentro de la Constitución de República del Estado en su cuarto capítulo trata acerca de la Soberanía Económica de acuerdo Art:283.- El sistema económico es social y solidario; ve al individuo como sujeto y objetivo; fomenta una relación dinámica y balanceada entre la sociedad. El Estado y el mercado, en concordancia con la naturaleza, buscan garantizar la creación y reproducción de las condiciones tanto materiales como inmateriales que posibiliten una vida apropiada (ECUADOR, 2008).

El sistema económico se compone de diversas modalidades de organización: pública, privada, mixta, popular y solidaria, además de otras formas que la Constitución establezca. Estas múltiples estructuras aspiran a asegurar un modelo inclusivo que satisfaga las demandas de la sociedad en general. La economía popular y solidaria, regulada por ley, se centrará en el fortalecimiento de los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios, promoviendo un enfoque de desarrollo que priorice la equidad, la colaboración y el bienestar colectivo.

#### **Ley de Turismo (2002)**

La Ley de Turismo (2002) en su art. 3, establece principios para la actividad turística vinculada con el ámbito en el literal a, b, d y e: mencionan la iniciativa privada como el elemento esencial del sector turístico; su aportación es a través de la inversión directa, la creación de empleo y simultáneamente la promoción del turismo a escala nacional e internacional; esto requiere la implicación de los gobiernos provincial y cantonal, que son esenciales para fomentar y respaldar el crecimiento turístico, en el contexto de la descentralización (Nacional, 2002).

Es fundamental asegurar la conservación continua de los recursos naturales y culturales del país. Asimismo, es importante destacar la iniciativa y participación activa de las comunidades indígenas, campesinas, montubias y afroecuatorianas, quienes, mediante sus culturas y tradiciones, preservan su identidad, protegen sus ecosistemas y participan en la prestación de servicios turísticos, en los términos que establece la Ley y sus reglamentos. Esta participación comunitaria no solo refuerza el desarrollo sostenible, sino que también contribuye a la valorización y difusión de las diferentes culturas.

#### **Ley de Patrimonio Cultural (2004)**

El Artículo 4 indica que el Instituto de Patrimonio Cultural tiene múltiples obligaciones, que incluyen la investigación, conservación, preservación, restauración, exposición y promoción del patrimonio cultural en Ecuador. Además, tiene la obligación de llevar a cabo un inventario exhaustivo de todos los bienes que conforman este patrimonio, ya sean de propiedad pública o privada, lo que facilita la conservación de un registro reciente del patrimonio cultural nacional (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2004).

#### **Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD.**

El Artículo 4 literal e establece que uno de los propósitos de los gobiernos autónomos descentralizados es "la salvaguarda y fomento de la diversidad cultural y el respeto a sus lugares de generación e intercambio; la recuperación, conservación y desarrollo de la memoria colectiva y el patrimonio cultural" (COOTAD, 2019)

Es responsabilidad de las instituciones públicas fomentar la ejecución de ferias y eventos que creen oportunidades para que la comunidad descubra y aprecie la riqueza cultural de su ambiente. No solo se realice el fomento la pertenencia e identidad entre los residentes, si no estas actividades también favorezcan el crecimiento y conservación de las tradiciones de cada una de las localidades.

## **7.2. Turismo**

El turismo se caracteriza por ser un fenómeno complejo que incluye aspectos sociales, económicos y sociales. culturales, los cuales se caracteriza por el desplazamiento temporal y voluntario de personas o colectivos desde su lugar de origen hasta los lugares que no mantienen una relación directa con las diferentes actividades que se desarrollan en cada localidad (Salazar & Núñez, 2022). Estos desplazamientos tienen como objetivo principal el disfrute recreativo, el descanso, la inmersión en la cultura y el bienestar físico y mental.

Además, el turismo no solo promueve el desarrollo económico, el crecimiento económico, sino que también juega un papel esencial en la generación de empleos, la promoción de la equidad y el respaldo al desarrollo sostenible. Según la (O. Turismo, 2020), se considera al turismo un motor esencial de oportunidades, particularmente en regiones que se encuentran en vías de desarrollo y depende del turismo global. Esta actividad económica contribuye a diversificar la economía, reducir la pobreza y mejorar la infraestructura local. Además es importante señalar que el turismo, al impulsar un intercambio de cultura y apreciación de los recursos naturales y culturales, están promoviendo la inclusión social y robustece la identidad cultural (Ostelea, 2022).

El turismo a nivel mundial ha venido experimentado un crecimiento sin precedentes, impulsado por factores como la globalización, el aumento del poder adquisitivo y la búsqueda de experiencias auténticas. Su impacto económico es innegable, generando trabajo, inversión y desarrollo en múltiples regiones. No obstante, este crecimiento presenta desafíos importantes, tales como la administración sustentable de los lugares de interés, la conservación cultural y natural. Según (Mullo, Castro, & Guillén, 2019) esto ha provocado que el turismo sea visto como un conjunto social, económico y político de gran relevancia a escala nacional, continental

y mundial. Este fenómeno evidencia una tendencia ascendente en la demanda, lo que a su vez provoca la necesidad de explorar nuevas rutas de desplazamiento.

### **7.3. Tipos de Turismo**

Según la (OMT, 2019), el objetivo de categorizar al turismo es proporcionar a los participantes un marco conceptual completo, breve, operativo, aplicable y de importancia mundial en la cadena de valor que se relaciona con el turismo. Entendiendo y clasificando de manera operativa el turismo en: turismo cultural, turismo empresarial (vinculado a la industria de encuentros), ecoturismo, turismo culinario, turismo rural, turismo costero, turismo marítimo y de aguas interiores, turismo de aventura, turismo urbano o urbano, turismo sanitario, turismo educativo, turismo médico, turismo deportivo.

### **7.4. Gastronomía**

La gastronomía es un reflejo profundo la cultura de cada zona del planeta, actuando como una carta de presentación para los turistas. Además de ofrecer gustos, la comida nos permite comprender las tradiciones y tradiciones de cada una de las zonas. En muchos países, la gastronomía se destaca como un componente central de su identidad cultural y atrae a turistas de todo el mundo, como es el caso de México, Guatemala o Perú, cuyo legado culinario es tan rico y diverso que se ha convertido en un atractivo global. Estos países no solo seducen por sus sabores, sino también por las historias, rituales y conocimientos ancestrales que se transmiten a través de sus platos, contribuyendo al reconocimiento de su cultura a nivel internacional (Mones, 2023).

La gastronomía está ganando cada vez más relevancia en el sector turístico, y ambas industrias se esfuerzan por desarrollar una oferta culinaria más atractiva y diversa. En numerosas situaciones, el rol de la gastronomía en el turismo trasciende a ser un atractivo que va más allá de lo cotidiano, dado que no solo contribuye a captar turistas a un lugar, sino que también funciona como una entrada para descubrir otros servicios turístico. Al ofrecer una experiencia gastronómica única, los destinos logran captar la atención de los turistas, quienes a menudo complementan su visita con actividades culturales, recreativas o naturales. De este modo, la gastronomía se convierte en un motor de desarrollo turístico, que, al integrar productos locales, tradiciones y saberes culinarios (Corral, 2018).

### **7.5. Turismo gastronómico**

El turismo gastronómico se caracteriza por crear una relación especial entre el turista y la comida local, a través del consumo de productos locales y vivencias culinarias, tradicionales

e innovadoras. Este tipo de turismo puede incluir actividades complementarias, como visitas a productores locales, participación en festivales gastronómicos y asistencia a clases de cocina, ofreciendo una inmersión profunda en la cultura culinaria de cada uno (Rodríguez, Cánovas, & Mantero, 2023).

El turismo gastronómico se refiere a aquellos turistas que buscan disfrutar de los productos y alimentos característicos de la región que visitan, y lo hacen más allá de la simple necesidad alimentaria. Este tipo de turismo no solo ayuda a entender las costumbres y los hábitos de consumo locales, sino que fomenta y salvaguarda los productos culinarios típicos, fortaleciendo así su visibilidad y atractivo. Además, el turismo gastronómico representa un gran aporte económico, al atraer visitantes interesados en la cultura gastronómica y en apoyar las economías locales (Castañeda & Moreano, 2021).

El turismo gastronómico promueve e impulsa la gastronomía, dinamizando la economía, fortaleciendo la cultura y beneficiando a la sociedad. Además, permite que el turista desarrolle experiencias en cada lugar turístico que visite. El consumo de productos tradicionales impulsa la actividad de los productores locales, posicionando al turismo gastronómico como un motor de competitividad y desarrollo, y promoviendo el reconocimiento de cada destino a través de su patrimonio culinario.

## **7.6. Patrimonio gastronómico en Ecuador**

La tradición gastronómica de Ecuador se ha heredado de una generación a otra, principalmente de forma oral. Indudablemente, cada familia ha adquirido habilidades en la cocina a través de la observación y el aprendizaje de sus abuelas, quienes mantienen los sabores y métodos tradicionales. El lenguaje, además, actúa como un vehículo esencial para expresar y conservar este patrimonio cultural intangible, permitiendo que las tradiciones culinarias del país perduren y se mantengan vivas (Urresta, 2020).

La amplia diversidad de platillos que presenta la gastronomía de Ecuador es el producto de la variedad de estratos climáticos que definen al país. Estos variados ecosistemas, que abarcan desde las costas tropicales hasta los páramos andinos y la Amazonía, facilitan la producción de una extensa variedad de ingredientes, cada uno contribuyendo con sabores singulares a la gastronomía local. Así, Ecuador cuenta con platos emblemáticos como el ceviche de la costa, las papas con cuy de los Andes, el chontacuro de la Amazonía, la quinua y las tradicionales chugchucas, entre muchos otros. Esta riqueza culinaria refleja no solo la biodiversidad del territorio, sino también la conexión entre la cultura y el entorno natural,

haciendo de la gastronomía ecuatoriana un patrimonio que celebra la identidad y las tradiciones de cada región.

### **7.7. Gastronomía Tradicional**

Según (Ramírez, 2018) la gastronomía tradicional es un tipo de creatividad que facilita la elaboración de alimentos de diversas formas. Se conoce como un arte de la cocina que se transmite de generación en generación con saberes exclusivos en la elaboración de diversos platillos, que cada zona o región geográfica posee y, sobre todo, cómo lo explica (Pita, Pibaque, & Baque, 2021), la cultura de un pueblo es representada por la gastronomía tradicional, considerado un patrimonio debido a su riqueza cultural, representación de la identidad, raíces y orígenes.

Surge de la fusión de culturas y productos naturales, tales como plantas, animales y especias, que mediante un proceso de elaboración se convierten en un producto apto para el consumo humano y dan origen a los platos contemporáneos. Asimismo, es importante tener en cuenta que las recetas y los métodos de preparación varían y evolucionan, pero nada se asemeja a la cocina tradicional (Valencia, 2018).

### **7.8. Gastronomía Típica**

La gastronomía tradicional es altamente apreciada por los visitantes que acuden a locales de comida y bebidas famosos por sus particularidades únicas. Por esta razón, es crucial que los establecimientos de gastronomía tradicional se enfoquen en la presentación de sus platillos y proporcionen un servicio de alta calidad, manteniendo la autenticidad de sus sabores y técnicas únicas. Estos locales no solo sobresalen por su gastronomía, sino que también poseen la posibilidad de transformarse en puntos de interés turístico que incitan al turista a volver a disfrutar de esta experiencia inigualable (Oñate, Sánchez, Lizano, & Ruiz, 2023).

Es muy apreciada por los visitantes, que frecuentemente buscan locales de comida y bebidas que se distingan por sus particularidades únicas. Por lo tanto, resulta crucial que los establecimientos de comida típica no solo se enfoquen en la presentación de sus platillos, sino que también proporcionen un servicio de alta calidad, sin poner en riesgo los componentes auténticos que caracterizan su oferta culinaria. La preservación de estos sabores y tradiciones es clave para crear una experiencia en los turistas (Llerena, 2021).

### **7.9. Gastronomía local**

La gastronomía local resalta aspectos que comprenden tanto los componentes puramente fisiológicos, es decir, aquellos que emergen de la necesidad de cualquier individuo de

alimentarse, ya sea como turista o no, como los relacionados con la interpretación de la historia, las costumbres ancestrales o las relaciones sociales de un sitio. En este contexto, resulta beneficioso examinar y examinar los distintos grupos de turistas presentes en función de su vínculo con la gastronomía del lugar visitado, entendiendo sus motivaciones y percepciones respecto a la gastronomía, factor de atracción y fidelidad turística (Campos, Fernández, López, & Jara, 2022).

La gastronomía emerge como un recurso valioso para potenciar la propuesta turística, ya sea como un atractivo principal o como un añadido al turismo cultural. En este escenario, el turismo culinario ayuda a rescatar y mantener el saber y las costumbres de una comunidad, posibilitando que los turistas se adentren en su identidad cultural mediante sus sabores y técnicas de cocina (Gema & Ginger, 2022).

### **7.10 Patrimonio gastronómico**

Se interpreta como una manifestación artística nacida en cada zona, estrechamente ligada a su historia, geografía, terreno y clima. Es la distinción cultural que los individuos atribuyen a los platillos y productos característicos de la cocina local. A pesar de fundamentarse en la tradición, este legado es activo, adaptándose a las transformaciones sociales y culturales. Su ámbito abarca tanto elementos palpables, como las materias primas y las herramientas empleadas, como elementos intangibles, como la estructura comunitaria, la difusión de conocimientos, el simbolismo vinculado y el valor emocional que la sociedad le confiere (Quezada, Gladys, & Gerardo, 2022).

De acuerdo con esta definición, podemos sostener que el patrimonio gastronómico no solo incluye los ingredientes empleados en la elaboración de los platos, sino también la profunda historia y las historias que acompañan a cada uno de estos. Estos ingredientes y preparaciones están fuertemente vinculadas a la visión del mundo de cada comunidad, evidenciando su vínculo con la naturaleza, la tierra y las costumbres ancestrales. Además, el patrimonio gastronómico es una herencia cultural que se transmite de generación en generación, preservando no solo los sabores y técnicas culinarias, sino también los valores, símbolos y saberes que construyen la identidad de las comunidades.

### **7.11. Destino turístico**

El lugar turístico es un lugar geográfico esencial donde los visitantes optan por alojarse y, si lo prefieren, es también el inicio para explorar una zona más extensa. Este núcleo no solo funciona como sitio de hospedaje, sino que también funciona como el núcleo central de sus

viajes, vinculando a los visitantes con varios atractivos y otros lugares próximos. De esta forma, el destino turístico se convierte en un punto estratégico que impulsa la movilidad dentro de una zona, ofreciendo a los turistas una experiencia más completa (Echeverría & Castañeda, 2018).

Los lugares de interés son sistemas complejos y cambiantes, en los que la relación entre componentes palpables e intangibles genera experiencias singulares y recordables. La cultura autóctona, la cordialidad, las actividades recreativas y la infraestructura física se fusionan para construir la identidad de un lugar y cumplir con las expectativas de los turistas. Sin embargo, esta complejidad exige una gestión cuidadosa y sostenible para garantizar la preservación del patrimonio cultural y natural y el bienestar de las comunidades locales.

## **7.12. Productos turísticos**

Según (Sánchez, Martínez, & Parra, 2020) hace referencia a todo lo que contribuye a satisfacer las necesidades del turista, que en un nivel básico incluye las comodidades (alojamientos, proveedores de alimentos, entretenimiento, agencias de viajes y otros) y la disponibilidad de los medios de transporte (aéreo, marítimo, terrestre, fluvial y otros). El máximo nivel de experiencia o la experiencia completa se logra mediante los atractivos (naturales, artificiales y de recursos humanos).

La (OMT, 2022) se refiere a la combinación de componentes tangibles e intangibles, como los recursos naturales, culturales y humanos; los atractivos turísticos, las infraestructuras, los servicios y las actividades. Todas estas particularidades mencionadas representan el núcleo del plan de negocio de un destino, que se comercializa a través de canales de distribución.

El producto turístico es un conjunto de elementos tangibles e intangibles que se integran para crear una oferta única y atractiva. La planta turística, como núcleo de esta oferta, proporciona la infraestructura necesaria para desarrollar las actividades y servicios que el turista demanda. Sin embargo, es la combinación de estos elementos con los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como con la experiencia y la personalización, lo que diferencia un producto turístico de otro y lo convierte en una opción competitiva en el mercado.

### **7.12.1. Producto turístico gastronómico**

El producto turístico gastronómico se distingue por ser una serie de productos, servicios, experiencias e inspiraciones culinarias, tanto tangibles como intangibles, que se ofrecen en itinerarios, recorridos, rutas y circuitos en diversas zonas geográficas.

Para (Montecinos, 2022) es el lugar diseñado para atraer a un grupo de interés en él, estableciendo políticas de promoción. Este se basa en la recopilación del patrimonio natural,

cultural, gastronómico y turístico, creando y trabajando en paquetes claramente definidos. Este conecta una esencia para las ventas y para transformarse en un destino turístico gastronómico.

Un producto turístico gastronómico es un conjunto integral de productos, servicios y experiencias, tanto tangibles como intangibles, diseñado para satisfacer las expectativas y deseos del turista, especialmente en relación con la gastronomía. Su propósito es enriquecer la experiencia de viaje, brindando una oferta culinaria que se complementa con otras actividades turísticas. Este producto requiere un análisis integral, teniendo en cuenta varios elementos esenciales: los mercados, que establecen la demanda y el perfil del turista; los atractivos, que comprenden los platos y eventos culinarios sobresalientes; las actividades, que incluyen experiencias gastronómicas como recorridos por mercados locales, lecciones de cocina o festivales de comida; y los productos, que van desde los ingredientes autóctonos hasta los utensilios y métodos empleados en la elaboración de La combinación de estos elementos posibilita brindar una experiencia singular y genuina, que no solo cumple con el interés culinario, sino que también vincula al visitante Montecinos (2016), existen diversos productos como:

- Festivales gastronómicos
- Ferias gastronómicas
- Congresos Gastronómicos
- Exposiciones gastronómicas
- Rutas de productos gastronómicos temáticos.
- Rutas paisajísticas
- Ruta étnica gastronómica
- Circuito de cocineros emblemáticos

#### **7.12.1.1. Festivales gastronómicos**

Un festival gastronómico es una auténtica celebración de la identidad cultural de una región, donde la comida se convierte en el protagonista indiscutible. A través de una variedad de culinaria de sabores y aromas, los visitantes emprenden un viaje culinario que les permite conocer técnicas ancestrales y descubrir ingredientes autóctonos de una región (Carvache, Carvache, Carvache, & Villagómez, 2020). Estos eventos no solo satisfacen el paladar, sino que también fortalecen los lazos comunitarios y promueven el turismo gastronómico, contribuyendo al desarrollo económico y la preservación del patrimonio local.

### **7.12.1.2. Ferias gastronómicas**

Las ferias gastronómicas, también conocidas como ferias de alimentación, son eventos dedicados al ocio y la promoción culinaria, cuyo eje central son los alimentos, las bebidas y diversas preparaciones. Estas pueden enfocarse en técnicas culinarias específicas, productos particulares, la gastronomía de una región, denominaciones de origen o la riqueza cultural de una o varias tradiciones. Con una amplia diversidad temática, estos eventos celebran la conexión entre la cocina (IBERSTANDA, 2021).

En la actualidad, las ferias gastronómicas han ampliado significativamente su alcance y propósito. Entre sus principales objetivos destacan la visibilización de la gastronomía tradicional, la promoción de hábitos alimenticios saludables, como la dieta mediterránea, y el fomento de la agricultura orgánica. Además, Estas ferias desempeñaron un papel clave en la promoción turística, con un enfoque que no solo resalta la riqueza cultural de una región, sino que también impulsa su desarrollo económico.

### **7.12.1.3. Rutas gastronómicas**

Las rutas gastronómicas se estructuran alrededor de un producto esencial que distingue la ruta y le otorga su nombre. La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de deleites y actividades vinculadas a los elementos distintivos de esta, como la comida, la producción agrícola, las actividades rurales, el ocio en el ambiente natural y las actividades vinculadas con la cultura de la región. Se establecen con el objetivo de fortalecer la cultura de producción regional, apreciar los alimentos de la región y fomentar el crecimiento (Prieto & Valiente, 2019).

Una ruta gastronómica es una estrategia integral para el desarrollo local que fusiona turismo, gastronomía y cultura, ofreciendo a los visitantes una experiencia estructurada y atractiva centrada en la riqueza culinaria de un destino. Estas rutas no solo impulsan el reconocimiento del territorio como un atractivo, sino que también permiten difundir y preservar la gastronomía local como parte esencial de su identidad cultural. Para potenciar su influencia, las rutas de gastronomía deben incorporar actividades adicionales, tales como recorridos por mercados tradicionales, talleres de cocina, menús de productos autóctonos y reuniones con productores. y chefs, estableciendo un lazo genuino entre los visitantes y la comunidad local.

### **7.12.1.4. Circuito gastronómico**

El circuito gastronómico se caracteriza como una travesía organizada que une varios lugares de interés en un territorio determinado, poniendo un énfasis en la gastronomía

tradicional y su entorno cultural. Este circuito abarca todas las fases del proceso culinario, iniciando con la procedencia de la materia prima, tales como productos agropecuarios y recursos autóctonos, y finalizando con la creación y exhibición del plato característico final. Además, el circuito no solo enfatiza la experiencia culinaria, sino que también resalta la historia, los métodos de producción y las costumbres vinculadas a cada fase, proporcionando a los visitantes una inmersión total en la esencia culinaria del sitio. Por lo tanto, se transforma en un instrumento potente para la promoción cultural, la enseñanza en gastronomía y el crecimiento sostenible del territorio (Marcillo & Varela, 2017).

### **7.13. Oferta turística**

Una oferta turística es una combinación integral de servicios y productos diseñada para satisfacer las expectativas de los viajeros que buscan realizar un viaje.

Esta oferta incluye desde el hospedaje, el transporte y las actividades, hasta experiencias a medida que potencian la experiencia del visitante. El turista, en su papel de consumidor final, es el receptor de esta propuesta, por lo que es vital entender sus auténticas necesidades y gustos. Es esencial, al diseñar y planificar un paquete de servicios turísticos, reconocer estos anhelos para generar una experiencia consistente y atractiva. Esto no solo significa proporcionar una diversidad de alternativas, sino también asegurar que cada elemento de la propuesta se ajuste a las expectativas del cliente, proporcionando una experiencia singular y recordable que promueva la satisfacción y lealtad del turista. Además, es crucial tener en cuenta aspectos como la sostenibilidad, la autenticidad y la accesibilidad, que adquieren un rol cada vez más relevante en las elecciones de los viajeros contemporáneos (CEUPE, 2023).

La oferta gastronómica va más allá de la simple presentación de platos y bebidas; abarca una experiencia integral que incluye la calidad del servicio, la atención al detalle en la presentación de los productos y la atmósfera del lugar. Cada elemento de la experiencia culinaria debe ser cuidadosamente diseñado para generar una conexión emocional con el cliente, asegurando no solo la satisfacción del paladar, sino también una vivencia memorable. La atención al cliente, el ambiente del establecimiento, el conocimiento de los camareros sobre los platos y la historia detrás de cada receta, son factores clave que elevan la percepción de la oferta gastronómica. Además, la experiencia gastronómica también involucra la autenticidad de los ingredientes, la creatividad en la preparación y la capacidad de ofrecer algo único que refleja la identidad cultural de la región. En este sentido, la oferta gastronómica se convierte en un pilar fundamental del turismo, transformando cada comida en una oportunidad para conectar al turista con la cultura local de manera profunda y significativa (García, 2021).

## **7.14. Demanda turística**

La demanda turística generalmente presenta características estacionales, ya que la demanda de viajes tiende a centrarse en ciertos períodos del año, conocidos como temporadas altas. Sin embargo, diversos factores pueden influir en la variabilidad de esta demanda. Entre los factores del destino, se incluyen aspectos como el atractivo económico, la estabilidad política y económica, así como la diversidad de recursos turísticos que ofrece el lugar, como su infraestructura, cultura o entorno natural. Por otro lado, los factores del lugar de origen también juegan un papel crucial, como el nivel de ingresos de los turistas, las tendencias y modas en los viajes, o las vacaciones estructuradas que influyen en la planificación del viaje. Estos elementos, en conjunto, determinan no solo los patrones de demanda, sino también la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos a lo largo del tiempo (Ilerna, 2024).

### **7.14.1. Demanda actual**

La demanda actual hace mención a un comportamiento futuro en donde se debe considerar todo el pronóstico de inicio correspondiente al comportamiento que viene desarrollando, el cual está fundamentado a partir de acontecimientos o hechos pasados. El objetivo del análisis de la demanda actual es poder determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales están dispuestos a conseguir (Castellanos, 2018)

### **7.14.2. Demanda histórica**

La demanda histórica facilita la identificación de la evolución del mercado objetivo en años recientes e identificar los factores y variables que han tenido un impacto directo en cada uno de los resultados. Cabe mencionar que para poder obtener los resultados se debe realizar delimitaciones geográficas del mercado y a su vez se debe focalizar en los segmentos de interés el cual permitirá analizar la evolución histórica (Castellanos, 2018).

### **7.14.3. Demanda proyectada**

Este tipo de demanda es crucial ya que simplifica la toma de decisiones en todos los proyectos, debido al enfoque que proporciona, que se basa en prever las posibles cantidades que los consumidores estarán dispuestos a adquirir del bien o servicio proyectado. Cuyo propósito fundamental es poder predecir el comportamiento de la demanda futura basándose en la demanda presente (Castellanos, 2018).

#### **7.14.4. Demanda Potencial**

Estas demandas se distinguen por ser la demanda más alta que puede surgir para uno o varios productos en un mercado específico. El propósito principal es prever cuál será la demanda en términos de ventas (Castellanos, 2018).

#### **7.15. Desarrollo Local**

El desarrollo local pone un énfasis particular en los territorios, reconociendo que son estos espacios los que, a través de diversas organizaciones y la intervención de los niveles de gobierno, permiten identificar y aprovechar las capacidades y recursos propios de cada región. Esta perspectiva holística se fundamenta en un proceso de cooperación que engloba a participantes locales, comunidades y autoridades para edificar un futuro compartido y sustentable. En este escenario, se analizan diversos factores esenciales: los elementos económicos, que abarcan la infraestructura, el trabajo y la productividad a nivel local; los elementos socioculturales, como la identidad, la cohesión social y el acceso a la educación y la cultura; los elementos políticos, que se relacionan con la gobernabilidad, la participación de los ciudadanos y la toma de decisiones; y los elementos administrativos, que involucran la eficiencia de las instituciones (Carrera, Larrea, & Moncayo, 2020).

### **8. VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA**

¿Los productos turísticos gastronómicos promueven el desarrollo local?

El diseño de productos turísticos gastronómicos en el cantón La Maná, constituye una oportunidad estratégica para fomentar el turismo y estimular la economía local al resaltar las bellezas naturales, culturales y culinarias de la zona, se capta la atención de un público más extenso y se promueve la creación de experiencias turísticas enriquecedoras.

La gastronomía tradicional, con sus sabores únicos e ingredientes autóctonos, se convierte en un elemento central de la oferta turística al promoverla, se pone en valor el patrimonio cultural y las costumbres gastronómicas de La Maná, creando un sentimiento de identidad. Además, el turismo gastronómico aporta a la sostenibilidad del cantón al fomentar el consumo de productos autóctonos y de estación, respaldando la agricultura de pequeños emprendedores que tienen sembríos y son quienes proveen de alimentos a los restaurantes y disminuir el efecto ambiental de la industria del turismo.

### **9. METODOLOGÍA**

El propósito de esta investigación es el diseño de productos turísticos gastronómicos en el cantón La Maná, dirigidos a fomentar el crecimiento local de forma sostenible y relevante.

Considerando que la metodología de investigación es el método que se emplea para solucionar el problema de la investigación mediante la recolección de datos, se emplearán diferentes técnicas y se analizarán en función de los datos obtenidos en la investigación (Medina, Rojas, & Bustamante, 2023).

## **Enfoque de la Investigación**

El enfoque cualitativo busca comprender y profundizar los fenómenos, analizándolos desde el punto de vista de los participantes en relación con los aspectos que los rodean. (Bejerano, 2016). El enfoque de la investigación cualitativa tiene como objetivo comprender y profundizar en los fenómenos, analizándolos desde el punto de vista de los participantes en su ambiente y en relación con los factores que los rodean.

### **9.1. Objetivo 1**

#### **9.1.1. Tipo de Investigación**

##### **9.1.1.2. Investigación Diagnóstica**

La investigación diagnóstica es un método de estudio cuyo propósito principal es analizar minuciosamente una circunstancia específica, con el objetivo de generar una visión global del entorno del tema en cuestión, y así simplificar la toma de decisiones fundamentadas en esa información recopilada y analizada (Vallejos, 2008). En otras palabras, una investigación diagnóstica se enfoca primordialmente en el estudio de situaciones y proporciona, tras este estudio, el fundamento apropiado para la toma de decisiones.

Se realizó un análisis exhaustivo de detallado de varios documentos, que incluyen los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOTs), proyectos de investigación y publicaciones científicas, con la finalidad de conseguir datos pertinentes y actualizados sobre el tema de estudio. Se recurrió a los PDOTs para entender el contexto geográfico y las políticas públicas vinculadas al turismo y la cocina. Se examinaron proyectos de investigación que trataban asuntos parecidos, tales como la creación de productos turísticos, el desarrollo local y el turismo gastronómico.

#### **9.1.2. Métodos**

##### **Método descriptivo**

El método descriptivo busca alcanzar una comprensión inicial de la realidad que proviene de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante el estudio de los datos suministrados por otros individuos (Abreu, 2014)

Mediante este método permite reconocer la situación actual del área de estudio con el estudio de varios documentos.

### **9.1.3. Técnicas**

Las técnicas de investigación son procedimientos, recursos o métodos empleados para llevar a cabo una investigación. Usualmente se utilizan para la recolección o estudio de los datos (Flores, 2021).

#### **Análisis de la información**

El análisis de la información implica el procedimiento de descripción y obtención de datos relevantes de una fuente proporcionada (Ortega, 2018).

Es fundamental para comprender información basándose en datos y teorías de documentos que fomenten nuestro tema de investigación.

#### **Bibliográfico**

Se refiere al conjunto de métodos y estrategias creados para hallar, reconocer y utilizar eficazmente los documentos que poseen información pertinente y fiable para la investigación (Martín, 2023). Este proceso permite garantizar que las fuentes seleccionadas sean adecuadas, actuales y pertinentes, contribuyendo al investigador a llevar su propia investigación.

#### **Redacción científica**

Es fundamental la escritura científica para presentar los datos y conceptos de manera que se pueda evitar la ambigüedad o la confusión. Es necesario usar un rigor lógico, eludir las expresiones confusas y las palabras utilizadas deben crear unidad y consistencia en el texto (Serrano, Pérez, Solarte, & Torrado, 2018).

### **9.1.5. Instrumentos**

Un instrumento para la recolección de datos o información es un recurso metodológico que se enfoca en un grupo de interrogantes, expuestas en un dispositivo o formato (impreso o digital), que se utiliza para recopilar, registrar o conservar los componentes relevantes del estudio extraídos de las fuentes relevantes (Saras, 2023).

Para llevar a cabo el diagnóstico del cantón La Maná, se examinaron publicaciones científicas, tesis y PDOTs relacionados con el campo de estudio, con el objetivo de escoger datos de varios documentos que aportaron a la investigación.

## **Catastro**

Existe un registro nacional en el Ministerio de Turismo de los establecimientos que ofrecen servicios en el Cantón, se ha examinado meticulosamente para determinar su categoría y cantidad. Entre los establecimientos de comida y bebida se registraron 33, de los cuales 9 ofrecen gastronomía tradicional.

## **9.2. Objetivo 2**

### **9.2.1. Tipo de investigación**

#### **Investigación Diagnostica**

Se llevó a cabo un análisis detallado de la oferta y demanda turística en el cantón La Maná, con la finalidad de adquirir datos precisos y actualizados que facilitaran la creación de productos turísticos gastronómicos ajustados a las necesidades y gustos de los turistas.

#### **Investigación documental**

Es un método de la investigación cualitativa que busca recolectar, recopilar y seleccionar información de las lecturas de documentos, revistas, libros, grabaciones, grabaciones, periódicos, artículos de hallazgos de investigaciones, memorias de eventos, entre otros aspectos (Ruiz & Alvarado, 2020).

Se realizó un análisis riguroso de documentos con el objetivo de reconocer y elaborar un instrumento apropiado para recolectar datos sobre las particularidades de los turistas y los locales de comida y bebidas que promueven la gastronomía tradicional en el cantón. Este análisis permitió obtener una comprensión integral de las dinámicas y particularidades tanto de la oferta gastronómica que presenta el cantón.

#### **Investigación de Campo**

Una de las bases de la investigación cualitativa es la investigación de campo, que son procedimientos que se realizan para recolectar datos tal como se muestran en su contexto de origen y luego examinarlos (Sybing, 2023).

Para la investigación de campo, se llevaron a cabo visitas in situ a varios establecimientos de alimentos y bebidas. El propósito principal de estas visitas fue llevar a cabo encuestas y entrevistas estructuradas y semiestructuradas, enfocadas en recolectar datos esenciales para reconocer y describir el producto turístico gastronómico de la zona. Este enfoque permitió obtener datos directos y detallados sobre la oferta culinaria, las experiencias

de los visitantes y la percepción de los actores locales, contribuyendo al diseño de productos turísticos gastronómicos fortalecer y promocionar el turismo en el cantón.

### 9.2.2. Método inductivo

Estudia, examina y entiende las características comunes que se presentan en un conjunto de realidades con el fin de formular una propuesta (Abreu, 2014). Facilitó la identificación de la gastronomía tradicional y la propuesta gastronómica del cantón, además se recopilaban datos cruciales para la elaboración de productos turísticos gastronómicos.

### 9.2.3. Técnica.

#### **Análisis de documentos**

El análisis documental es un procedimiento de sistematización y síntesis de información cualitativa, permite la triangulación de documentos narrativos, vinculados a diferentes fuentes de datos, y requiere un análisis de contenido o de discurso (Bejarano, 2016).

#### **Entrevistas**

La entrevista es una técnica de recopilación de información, cuyo objetivo es obtener datos de forma oral y personalizada sobre eventos, experiencias y perspectivas de las personas (Silva, 2022b).

Para la investigación se elaboró un guion con preguntas previamente organizadas, con el objetivo de determinar qué tipo de comida ofrecen y qué actividades innovadoras sugieren, con el objetivo de potenciar el turismo culinario en el cantón.

Estas entrevistas se realizaron en 2 salidas de campo con el objetivo de entrevistar a 9 establecimientos de alimentos y bebidas para la investigación.

**Tabla 4 Cronograma de salidas de campo**

<b>Lugar</b>	<b>Fecha de visita</b>	<b>Método de comprobación</b>
Comedor El Gato	6 de enero	Cuestionario de entrevistas
Comedor Doña Mari	6 de enero	Cuestionario de entrevistas

Comedor el Manaba	6 de enero	Cuestionario de entrevistas
La Sazón Lamanence	6 de enero	Cuestionario de entrevistas
Comedor Dairito	6 de enero	Cuestionario de entrevistas
Delicias de Mami Luz	7 de enero	Cuestionario de entrevistas
Asadero Divino Sabor	7 de enero	Cuestionario de entrevistas
Comedor Marlene	7 de enero	Cuestionario de entrevistas
La hueca Manaba	7 de enero	Cuestionario de entrevistas

---

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

**Presentación:** Buenos/as [días/tardes/], mi nombre es Gissela Aguiar soy estudiante de la Universidad Técnica de Cotopaxi de la carrera de Turismo.

**Preguntas para el restaurante**

1. ¿Cuáles son los platos más representativos de la gastronomía de La Maná que ofrecen en su menú?
2. Cuál es el tipo de gastronomía que más brinda a los clientes

Comida tradicional	
Comida cotidiana	
Comida típica	
3. ¿Qué ingredientes locales son esenciales en la preparación de estos platos?
4. ¿Existen platos tradicionales que solo se preparan en eventos o festividad?
5. ¿Qué estrategias utilizan para promocionar los platos típicos de La Maná entre los visitantes?
6. ¿Participas en ferias, eventos o festivales gastronómicos locales para dar a conocer la oferta culinaria del cantón?

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

### Encuestas

La encuesta es un procedimiento de recopilación de datos, cuyo objetivo es obtener información de los visitantes, se utiliza para obtener datos en gran medida de una población fija (Silva, 2022a).

Se ejecutaron encuestas a 290 visitantes mediante un cuestionario de 20 preguntas que permitieron estar al tanto de las preferencias, gustos y motivaciones, lo que proporcionó la definición de los productos turísticos gastronómicos que se diseñaran.

Para la recolección de datos, se llevaron a cabo cinco salidas de campo con la finalidad de entrevistar a 58 individuos diariamente en diferentes horarios, variando en función del número de participantes. De esta manera, se completaron las 290 encuestas necesarias para el estudio.

**Tabla 5 Cronograma**

Lugar	Fecha de visita	Hora	Método de comprobación	Numero de encuestas
Comedor Dairita	4 de enero	08h a 18h	Fotografías	58 por día
Comedor el Gato	7 de enero	09h a 16h	Fotografías	58 por día
Delicias de Mami Luz	8 de enero	09h a 16h	Fotografías	58 por día
Comedor Doña Mari	9 de enero	10h a 18h	Fotografías	58 por día
La Sazón Lamanence	10 de enero	08h a 17h	Fotografías	58 por día

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

**Presentación:** Buenos/as [días/tardes/], mi nombre es Gissela Aguiar soy estudiante de la Universidad Técnica de Cotopaxi de la carrera de Turismo.

#### 9.2.4.1. Encuesta

**Tabla 6.** Preguntas de la encuesta

<b>Variable</b>	<b>Instrumento</b>
<b>Demográfica</b>	<p>Genero:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino</li> <li>• Femenino</li> </ul> <p>Edad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 18 – 30 años</li> <li>• 31 – 40 años</li> <li>• 42 – 50 años</li> <li>• Más de 50 años</li> </ul> <p>Estado civil:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casado</li> <li>• Soltero</li> <li>• Divorciado</li> <li>• Viudo</li> </ul> <p>Situación Laboral</p> <p><input type="checkbox"/> Empleado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jubilado</li> <li>• Estudiante</li> <li>• Otros</li> </ul>
<b>Socioeconómicas</b>	<p>¿Con quién viaja usualmente?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solo</li> <li>• Pareja</li> <li>• Amigos</li> <li>• Familia</li> </ul> <p>¿Qué factores son importantes para visitar un lugar gastronómico?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de la comida</li> <li>• Precio</li> <li>• Atención</li> <li>• Ubicación</li> </ul>
<b>Motivación</b>	<p>¿Le gustaría viajar al cantón la Maná?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> <li>• No</li> </ul> <p>¿Conoce acerca de la gastronomía del cantón La Maná?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> <li>• No</li> </ul> <p><input type="checkbox"/></p>
<b>Preferencial</b>	<p>¿En qué época del año viaja más por turismo?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Feriado</li> <li>• Festividades</li> <li>• Vacaciones</li> </ul> <p>¿Cuál es la frecuencia que visita lugares gastronómicos?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una vez a la semana</li> <li>• Dos veces a la semana</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tres veces a la semana</li> <li>• Todos los días</li> </ul>

- Una vez al mes
- Una vez al año

¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?

- Agroturismo
- Turismo Comunitario
- Turismo de cultura
- Turismo de naturaleza
- Turismo gastronómico
- Turismo de salud

¿Considera usted que la gastronomía influye al momento de seleccionar algún lugar de destino?

- Mucho
- Algo
- Poco
- Nada

¿Qué tipo de establecimiento de comida suele visitar?

- Restaurantes de comida tradicional
- Restaurantes de comida rápida
- Mercados
- Otros

¿Conoce sobre los platos patrimoniales que se ofrecen en el cantón La Maná?

- Si
- No
- Tal vez

¿Cree que la gastronomía patrimonial es importante en la experiencia del turista?

- Si
- No

¿Ha sido participe de algún evento gastronómico?

- Si
- No

¿De los siguientes productos gastronómicos cual le gustaría que se implementen en el cantón?

- Ferias gastronómicas
- Rutas gastronómicas
- Festivales gastronómicos
- Circuito gastronómico

¿Considera que la creación de un nuevo producto turístico contribuirá a incrementar la dinamización de la economía del cantón La Maná?

- Si
- No

¿Considera que la creación de un nuevo producto gastronómico ayudará a aumentar el número de turistas?  Si

- No
- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto turístico gastronómico?
- \$10 a \$20
  - \$20 a \$30
  - \$30 a \$40

---

**Elaborado por:** Gissela Aguiar

### 9.3.5. Población y muestra

La población se caracteriza por ser un grupo de personas de la misma especie que residen en una zona geográfica determinada y se encuentran en un momento determinado del tiempo. Estos individuos interactúan entre sí, se reproducen y comparten recursos disponibles en el entorno, lo que les permite mantener la continuidad de su especie.

En este sentido para poder conocer la población total de turistas que se hace referencia en base al registro por parte de la Empresa Pública Municipal De Turismo y Comunicación Social La Maná, quien cuenta con el registro de 1.219 turistas que visitaron el cantón en el año 2023,

Al cual se llevó a cabo es el cálculo de la muestra, que hace referencia a una porción o subgrupo representativo extraído de una población más amplia, escogida con el objetivo de conseguir un resultado.

Por lo tanto, para determinar la demanda presente, se utilizó como punto de referencia el número total de visitantes al cantón La Maná durante el 2023, de acuerdo con la Empresa Pública Municipal de Turismo y Comunicación Social La Maná.

Para el cálculo se toma en base a la siguiente fórmula:

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

Donde;

$N$  = Población o universo = 1219 e

= Margen de error = 0,05

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

$\sigma$  = Desviación estándar = 0,5

Para determinar la muestra limitada, se tomó como población a los visitantes del cantón La Maná durante el 2023, de acuerdo con la Empresa Pública Municipal De Turismo y Comunicación Social La Maná, número que se considera el más fiable (Palta & Montenegro, 2025). Este elemento se utilizará como fundamento para establecer la muestra requerida para las encuestas.

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

$$n = \frac{1.219 * 1,95^2 * 0,5^2}{0,05^2 * (1219 - 1) + (1,95^2 * 0,5^2)}$$

$$n = \frac{1.219 * 3,8025 * 0,25}{0,0025 * (1.218) + (3,8025 * 0,25)}$$

$$n = \frac{1.158,81}{3,045 + 0,95}$$

$$n = \frac{1.158,81}{3,99}$$

$$n = 290$$

Se realizo 290 encuestas en el cantón La Man á.

### 9.3 Objetivo 3

#### 9.3.1. Tipo de investigación

##### Descriptiva

Se genera a través de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o el análisis de la información suministrada por otros autores

(Abreu, 2014). Se analizó características de los datos obtenidos de las encuestas y entrevistas realizadas para la realización de los productos turísticos gastronómicos.

## **Métodos**

### **Método Inductivo**

El método inductivo implica avanzar desde lo específico y tangible hacia lo general y abstracto. Su principal técnica interna es el análisis (Andrade, Machado, & Armendariz, 2018) es decir se llevará a cabo un estudio sobre los resultados alcanzados en el primer y segundo objetivo, donde se realizaron salidas de campo para recopilar información sobre la gastronomía y la oferta, con el objetivo de elaborar un producto turístico gastronómico.

Para el diseño de productos gastronómico se utilizará el siguiente manual.

#### **9.4.1. Instrumentos**

Dentro del diseño de productos turísticos gastronómicos se utilizará el manual para organizaciones de ferias del PROMOCAP.

#### **Manual para organizaciones de ferias del PROMOCAP**

Programa “Promoción de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa en Guatemala” Es una herramienta de consulta útil y eficiente, que proporciona de manera interactiva un método de trabajo sobre cómo organizar, coordinar, llevar a cabo y valorar ferias (Sagastume, 2005).

#### **Etapa 1: Pre-feria (planificación y organización)**

En esta fase se llevará a cabo la organización y planificación de la feria gastronómica turística "Platos de mi tierra", asignándoles los roles de las tareas que deben llevarse a cabo antes de su realización a cada uno de los integrantes del comité organizador, patrocinadores y comunidad.

#### **Etapa 2: Feria (ejecución)**

Ejecución del evento, teniendo en cuenta el calendario de todas las actividades a llevar a cabo, incluyendo el número de platillos a presentar, exhibiciones de productos autóctonos como (comida, productos regionales, bebidas y especias), ponencia de productores locales, puesto informativo y presentación de la banda municipal y el grupo de baile tradicional.

**Etapa 3: Post-feria (evaluación y monitoreo)** la realización de la feria gastronómica "Platos de mi tierra", en la que se conocen las repercusiones del evento, considerando los

objetivos de las compañías participantes y los organizadores al diseñar el proyecto (Sagastume, 2005).

### **Manual de diseño de rutas (SENA)**

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

#### 1. Organización de la ruta turística gastronómica

Se detallará un inventario de los atractivos turísticos de la zona, determinado cuales se incluirá en la ruta.

#### 2. Determinación y selección de servicios a incluir en la ruta turística gastronómica a realizar

Elección de aquellos que integraran la ruta, tales como (restaurantes, alojamiento, alimentación, guías y actividades recreativas)

#### 3. Establecimiento de los costos y gastos de la operación

Se establecerá el costo de la travesía por individuo y si es viable de llevar a cabo la ruta.

Se determina el precio de costo por persona de la ruta.

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

Calculo tarifa por persona

Determinación del beneficio neto

## **10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **10.1. Situación actual de la zona de estudio**

#### **10.1.1. Localización:**

El 19 de mayo de 1986 se estableció el cantón la Maná, con una superficie total de 662.58 kilómetros cuadrados, ubicado al oeste del cantón Pujilí, que une la región de la Sierra Central con la región del Litoral. Se sitúa a 25 kilómetros de la Latacunga, con una altitud que varía entre los 200 metros sobre el nivel del mar.

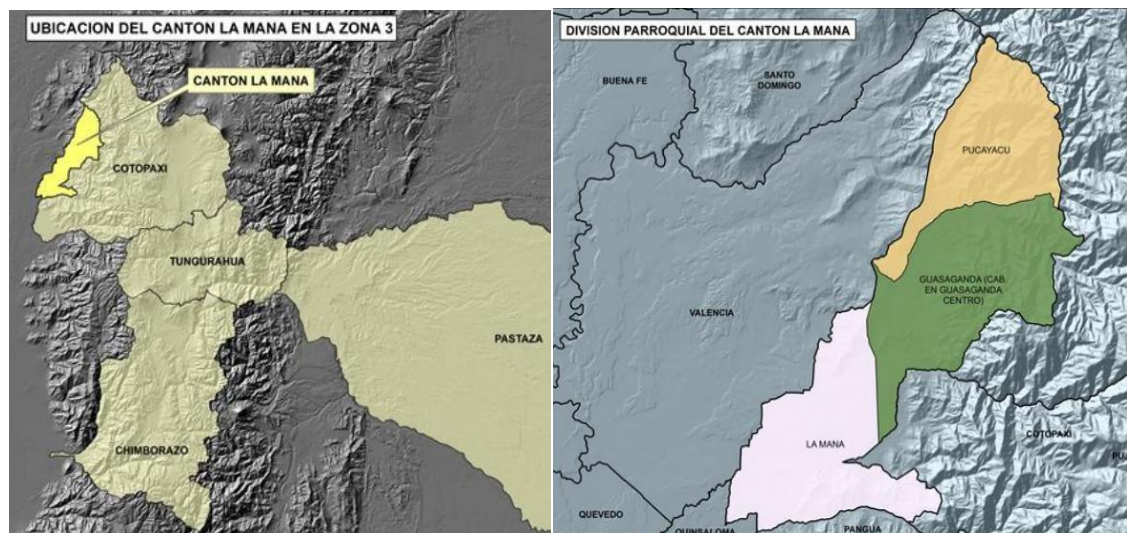
El cantón cuenta con 5 parroquias:

**Tabla 7 Parroquias del cantón la Maná**

Urbanas	Rurales
La Maná	Guasaganda
El Carmen El Triunfo	Pucayacu

Fuente: (PDOT, 2015)

Elaborado por: Aguiar Gissela

**10.1.2. Límites****Norte:** Cantón Sigchos**Sur:** Cantón Quinsaloma, Cantón Pangua**Este:** Cantón Sigchos y Cantón Pujilí**Oeste:** Cantón Valencia y Cantón Quinsaloma**Figura 1 Mapa Político del Cantón La Maná**

Fuente: (PDOT, 2015)

**10.1.3. Población**

Según cifras del Censo de Población y Vivienda 2022, INEC, el cantón la Maná cuenta con 53.793 residentes, los cuales se especifican en el siguiente gráfico entre sexos masculino y femenino.

**Tabla 8 Población del cantón la Maná**

Genero	Número	Porcentaje
Masculino	26.389	49,10%
Femenino	27.404	50,9%
<b>Total</b>	<b>53.793</b>	<b>100%</b>

---

Fuente: (INEC, 2022)

Elaborado por: Aguiar Gissela

#### 10.1.4. Economía

El estado económico del Cantón La Maná es un elemento significativo al evaluar los beneficios y desventajas de la pobreza y los estándares que se observan en la sociedad. Considerando que una gran cantidad de la población experimenta este problema, se pueden identificar obstáculos para el progreso gradual del Cantón.

La Maná se distingue por su principal actividad agrícola y pecuaria, proporcionando soporte a su población en aumento y transformándose en un punto de atracción para la inmigración. Esto ha favorecido el crecimiento de un robusto sector terciario, especialmente en la trama social urbana con el incremento del comercio. En sus zonas rurales, la ganadería es predominante, con una excelente producción de leche y carne, así como derivados de carne, leche y derivados lácteos, suministrando principalmente al cantón y a provincias adyacentes como Guayas y Los Ríos, y principalmente a las provincias vecinas como Guayas y Los Ríos (Maná, 2023).

La Maná es un cantón que destaca por su actividad agrícola y pecuaria, pilares fundamentales de su economía y desarrollo social. La tierra fértil de La Maná favorece el cultivo de productos como banano, plátano, cacao, café y maíz, que son tanto esenciales para el consumo interno como para la exportación (Vivas, 2021).

Las parroquias rurales del cantón concentran la actividad pecuaria, destacándose en la producción de carne y leche. La leche es procesada para la elaboración de queso, mantequilla y otros derivados, abasteciendo a mercados locales y regionales.

Se establece la condición económica del Cantón La Maná, fundamentándose en las actividades económicas primordiales del cantón y la interacción entre los elementos productivos que inciden y promueven la economía de la región. Destacando los tres sectores económicos clave del cantón: Primordial: actividades de agricultura y minería; secundario: industria, artesanía y manufactura; y terciario: comercio de mayor y menor valor. Estos resultan en una población económicamente activa (PEA) de 22.161 h que equivale al 39,5%, población económicamente inactiva (PEI) de 20.569 h que equivale al 37,5% y 13.270 h de individuos menores de 10 años que equivalen al 23%, de la población en general (Román, Crow, & Abrigo, 2020).

### **10.1.5. Educación**

El cantón La Maná cuenta con un total de 62 instituciones educativas de carácter fiscal, las cuales son preferidas por la mayoría de los habitantes debido a la gratuidad de la educación que ofrecen. Además, existen 2 instituciones de tipo fiscomisional, 1 institución municipal y 6 instituciones educativas particulares, ampliando las opciones de formación en la región. En cuanto a los niveles de educación que presentan el cantón:

- La educación primaria tiene una tasa de cobertura del 92,2%.
- La educación secundaria tiene una tasa de cobertura del 58,0%.
- La educación de bachillerato tiene una tasa de cobertura del 41,7%.
- Finalmente, la educación superior registra un nivel de participación del 8,1%

### **10.1.6. Breve estudio del turismo en el Cantón La Maná.**

El cantón La Maná cuenta con un enorme potencial turístico que, si se gestiona adecuadamente, podría convertirse en un motor clave para la activación de la economía local. Este territorio se destaca por su diversidad natural, cultural y gastronómica, ofreciendo a los visitantes experiencias únicas que podrían posicionarlo como un destino turístico de renombre. Sin embargo, la falta de estrategias efectivas de promoción y difusión ha resultado en un subaprovechamiento de sus recursos.

El cantón destaca por su riqueza cultural, profundas raíces históricas y tradiciones que reflejan la identidad de su gente. Sin embargo, a pesar de esta abundancia de recursos, el turismo en las parroquias rurales sigue sin desarrollarse plenamente.

Esta situación se debe, en gran medida, a la falta de estrategias que permitan integrar a la población en el aprovechamiento y gestión de estos recursos. Aunque las parroquias rurales tienen un valor turístico significativo, sus habitantes no han logrado capitalizarlos de manera efectiva, lo que deja estos recursos subutilizados y sin generar los beneficios económicos.

### **10.1.7. Demanda**

De acuerdo con (Salazar & Núñez, 2022) señala que el promedio de edad de los turistas a la Maná varía entre los 30 y los 39 años (55%), lo que señala una demanda joven, por lo que la oferta debe tener en cuenta esta variable. Se deduce que hay una relación entre la edad y el estatus académico entre los visitantes de estado civil, casados (57%), y con educación superior (63%). Respecto a los ingresos, su media varía entre \$400-\$1000 mensuales. El 68% de los turistas permanece entre 2 a 3 días, mientras que el 17,5 % tiene una estancia de un día, y un

12% tiene una estancia que supera los 4 días. Esto señala la necesidad de ofrecer más actividades para aumentar la permanencia del turista en la Maná.

Principalmente, los visitantes provienen de las provincias de Cotopaxi (39,5%); Los Ríos (21,5%); lo que señala que los turistas buscan conocer la provincia debido a su proximidad a este lugar de gran potencial turístico.

### 10.1.7. Oferta

El cantón La Maná en el libro titulado libro Modelo de Gestión Turística para el Cantón, presenta un inventario de atractivos turísticos del cantón La Maná los cuales se detallan a continuación:

**Tabla 9 Inventario atractivos turísticos del cantón La Maná**

<b>Nombre Atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
Festividades de cantonización de La Maná		Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradicionales y creencias populares
Fiestas San Vicente			
Virgen del Cisne			
Carnaval de la alegría y folklor Lamanense			
El salón municipal de exhibición de piezas arqueológicas		Arquitectura	Infraestructura cultural
Iglesia de La Maná			Histórica/Vernácula
Parque Central La Maná			Espacio público
Parque Lineal			
Relatos sobre el nombre de La Maná	Atractivos culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradicionales y creencias populares
Leyenda del agua		Relaciones Técnicas y científicas	Centros Industriales
Splendor			Artesanías y arte
Artesanías de Tagua			Gastronomía
Producción de chocolate artesanal			Medicina ancestral
Medicina ancestral		Acervo cultural y popular	Artesanías y arte
Artesanías en fibra de tallo de banano			
Fiesta de parroquialización			Fiestas religiosas, tradicionales y creencias populares
Parroquia Guasaganda			
Ruinas De MalquiMachay		Arquitectura	Área arqueológica

Reserva Ecológica Los

Iliizas	Bosque	Montano Bajo
Parroquia Pucayacu Cascada de Brasil		
Cascada de Guadual Cascada Tinieblas	Río	Cascada
Poza del Chimbilaco		Río
Producción de queso artesanal	Acervo cultural y popular	Gastronomía
Cascada del Venado	Río	Cascada Rápido
Rápidos rio Quindigua	Rio	Montano Bajo
Bosque jardín de los Sueños	Atractivos naturales Bosque	
Cascada Tilipulo	Rio	Cascada
La Poza de Angueta		

Elaborado por: Aguiar Gissela

**Tabla 10 Resultado del inventario atractivos turísticos del cantón**

Atractivos Turísticos	
Atractivos culturales	17
Atractivos naturales	10
<b>Total</b>	<b>27</b>

Elaborado por: Aguiar Gissela

Dentro del inventario registrado en el cantón La Maná, se obtuvieron 17 atractivos culturales y 10 naturales, dando un total de 27 atractivos turísticos.

#### 10.1.8. Alojamiento

Respecto al servicio de hospedaje en el cantón La Maná, de acuerdo con el catastro de los servicios turísticos del Ecuador (Turismo, 2024) cuenta con 15 locales de hospedaje que se categorizan en hoteles, hostales, hosterías y casa de huéspedes.

**Tabla 11 Listado y Clasificación de establecimiento de alojamiento**

Nombre	Clasificación	Categoría
Bosque Privado Jardín De Los Sueños	Casa De Huéspedes	Categoría Única

El Refugio De Grace		2 estrellas
Somag		2 estrellas
Gran Hotel La Maná		3 estrellas
Hotel Sanchez Internacional		2 estrellas
Hotel Somag	Hotel	2 estrellas
Jesed		2 estrellas
Intersanz		2 estrellas
Las Cascadas		4 estrellas
Hostal La Herradura José Ezequiel	Hostal	1 estrella
Walnino La Maná		2 estrellas
Mongomery		1 estrella
Hosteleria Somag	Hostería	1 estrella
Hosteria Acuatica Carlos Patricio	Hostería	3 estrellas
Hosteria Acuatica D'patrick's	Hostería	3 estrellas
Hosteria Las Piramides	Hostería	3 estrellas

Fuente: (Catastro, 2024), (Salazar & Núñez, 2022). **Elaborado por:** Aguiar Gissela

#### 10.1.9. Alimentos y bebidas

De acuerdo con el Catastro Turístico del Ministerio de Turismo de Ecuador (Turismo, 2024), el Cantón La Maná alberga 11 restaurantes, 8 bares, 7 discotecas, 5 termas y balnearios y 2 cafeterías. Cada uno de estos locales posee su categoría correspondiente, otorgada por el Ministerio de Turismo. donde se puede deleitarse con la diversa cocina que ofrece el cantón.

**Tabla 12 Alimentos y bebidas**

<b>ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	
<b>Clasificación</b>	<b>Numero</b>
Restaurantes	11
Cafetería	2
Bares	8
Discotecas	7
Termas y Balnearios	5
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>

Fuente: (Catastro, 2024) , (Salazar & Núñez, 2022)

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

A continuación, se detallará el nombre de cada uno de los establecimientos con el nombre y la clasificación a la que corresponde según el Catastro del Ministerio de Turismo.

**Tabla 13 Nombres de los establecimientos de Alimentos y Bebidas.**

<b>Nombre Comercial</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Dirección</b>
Tutto Freddo Sweet Land	Cafetería	Av. 19 de Mayo y general Enríquez Gallo
Pollos a la Brasa Adrianita		Av. 19 de Mayo y Jaime Roldós
Marisquería Don Cangrejo	Restaurante	Av. 19 de Mayo y Galo Plaza
Complejo turístico Maho		Av. Quito y Av. Carlos Lozada
Cevichería la Viagra		Sector los Pachacos junto a la Y de la vía al recinto la Josefina
Marina Lía		Av. 19 de mayo y Tungurahua
TT'S		AV. 19 de Mayo y Zacarías Pérez
Asadero restaurant Yoly		Frente al segundo bloque de la Universidad Técnica de Cotopaxi
Posada de Willo		AV. 19 de Mayo y Manabí
La esquina de Ales		Av. 19 de Mayo y San Pablo
Viva la Brasa Asadero		Av. 19 de Mayo y Eugenio Espejo
La Llama Restaurante		Av. Amazonas y calle Calabí
		Av. 19 de Mayo y los Álamos

Noches de París Bar		Calle Morona Santiago y Saquisilí Recinto el Toquillal
Karaoke		
Banana Rock		Calle Amazonas S/N y Jaime Roldós
Mito's bar		Eugenio Espejo frente al Mini Terminal
Meyli	Bar	Calle Salcedo y Medardo Ángel Silva
Rústica		Los Almendros y Saquisilí
Cocteles y licores la Maná		Av. 19 de Mayo y Enríquez Gallo
Boina Roja		Recinto la Josefina
Café bar O'Coronell		Álamos 265 y av. Amazonas
Nueva Honda		Los Almendros, Solar 12
Latinos Exes		Calle Esmeraldas s/n y Manabí
En Contra Vía		Los Almendros y Pujilí
Manhattan		AV. 19 de Mayo y Tungurahua
Buddha	Discoteca	AV. Almendros y Amazonas
Ibiza Club		Eugenio Espejo y a una cuadra de la esc. Rafael Vásquez
La Sevillana		Calle Quito y Gonzalo Enríquez
Las Palmas		Av. San Pablo y Av. Amazonas
Estero de Meyli		Calle salcedo s/n y Medardo Ángel Silva
El Prado	Termas y Balnearios	Calle Gonzalo Albarracín y Simón Bolívar
Boina Roja		Calle Principal S/N, Recinto La Josefina
Centro Turístico Infantil		Vía la Maná- Quevedo sector el nuevo Moral
La Familia		

Fuente: (Catastro, 2024), (Salazar Andrade, 2022)

Elaborado por: Aguiar Gissela

#### 10.1.10. Espacio geográfico

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

#### 10.1.11. Operadores de mercado

En el cantón La Maná según el Catastro Turístico (Turismo, 2024) se identifican tres operadores de mercado que desempeñan un papel crucial en la dinamización del sector turístico local. Estos operadores no solo se encargan de la gestión de servicios turísticos, sino que también contribuyen al fortalecimiento de la economía local mediante la promoción de actividades recreativas, culturales y ecológicas.

**Tabla 14 Operadores de mercado**

<u>Nombre Comercial</u>	<u>Actividad / Modalidad</u>	<u>Clasificación</u>
Reptil Expediciones	Operación e Intermediación	Operador Turístico

Rtviajes S.A.	Operación e Intermediación	Agencia de Viajes Internacional
Xplora	Operación e Intermediación	Agencia de Viajes Internacional

**Fuente:** (Catastro, 2024)

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

### 10.1.12. Gastronomía del cantón La Maná

Como una comunidad de asentamientos variados, La Maná proporciona una gastronomía muy diversa. A pesar de no tener un plato específico típico, la región dispone de una extensa variedad de comidas que han logrado adaptarse adecuadamente al ambiente. En esta región, se pueden degustar desde comidas como la fritada, típica de la sierra, hasta el ceviche, característico de la costa. Esto transforma al cantón La Maná en una mezcla de culturas y tradiciones, lo que se manifiesta en una cocina que fusiona aspectos de la costa y la sierra.

En cuanto a sus platos costeros que se pueden degustar están:

- Una deliciosa comida tradicional del cantón que se destaca es el estofado de campeche. Siendo el ingrediente principal pescado, yuca o verde, cebolla, tomate, cilantro, ají, comino, sal.
- Corviche: Se elabora a base de plátano relleno de pescado con un refrito de manteca de color con la cebolla, el maní molido, comino, pimienta, sal y culantro.
- Tilapia frita acompañada de patacones de verde o yuca, arroz y ensalada. La tilapia se obtiene de los criaderos de la zona.
- El plato de hornado simboliza la Sierra es uno de los más solicitados.
- Caldo de gallina criolla: Se elabora a base de gallina criolla con condimentos especiales, se lo sirve con papas cocinadas o yuca, todo esto saborizado con culantro y cebolla blanca (Turisec, 2022).

A continuación, se detallará los establecimientos de alimentos turísticos donde se puede degustar de los platos antes mencionados:

**Tabla 15** *Establecimientos de alimentos turísticos en La Maná*

Nombre del Establecimiento	Tipo de Establecimiento
----------------------------	-------------------------

---

Comedor El Gato	
Comedor Doña Mari	
Comedor el Manaba	
La Sazón Lamanence	
Comedor Dairito	Restaurante
Delicias de Mami Luz	
Asadero Divino Sabor Comedor	
Marlene	
La Hueca Manaba	

---

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

El cantón La Maná ofrece una amplia variedad de opciones gastronómicas y de entretenimiento, convirtiéndose en un destino con una oferta diversa que satisface tanto a locales como a visitantes. La riqueza culinaria y la vida nocturna se destacan como puntos clave de atracción, reflejando la fusión cultural y el dinamismo de la región.

En cuanto a la gastronomía, La Maná cuenta con 11 restaurantes sin embargo 9 de ellos prestan el servicio de comida tradicional mismos que ofrecen una amplia gama de platillos típicos, regionales. Este abanico culinario no solo satisface distintos gustos, sino que también permite a los comensales disfrutar de sabores auténticos que reflejan la identidad cultural del cantón. Las parroquias La Maná, Guasaganda, y Pucayacu consolidan la oferta gastronómica, convirtiendo a estos espacios en puntos de encuentro para locales y turistas.

## **10.2. CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL TURISMO GASTRONÓMICO DEL CANTÓN.**

Para poder realizar la caracterización de la oferta y la demanda del turismo gastronómico del cantón se realizó en base a la aplicación de una encuesta.

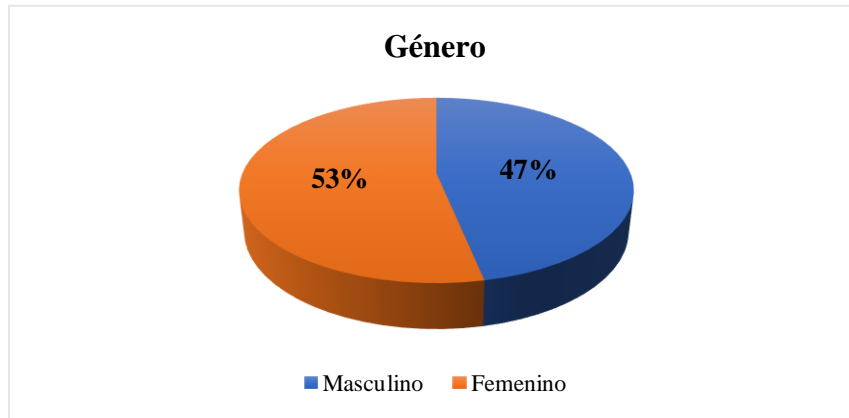
### **10.2.1. Caracterización de la demanda**

La caracterización de la demanda en el cantón La Mana se lo realizo mediante la aplicación de encuetas las cuales se detallan a continuación.

### **10.2.2. Análisis e interpretación de datos:**

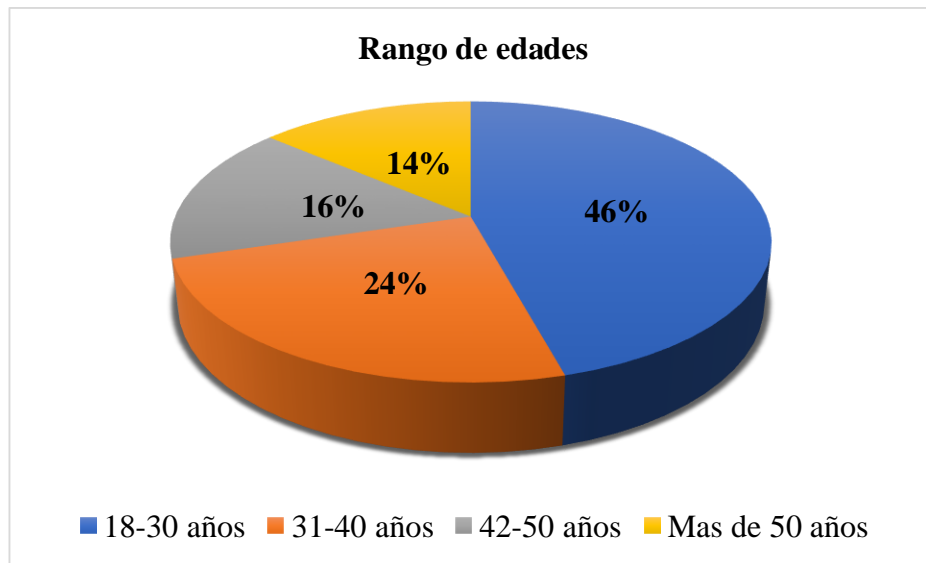
El propósito de esta sección es examinar e interpretar los datos obtenidos mediante la encuesta efectuada. A continuación, se detallan los resultados logrados de forma exhaustiva.

#### **Características de la población encuestada**

**Figura 2 Género**

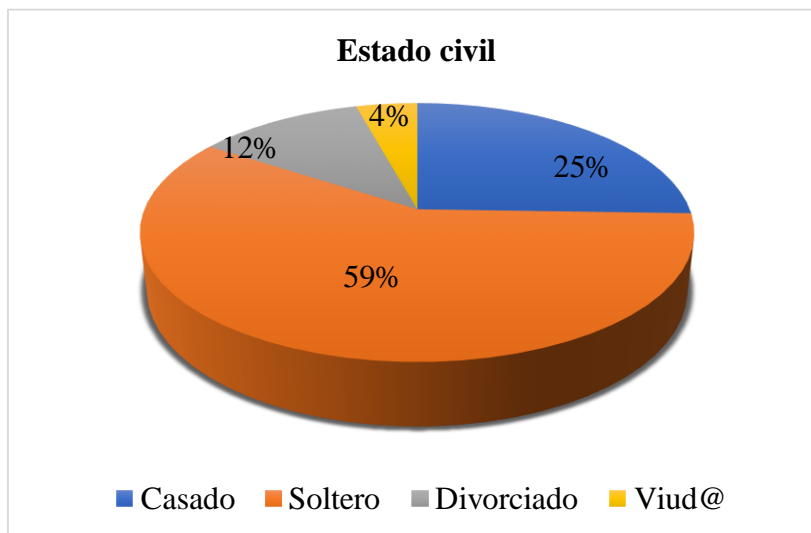
**Elaborado por:** Aguiar Gissela

Como se puede observar en el gráfico, el 53% de los individuos encuestados pertenecen al sexo masculino, mientras que el 47% pertenecen al sexo femenino. Los dos grupos jugaron un papel crucial en la elaboración de las encuestas vinculadas al turismo en el cantón La Maná, proporcionando perspectivas útiles para el sector turístico.

**Figura****3 Rangos de Edades**

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

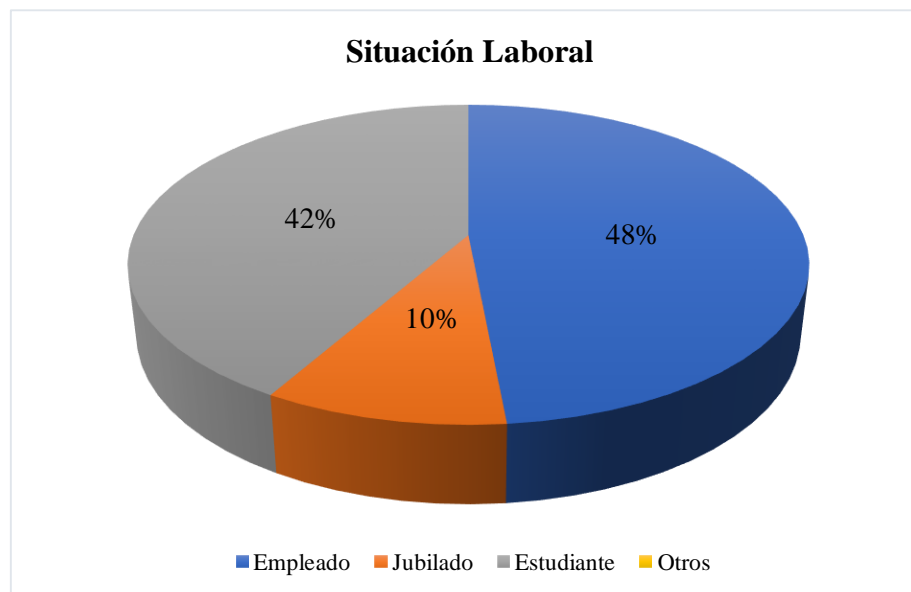
En cuanto a los rangos de edad, el análisis de las encuestas muestra que el 46% de los participantes se encuentran en el rango de 18 a 30 años, lo que indica que los jóvenes adultos constituyen el grupo más representativo. Un 24% pertenece al rango de 31 a 40 años, mientras que un 16% está en el rango de 42 a 50 años. Finalmente, el 14% corresponde a personas mayores de 50 años. Las personas que visitaran el cantón La Maná son jóvenes adultos interesados en explorar nuevos destinos y participar en diversas actividades turísticas, lo que sugiere un enfoque hacia este segmento demográfico.

**Figura 4 Civil**

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

El análisis de los datos revela que el 59% de las personas interesadas en realizar turismo en el cantón La Maná son solteras, lo que indica una alta prevalencia de individuos que buscan disfrutar de nuevas experiencias de manera independiente o en grupos sociales. Por otro lado, el 25% corresponde a personas casadas, quienes generalmente prefieren actividades más tranquilas y orientadas a compartir en pareja o en familia, asimismo, el 12% de los encuestados son divorciados, un segmento que podría estar interesado en experiencias que promuevan el bienestar personal o la socialización finalmente, un porcentaje muy reducido corresponde a personas viudas, quienes, aunque representan una minoría, podrían estar buscando actividades específicas que aborden sus necesidades emocionales y recreativas.

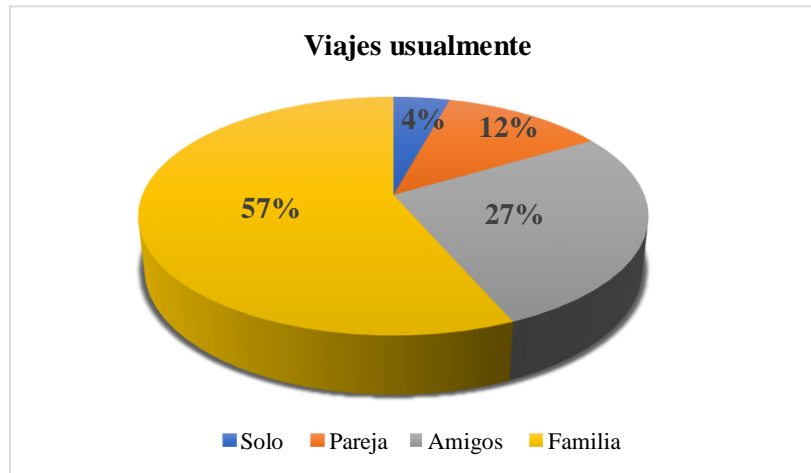
**Figura 5** *Situación Laboral*



**Elaborado por:** Aguiar Gissela

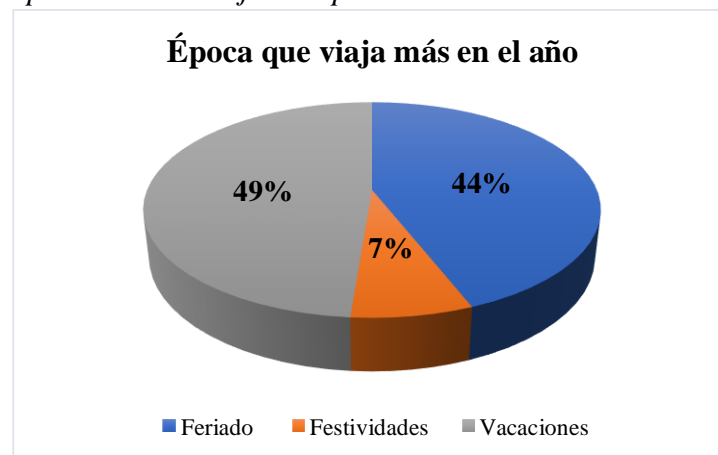
En cuanto a la situación laboral de las personas encuestadas, se observa que el 48% son empleados, lo que sugiere que este grupo busca realizar actividades turísticas como una forma de desconectarse de su rutina diaria y encontrar espacios de recreación y relajación. Por su parte, el 42% corresponde a estudiantes, quienes destacan por su espíritu aventurero y su entusiasmo por descubrir nuevos lugares, experimentar actividades dinámicas y degustar la gastronomía local. Finalmente, el 10% corresponde a individuos retirados, un grupo reducido pero importante que podría estar interesado en actividades más serenas y ajustadas a sus requerimientos, como recorridos culturales o vivencias de bienestar.

## 6 ¿Con quién viaja usualmente?

**Figura**

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

La información señala que el 57% de los individuos encuestados optan por viajar en familia, lo que muestra una inclinación a compartir instantes de calidad con sus seres queridos y descubrir la cocina local como un componente de una experiencia conjunta. En cambio, el 27% indica que viaja en compañía de grupos de amigos, lo que demuestra un interés por explorar nuevos lugares e involucrarse en actividades más dinámicas, lúdicas y enfocadas en la aventura. El 12% de los entrevistados señala que hacen viajes en pareja, un escenario en el que habitualmente se encuentran. darle prioridad a las actividades que promueven el vínculo emocional. Finalmente, el 4% indica que prefiere viajar en solitario, lo que indica que aprecian la independencia y desean vivir experiencias naturales con otros viajeros durante el trayecto.

**Figura 7** *¿En qué época del año viaja más por turismo?*

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

La investigación revela que el período más frecuente para viajar es durante las vacaciones, constituyendo el 49% de las preferencias. Esto indica que numerosas personas utilizan estos periodos extendidos para organizar viajes familiares, disfrutando de actividades

de ocio y tiempo de calidad con sus seres queridos. El, el 44% de los participantes en la encuesta indica que prefiere viajar durante los feriados, utilizando los días de descanso para hacer excursiones breves y vivir experiencias turísticas en un periodo de tiempo más restringido, lo que demuestra un interés en involucrarse en eventos culturales o festividades tradicionales que mejoran su experiencia de viaje.

**Figura 8** *¿Le gustaría viajar al cantón La Maná?*

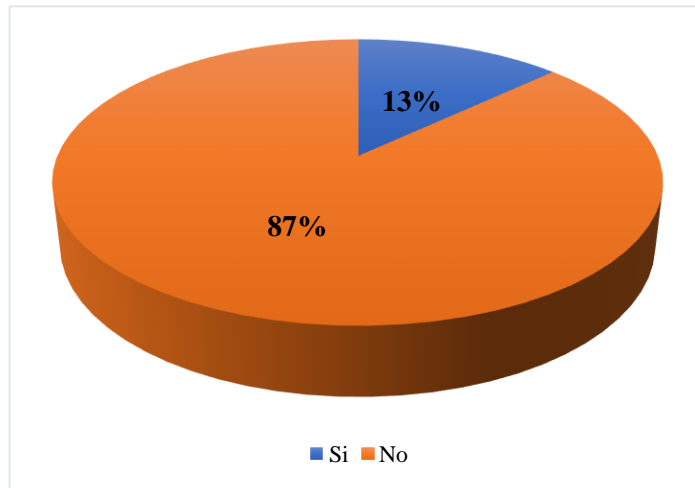


Elaborado por: Aguiar Gissela

El 98% de los participantes en la encuesta manifestó interés en visitar el cantón La Maná, lo que demuestra un elevado grado de atracción hacia este lugar. Este hecho indica que la mayoría de las personas ven al cantón como un sitio atractivo para descubrir, ya sea por su propuesta turística, su ambiente natural, su cocina o sus actividades culturales y de ocio. Con un porcentaje mínimo del 2% expresó que no mostraría interés en visitarlo, lo que podría atribuirse a elementos particulares como desconocimiento sobre el destino, gustos personales o restricciones vinculadas al tiempo.

## 9 *¿Conoce acerca de la gastronomía del cantón La Maná?*

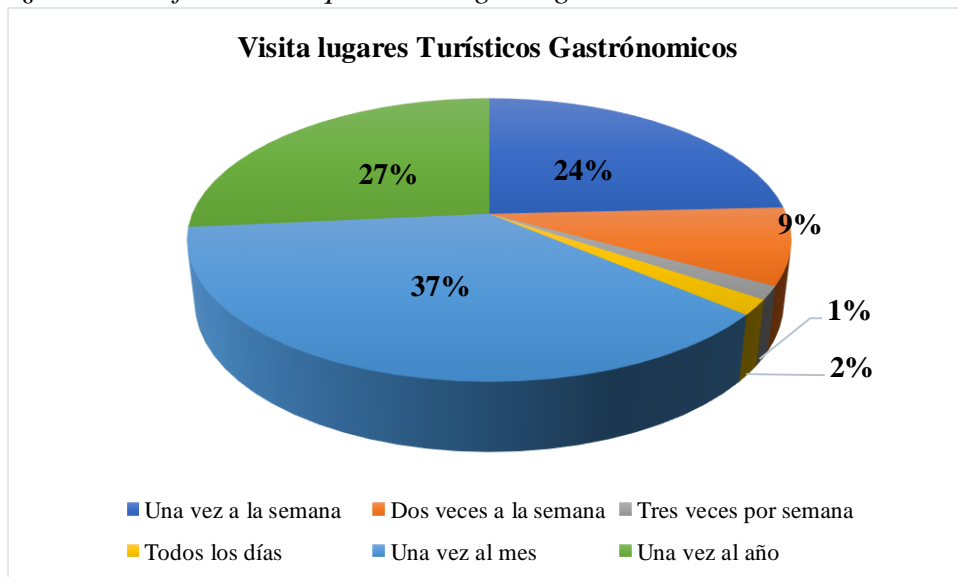
**Figura**



Elaborado por: Aguiar Gissela

El 87% de los encuestados indicó que no tiene conocimiento sobre la gastronomía del cantón La Maná, lo que pone de manifiesto una brecha significativa en la difusión y promoción de su riqueza culinaria. Este dato resalta la necesidad de implementar estrategias más efectivas para dar a conocer los platos típicos y las tradiciones gastronómicas que forman parte de la identidad del cantón. Por otro lado, solo el 13% de los encuestados afirmó estar familiarizado con la gastronomía de La Maná, lo que evidencia que valora y reconoce esta oferta, se requiere mayor visibilidad para atraer tanto a turistas como a locales interesados en experiencias culinarias.

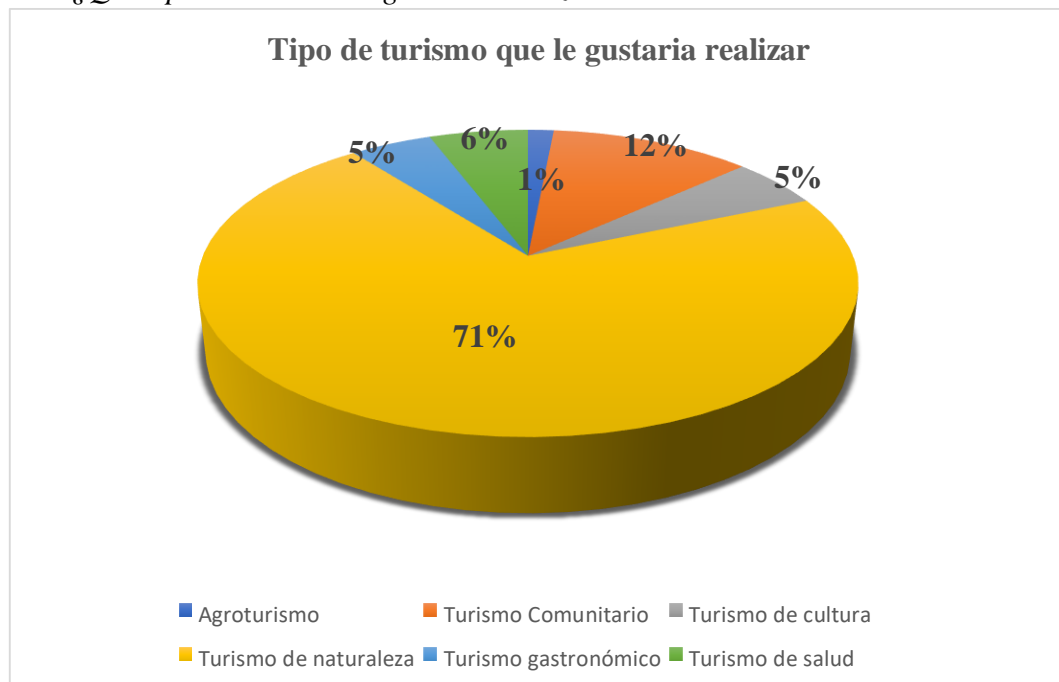
**Figura 10** ¿Cuál es la frecuencia que visita lugares gastronómicos?



Elaborado por: Aguiar Gissela

Según los datos obtenidos, el 37% de los encuestados indica que visita los lugares gastronómicos una vez al mes, lo que sugiere que, para este segmento, las experiencias culinarias no son frecuentes, pero son una actividad regular dentro de su rutina. Un 27% menciona que visita estos lugares solo una vez al año, lo que podría reflejar una preferencia por realizar visitas esporádicas, posiblemente durante ocasiones especiales o eventos importantes. El 24% de los encuestados afirma que lo hace una vez a la semana, lo que evidencia que, para una parte significativa de la población, las actividades gastronómicas son parte de su vida social o de su disfrute semanal, un 9% señala que realiza estas visitas dos veces por semana, mientras que solo un 2. % lo hace a diario, lo que indica que un pequeño segmento de la población está particularmente interesado en explorar la oferta gastronómica de manera constante. Finalmente, un 1% menciona que lo hace tres veces por semana estos datos muestran una diversidad de comportamientos en cuanto a la frecuencia de visitas, lo que podría orientar a los operadores turísticos y restauranteros a diseñar estrategias para promocionar el turismo gastronómico.

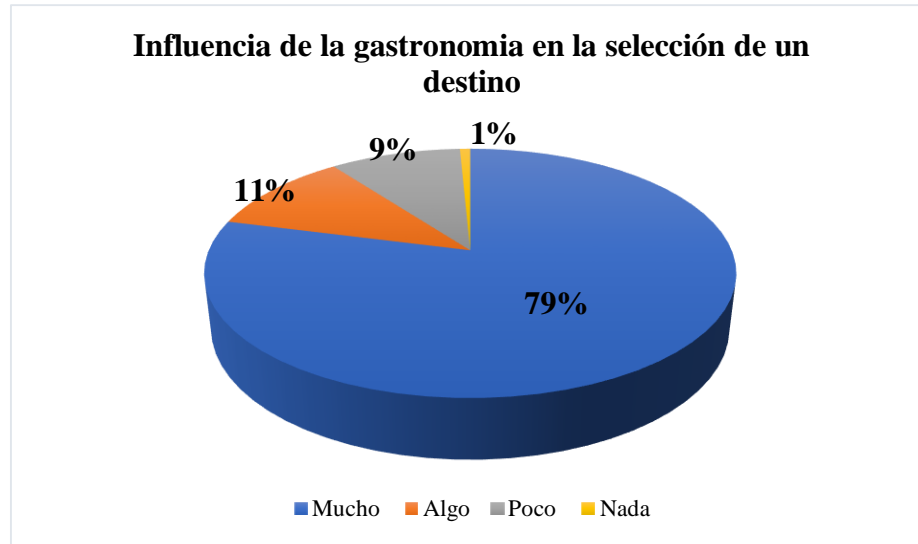
**Figura 11** *¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?*



La encuesta revela una diversidad de preferencias turísticas, aunque con un claro predominio del turismo de naturaleza (71%). Este interés por la naturaleza se complementa con el turismo comunitario (12%), sugiriendo un deseo de experiencias auténticas y sostenibles. El turismo de salud (6%), cultura (5%) y gastronomía (5%) también están presentes, aunque en

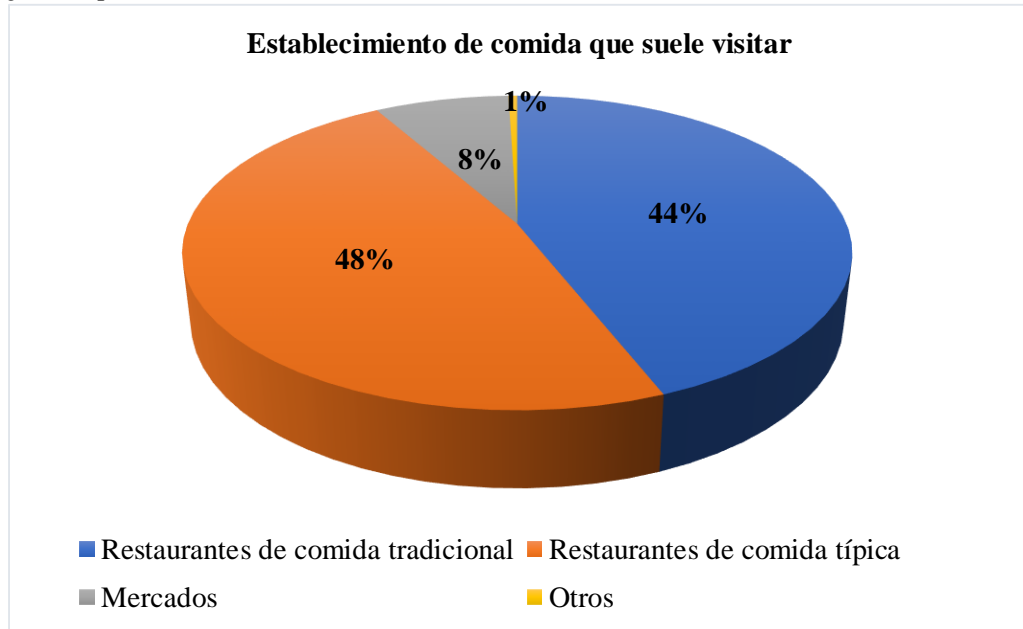
menor medida. Es interesante notar que tanto el turismo comunitario como el agroturismo (1%) implican una conexión con la naturaleza y las comunidades locales. Estos resultados podrían indicar una búsqueda de experiencias enriquecedoras que combinen el disfrute de la naturaleza con el descubrimiento de nuevas culturas y sabores.

**Figura 12** *¿Considera usted que la gastronomía influye al momento de seleccionar algún lugar de destino?*



La encuesta muestra una diversidad de opiniones sobre la influencia de la gastronomía en la elección de destinos. El 79% considera que la gastronomía es un factor muy importante, un 11% reconoce su influencia, aunque en menor medida. Un 9% indica que la gastronomía influye poco en su decisión, y solo un 1% afirma que no la considera para nada. Estos resultados sugieren que la gastronomía, aunque no es el único factor, juega un papel relevante en las preferencias de los viajeros, y que sus gustos y prioridades varían.

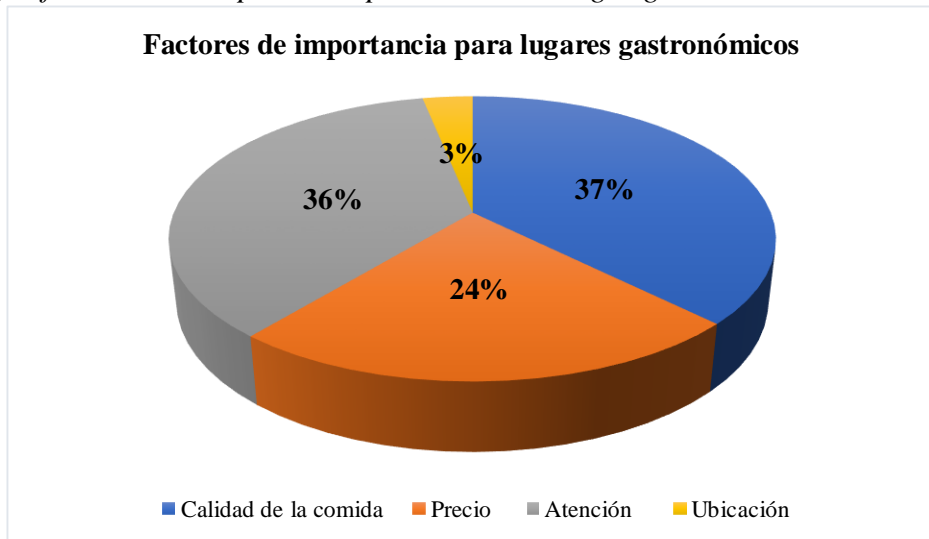
**Figura 13** *¿Qué tipo de establecimiento de comida suele visitar?*



**Elaborado por:** Aguiar Gissela

La encuesta muestra un marcado interés por la autenticidad y la experiencia gastronómica. Un 48% de los encuestados elige restaurantes de comida típica, buscando vivir una experiencia culinaria auténtica y conocer los sabores característicos de cada región. El 44% que prefiere restaurantes de comida tradicional refuerza esta tendencia, al valorar la calidad de los ingredientes y las recetas tradicionales. Los mercados (8%) y otras opciones (1%), aunque menos frecuentes, también reflejan una búsqueda de experiencias gastronómicas más allá de los restaurantes convencionales.

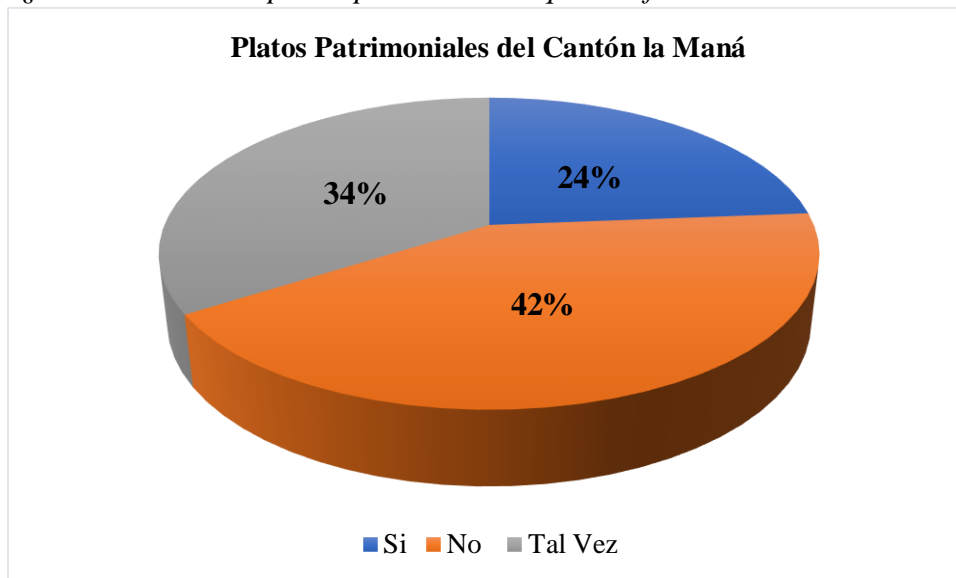
**Figura 14** *¿Qué factores son importantes para visitar un lugar gastronómico?*



**Elaborado por:** Aguiar Gissela

Como se puede observar en el gráfico, los elementos que afectan la elección de visitar un lugar turístico fluctúan en relevancia de acuerdo a las preferencias de los participantes en la encuesta. El 37% de los individuos considera que la calidad de los alimentos que proporciona un sitio es el factor más significativo, resaltando la relevancia de la comida como componente fundamental de la experiencia turística. Por otro lado, el 36% prioriza la calidad del servicio al cliente, lo que evidencia la importancia de proporcionar un servicio acogedor y personalizado para crear una experiencia positiva. En tercer lugar, para el 24% de los entrevistados, el precio es un elemento crucial, destacando la relevancia de disponer de alternativas económicas que se ajusten a presupuestos elementales. Finalmente, únicamente un 3% piensa que la localización del lugar turístico es el factor más relevante, lo que indica que otros factores, como la experiencia global, pueden equilibrar una ubicación menos accesible.

**Figura 15** *¿Conoce sobre los platos patrimoniales que se ofrecen en el cantón La Maná?*

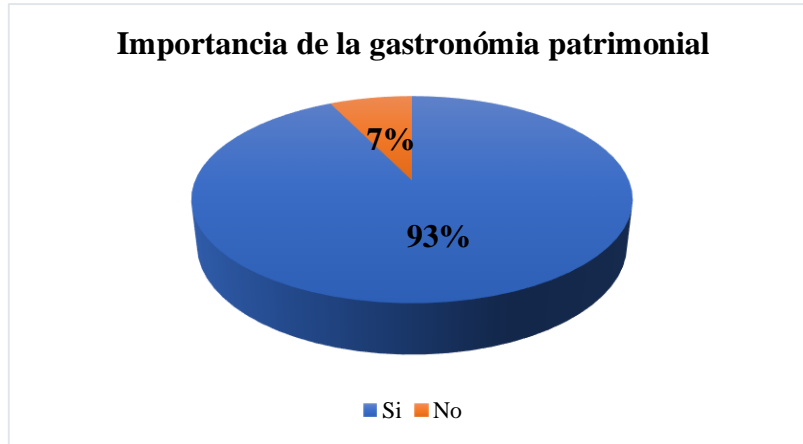


**Elaborado por:** Aguiar Gissela

El gráfico muestra datos cruciales acerca del grado de entendimiento de los platos patrimoniales que brinda el cantón, evidenciando un panorama alarmante para la promoción del turismo. Un 42% de los participantes en la encuesta señaló que desconoce los platos patrimoniales, lo que constituye una debilidad considerable para promover el turismo local, dado que estos componentes gastronómicos suelen ser esenciales para captar turistas y robustecer la identidad cultural. En cambio, el 34% indicó que "posiblemente" sabe los platos, lo que evidencia un entendimiento restringido o superficial de este aspecto gastronómico. Solo un 24% declaró estar familiarizado con los platos patrimoniales, lo que demuestra una

oportunidad para poner en marcha estrategias eficaces de difusión, educación y promoción que resalten la riqueza.

**Figura 16** *¿Cree que la gastronomía patrimonial es importante en la experiencia del turista?*



**Elaborado por:** Aguiar Gissela

El gráfico indica la importancia de la gastronomía patrimonial en la vivencia turística del cantón, dado que un convincente 93% de los participantes en la encuesta considera que este elemento es "muy relevante" para potenciar y disfrutar al máximo del turismo local. Este hecho subraya la importancia crucial de la gastronomía tradicional como un componente esencial para captar visitantes, crear experiencias genuinas y robustecer la identidad cultural de la zona. Por otro lado, únicamente un 7% considera que la gastronomía patrimonial no tiene relevancia, lo que indica una visión minoritaria que podría verse afectada por la escasez de información o un distanciamiento con las costumbres locales.

**Figura 17** *¿Ha sido participe de algún evento gastronómico?*

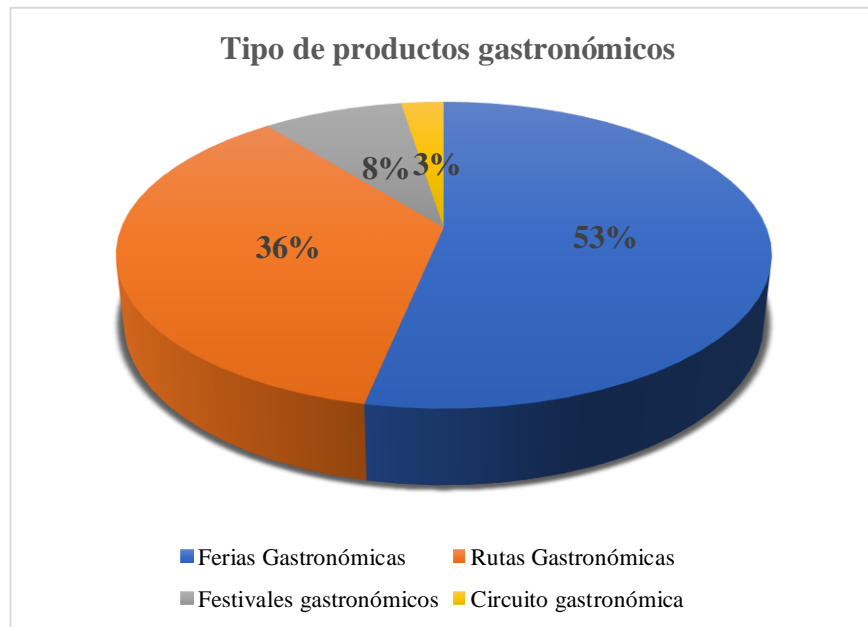


**Elaborado por:** Aguiar Gissela

El análisis muestra que la asistencia a eventos de gastronomía en el cantón es sumamente restringida, dado que el 96% de los entrevistados indicó que no ha estado involucrado en

ninguna actividad de esta naturaleza. Este hecho destaca una significativa zona de oportunidad para crear e impulsar iniciativas que estimulen el interés y la implicación de la comunidad y los turistas en eventos vinculados con la gastronomía local. En cambio, únicamente un 4% declaró haber estado involucrado en estas actividades, lo que indica que, pese a tener un potencial interés, los eventos de gastronomía podrían no ser lo suficientemente divulgados, accesibles o atractivos para la mayoría.

**Figura 18** *¿De los siguientes productos gastronómicos cuál le gustaría que se implementé en el cantón?*



**Elaborado por:** Aguiar Gissela

Los resultados de la muestra muestran un evidente interés de la comunidad por mejorar la propuesta culinaria del cantón La Maná. Un 53% de los participantes en la encuesta resaltó las ferias de gastronomía como la propuesta más atractiva, lo que indica un enorme potencial para impulsar la economía local y fomentar la cultura gastronómica del área. Asimismo, un 36% se inclinó por las rutas gastronómicas, evidenciando una demanda por experiencias turísticas que combinen la exploración de atractivos locales con la degustación de productos típicos. Las rutas y festivales gastronómicos, aunque con menor preferencia, también representan oportunidades para diversificar la oferta y atraer a distintos segmentos de público.

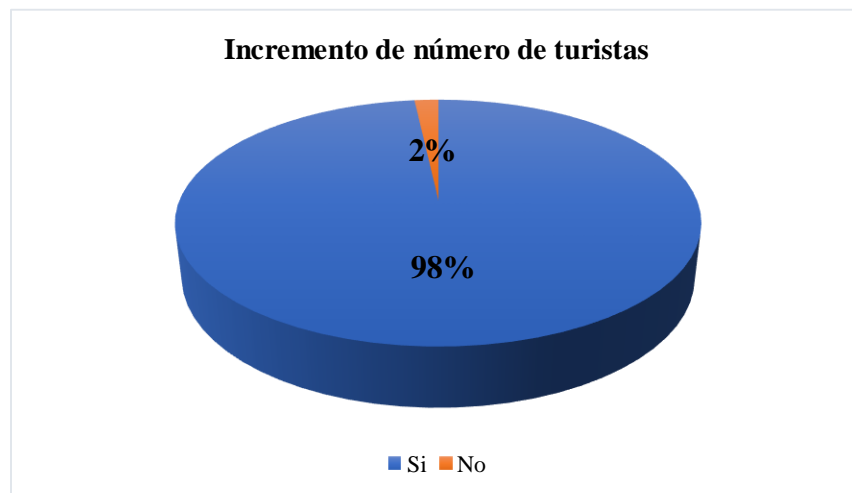
**Figura 19** *¿Considera que la creación de un nuevo producto turístico contribuirá a incrementar la dinamización de la economía del cantón La Maná?*



**Elaborado por:** Aguiar Gissela

Los resultados indican que el 98% de los entrevistados piensa que la elaboración de un producto culinario aportará de manera significativa a potenciar y estimular la economía del cantón. Este dato pone en evidencia el amplio reconocimiento del potencial que tiene la gastronomía como motor de desarrollo económico, al combinar tradición, cultura y atracción turística. Por otro lado, un reducido 2% opina que esta iniciativa no tendría un impacto positivo en la economía local. Aunque es una minoría, este grupo podría estar influenciado por percepciones como la falta de recursos, infraestructura adecuada o estrategias efectivas de promoción.

**Figura 20** *¿Considera que la creación de un nuevo producto turístico gastronómico ayudara a aumentar el número de turistas?*

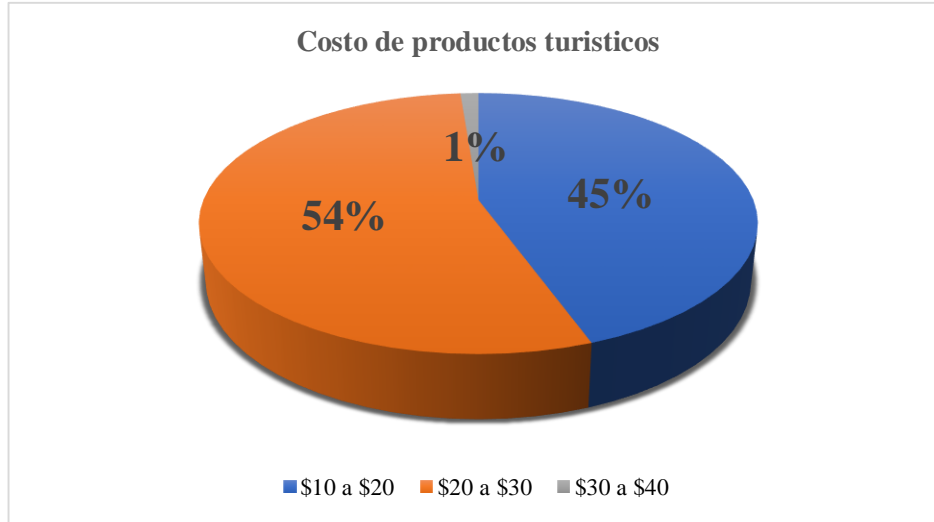


**Elaborado por:** Aguiar Gissela

El gráfico revela que una abrumadora mayoría, el 98% de los encuestados, considera que la creación de un nuevo producto turístico tendría un impacto positivo al incrementar el

flujo de turistas en la zona. La incorporación de un nuevo producto turístico puede actuar como un catalizador para revitalizar la actividad turística, fortalecer la identidad de la región y posicionarla como un destino atractivo tanto para turistas locales como internacionales. Por el contrario, un pequeño 2% cree que esta iniciativa no contribuiría al incremento del turismo.

**Figura 21** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto turístico gastronómico?



El gráfico refleja las percepciones de los encuestados sobre el costo que estarían dispuestos a pagar por un producto gastronómico en el cantón, proporcionando información valiosa para el diseño de estrategias de precio. El 54%, indicó que el rango de pago aceptable se sitúa entre \$20 y \$30, lo que sugiere que este precio es percibido como accesible y adecuado para los consumidores. Por otro lado, un 45% expresó que estaría dispuesto a pagar entre \$10 y \$20, mientras que un 1% señaló un rango aún más alto, entre \$30 y \$40. Aunque estas cifras representan minorías, indican que existe un segmento dispuesto a invertir más en productos gastronómicos.

### Perfil del visitante

**Tabla 16** Características de la demanda

Variable	Indicador	Característica
Demográfica	Género	Masculinos y femenino
	Edad	18 a 30 años

	Estado civil	Solteros
	Situación laboral	Empleados
Socioeconómico	¿Con quién viaja usualmente?	Familia
	Valor a pagar por un producto turístico gastronómico.	\$20 a \$30
Preferencial	Época del año que viaja por turismo	Vacaciones
	Tipo de turismo que le gusta	Turismo de naturaleza
	Productos gastronómicos que se implemente	Feria gastronómica Ruta gastronómica

**Elaborado por:** Gissela Aguiar

Con la interpretación de datos recopilados a través de la encuesta realizada se caracterizó la demanda del turismo gastronómico.

### 10.2.3. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA

#### Instrumento para la recopilación de datos

Para describir la propuesta culinaria del cantón La Maná, se fundamentó en el catastro de establecimientos de alimentos y bebidas del 2024, que registró 11 establecimientos. Sin embargo, de las entrevistas realizadas, se seleccionaron 9 que se centran en la propuesta de gastronomía tradicional. Esta opción permitió obtener una visión más precisa y representativa de la propuesta culinaria.

La Maná es una tierra gustosa en lo que a gastronomía respecta, no existe un método más adecuado para descubrir y disfrutar de nuestra comida que visitando los mercados, puestos y locales de comida que te brindan desde el primer momento en que llegas a la ciudad. En la siguiente tabla, basándose en las entrevistas efectuadas a los restaurantes que ofrecen la gastronomía tradicional, se especificará el menú de cada local, el plato más comido o representativo.

**Tabla 17 Gastronomía del Cantón La Maná**

<b>NOMBRE</b>	<b>MENÚ</b>	<b>PLATO MÁS VENDIDO</b>	<b>PRECIOS</b>	<b>CAPACIDAD DE PERSONAS</b>
---------------	-------------	--------------------------	----------------	------------------------------

	<input type="checkbox"/> Guatita			
	<input type="checkbox"/> Albacora			
	<input type="checkbox"/> Seco de pollo			
	<input type="checkbox"/> Biste de carne			
	<input type="checkbox"/> Bolòn			
	<input type="checkbox"/> Caldo de bolas	Caldo de bolas		
	<input type="checkbox"/> Caldo de gallina criolla	Guatita		
	<input type="checkbox"/> Carne asada			
Comedor el Gato	<input type="checkbox"/> Pollo asado		\$4	36 personas
	<input type="checkbox"/> Chuleta asada			
	<input type="checkbox"/> Pollo al jugo			
	<input type="checkbox"/> Carne asada	Chuleta asada		
	<input type="checkbox"/> Pollo asado			
Comedor Doña Mari	<input type="checkbox"/> Chuleta asada		\$3	20 personas
	<input type="checkbox"/> Caldo de gallina			
	<input type="checkbox"/> Seco de gallina	Caldo de gallina		
	<input type="checkbox"/> Caldo de hueso blanco	Chuleta asada		
	<input type="checkbox"/> Bistec de hígado			
Comedor el Manaba	<input type="checkbox"/> Camarones al ajillo		\$3,50	42 personas
	<input type="checkbox"/> Tilapia frita			
	<input type="checkbox"/> Seco de carne			
	<input type="checkbox"/> Seco de gallina criolla			
	<input type="checkbox"/> Bolones	Tilapia Fritada Bolones		
	<input type="checkbox"/> Sopa de pata	Caldo de pata		
	<input type="checkbox"/> Caldo de gallina			
La Sazón Lamanence	<input type="checkbox"/> Bolones		\$3,50	16 personas
	<input type="checkbox"/> Bistec de hígado y carne			
	<input type="checkbox"/>	Bolones		
	<input type="checkbox"/>	Tortillas de verde		
	<input type="checkbox"/>			
Comedor Dairita	<input type="checkbox"/>		\$3	24 personas

Delicias de Mami Luz	<input type="checkbox"/> Seco de chanco, pollo y pescado.			
	<input type="checkbox"/> Tortillas de verde			
	<input type="checkbox"/> Empanadas de verde			
	<input type="checkbox"/> Seco de gallina criolla			
	<input type="checkbox"/> Caldo de gallina criolla			
	<input type="checkbox"/> Guatita			
	<input type="checkbox"/> Estofado de bocachico			
	<input type="checkbox"/> Estofado de Campeche	Estofado de Campeche		
	<input type="checkbox"/> Seco de pato	Caldo de bolas	\$5	28 personas
	<input type="checkbox"/> Tilapia frita			
Asadero Divino Sabor	<input type="checkbox"/> Caldo de bolas			
	<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/> Tortillas de verde y yuca			
	<input type="checkbox"/> Pollo asado	Tortillas de verde y yuca	\$2,50	16 personas
Comedor Marlene	<input type="checkbox"/> Seco de pollo			
	<input type="checkbox"/> Fritada			
	<input type="checkbox"/> Pescado frito	Fritada		
	<input type="checkbox"/> Estofado de pollo	Estofado de Pollo	\$2,50	16 personas
	<input type="checkbox"/> Estofado de Carne			

La Hueca Manaba

- Pescado frito
- Caldo de gallina
- Caldo de pata
- Sopa de queso
- Carne asada
- Seco de gallina
- Patitas de chancho
- 

Patitas de chancho

\$3

30 personas

---

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

### **10.3. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS PARA EL CANTÓN LA MANÁ**

Para el diseño de los productos turísticos gastronómicos, se consideró la encuesta efectuada, que señaló que una feria de gastronomía y una ruta gastronómica tendrían un gran interés. Estos podrían funcionar durante todo el año, aportando de esta manera al crecimiento local. Además, permitirían diversificar y promover el turismo, generar ingresos y apoyar a productores locales, emprendedores y propietarios de establecimientos mediante la promoción de su oferta. Asimismo, impulsarían el desarrollo de infraestructura con inversiones en espacios públicos, como mercados, vías de acceso y áreas recreativas del cantón, asegurando que la creación de estos productos tenga un impacto positivo en la comunidad.

Para poder elaborar el diseño de productos gastronómicos se lo realizó en base a los resultados del objetivo uno y dos, para el cual se aplicó el manual para la planificación de productos turísticos, como también el para organizaciones de ferias del PROMOCAP.

#### **10.3.1. DISEÑO DE LA FERIA TURÍSTICA GASTRONÓMICA “PLATOS DE MI TIERRA”**

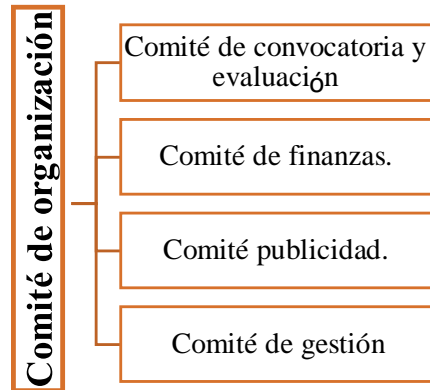
##### **Etapa 1: Organización y planificación (Pre- Feria)**

Esta etapa previa a la feria gastronómica se centrará en la asignación de tareas específicas a cada comité organizador, propietarios de establecimientos y comerciantes participantes. Se establecerán las responsabilidades de cada grupo para garantizar una coordinación efectiva y el éxito del evento.

##### **Grupo organizador**

Para garantizar el éxito de la Feria Gastronómica "Platos de mi Tierra La Manense", se ha conformado un equipo organizador estructurado en comisiones especializadas. La siguiente tabla detalla las responsabilidades de cada comisión y las actividades asignadas a cada una, con el objetivo de asegurar una coordinación efectiva y una experiencia inolvidable para todos los asistentes.

**Figura 22** *Comité de trabajo para la organización de la feria.*



*Nota:* Recuperado del Manual para organizadores de ferias.

### **Comité de trabajo para la organización de la feria**

Aquí estarán por representantes del departamento de turismo, quienes organizarán las actividades antes y después de la feria. Las obligaciones que cada individuo asumirá serán las siguientes:

**Organizador:** Lidera el comité y supervisa las actividades

- Revisar el desarrollo general del evento.
- Desarrollar todas las actividades necesarias dentro de la feria.
- Liderar todos los comités de trabajo en la pre y post feria.
- Apertura y clausura del evento.

### **Comité de convocatoria y evaluación**

Un delegado estará a cargo de trabajar en dos fases:

#### **1era: Convocatoria pre- evento**

El comité organizador tiene la tarea de difundir la convocatoria para la feria gastronómica, invitando a todos los dueños de negocios y comerciantes de las plazas del cantón La Maná a asistir. Además, coordinará reuniones informativas para brindar detalles del evento y recibirá las fichas de inscripción de los interesados.

**Tabla 18 Ficha para participantes de la feria**

<b>FICHA PARA PARTICIPANTES EN LA FERIA GASTRONÓMICA</b>	
Nombre del participante:	
Dirección:	
Teléfono:	Nombre del stand:
Descripción del producto a ofrecer:	

*Nota.* Elaboración propia **Evaluación**

### **y selección**

Una vez recibidas las fichas de inscripción, el comité se encargará de verificar la información proporcionada por los restaurantes de alimentos y bebidas y plazas de vendedoras. Además, coordinarán con cada participante para establecer los detalles de su participación, como la ubicación de su stand, la presentación de sus productos y los requisitos sanitarios a cumplir. Asimismo, el comité brindará el apoyo necesario preparar a los establecimientos, que se encuentren listos para su participación en la feria.

El proceso para la selección de los establecimientos que participarán deberá registrarse bajo los siguientes criterios:

- ✓ Buenas habilidades en la preparación bajo el manual ARCSA y la Organización Mundial de la Salud.
- ✓ Degustación, presentación, texturas de los platos
- ✓ Evaluación de la calidad del modelo SERVQUAL

**Tabla 19 Criterios Servqual**

Elementos tangibles	Hace relación a las condiciones de las instalaciones de los locales como son su equipo, personal y materiales.
Fiabilidad	Se fundamenta en cada una de las habilidades que desarrollan en el momento de brindar el servicio.
Capacidad de respuesta	Es la atención que brinda el personal en el momento de brindar su servicio.
Capacidad de respuesta	Hace referencia a los conocimientos que posee el personal al momento de generar confianza y veracidad.
Empatía	Se fundamenta en la atención que brinda el personal al cliente.

*Nota.* Recuperado del diseño de plan logístico aplicado a la feria.

### Comité de finanzas

Es el encargado de poder generar un presupuesto inicial del evento en colaboración con el coordinador y los miembros de cada comité, esto se fundamenta en las necesidades de cada comisión, llevando el control financiero de cada área de trabajo (Sagastume, 2011).

Dentro de las funciones que ellos tienen son:

- ✓ Solicitar información financiera de cada comité y actualización de todos los rubros a inicios de mes.
- ✓ Organizar los gastos y pagos de los comités.
- ✓ Establecer estrategias de inversión
- ✓ Elaborar balances detallando cada gasto del evento

### Comité de publicidad

El comité de publicidad es el encargado de la promoción y publicidad de la oferta y demanda, para el cual emplearán medios de difusión que les permitan lograr las metas establecidas.

#### 1. Diseño del logo o marca representativa para el evento.

Figura 23 Logotipo de la feria



- **Color:** Su base de color verde representa la gran biodiversidad y fertilidad de sus tierras para la agricultura en el cantón La Maná, además lleva utensilios lo cual representa a la rica gastronómica de la localidad.
- **Nombre del producto:** Este surgió al reconocer al cantón La Maná como una fuente de desarrollo local debido a su gran variedad de productos agrícolas.
- **Nombre de la feria gastronómica:** Platos de mi tierra La Manense
- **Colores:** Se utilizó colores representativos a la gran producción de su tierra.
  - Organización de la información para su difusión en diferentes plataformas.
  - Afiches que promocionen la feria gastronómica.
  - Medios de publicidad con mayor impacto como: afiches, páginas web y redes sociales.

**Figura 24** *Afiche para la feria*



**Nota.** Elaboración propia

### Comité de gestión

Responsables de delegar la gestión representativa para las actividades desarrolladas dentro del evento como:

**Tabla 20 Aspectos del comité de gestión**

UBICACIÓN	LUGAR ESTRATÉGICO
Protocolo	Inauguración y clausura del evento
Instalaciones	Áreas que presenten fuentes de agua y luz necesarios
Equipamiento, montaje y desmontaje del evento	Contratación de mobiliario (carpas, mesas, sillas, tarimas).
Ambiente y diseño	Espacio necesario para el número de stand y sus distribuciones
Actividades de recreación	Desarrollo de diferentes actividades que este relacionadas con la gastronomía.
Soporte técnico: iluminación y sonido	Servicio de audio, consolas, micrófonos e iluminación.
Staff	Personal responsable de supervisar y regular el buen uso del stand
Personal de limpieza	Encargados de la limpieza antes, durante y después del evento
Personal de seguridad	Cuerpo de policía responsable de la protección de los ciudadanos y de preservar el orden público.
Servicio de emergencia	Personal del Cuerpo de Bomberos y Cruz Roja responsable de atender situaciones de primeros auxilios y emergencias.
Permisos correspondientes	Contar con los requisitos y autorizaciones para la realización de un evento o actividad conforme a las demandas de cada municipio municipal.
Monitoreo Post- Feria	Es responsable de evaluar los resultados alcanzados, calcular el efecto y la participación de la feria de gastronomía.
Auspiciantes	Buscar socios, marcas, auspiciantes de diferentes instituciones.
Marcas invitadas	Se invitará a marcas para que el evento genere más impacto

**Nota.** Elaboración propia

### Planificación de la Pre- Feria

En la planificación de la pre-feria determinan los objetivos a lograr durante el evento, siendo crucial que el comité organizador disponga de los estándares para la etapa de planificación de la feria.

### Desarrollo de la propuesta

Logo y marca



### Fecha de convocatoria y realización de la feria

Previo a la feria, es imprescindible considerar diversos aspectos para una adecuada organización en la que se establecerá la línea gráfica, el presupuesto y las fechas de la feria.

### Tabla 21 Descripción del producto.

<b>Descripción</b>	
Nombre del producto	“Platos de mi tierra La Manense”
La feria se la realizará cada año el 19 de mayo durante las celebraciones de cantonización, donde se presentará un calendario de actividades y se requiere realizar la formación durante los 4 meses previos al evento.	
<b>Público objetivo</b>	
La Feria Turística Gastronómica "Platos de mi Tierra La Manense" se destacará por una oferta rica y variada liderada por los principales restaurantes y especialistas en gastronomía tradicional de La Maná. En el evento, se presentarán platos tradicionales que reflejan la identidad cultural y culinaria de la región. Además, se contará con la participación de vendedoras provenientes de ferias aledañas, enriqueciendo aún más la diversidad de opciones gastronómicas disponibles.	
<b>Ubicación</b>	
La feria se llevará a cabo en el parque central del cantón La Maná, que dispone de entradas para el público, se encuentra en óptimas condiciones de infraestructura, posee un extenso espacio para el emplazamiento de los puestos, si se requiere, y dispone de una zona de parqueo.	

## **Stand**

Estos serán proporcionados por la organización del evento el día de la feria, además se les facilitará durante la misma el suministro de agua y luz.

**Nota.** Elaboración propia

### **Reglamentos**

Los propietarios de los establecimientos y vendedoras deberán presentarse en el lugar y fecha establecidos por el comité organizador, cumpliendo puntualmente con el horario asignado. El comité organizador será el encargado de definir la ubicación exacta de la feria. Para participar en el evento, es indispensable contar con lo siguiente.

- Completar y enviar la solicitud de la preinscripción adjunto con el certificado de la capacitación.
- Poseer habilidades en atención al cliente.
- Contar con una experiencia mínima de 1 año.
- Al ser entregado el stand, la persona a participar es responsable de su stand para el cual firmaran un documento de compromiso.
- Exponer al menos 1 plato.
- El lugar debe presentar una buena higiene en todo el tiempo.
- Mantener la alimentación en buenas condiciones.
- El ingreso al stand será a partir de las 9:30 am para organizar sus espacios.
- La hora de salida de los participantes será a las 15:00 pm momento en el que se concluirá el evento, dejando libre cada lugar ocupado.
- Es obligatorio asistir después de la feria a una reunión para conocer los resultados  obtenidos.

### **Uniforme**

- Camisetas con el logo del restaurante.
- Malla y gorro de cocina.
- Delantal negro.
- Toalla blanca de mano.
- Guantes de mano.
- Zapatos cerrados

### **Equipos**

El comité organizador de la feria suministrará a todos los participantes de la feria lo siguiente:

- Carpas de 6x6 (dos establecimientos por carpa).
- Tomas de energía eléctrica.
- Agua potable.
- Diseño y ambientación.
- Sillas y mesas para los comensales o visitantes.
- Tachos de basura dentro de la feria.
- Mesas largas para cada uno de los establecimientos.
- Materia blanca para cada stand.

### **Seguridad e higiene**

Los productos comestibles para llevar a la feria gastronómica deben ser de una excelente calidad.

### **Etapa 2: Desarrollo de la feria**

**Lanzamiento de la feria:** La publicidad se llevará a cabo mostrando los productos y platillos que estarán disponibles para el público en general. Este evento se realizará el 19 de mayo desde las 10:00 hasta las 15:00 pm. Entre las actividades que se llevarán a cabo se encontrará la presentación del mejor plato tradicional, degustaciones y la actuación de la banda municipal.

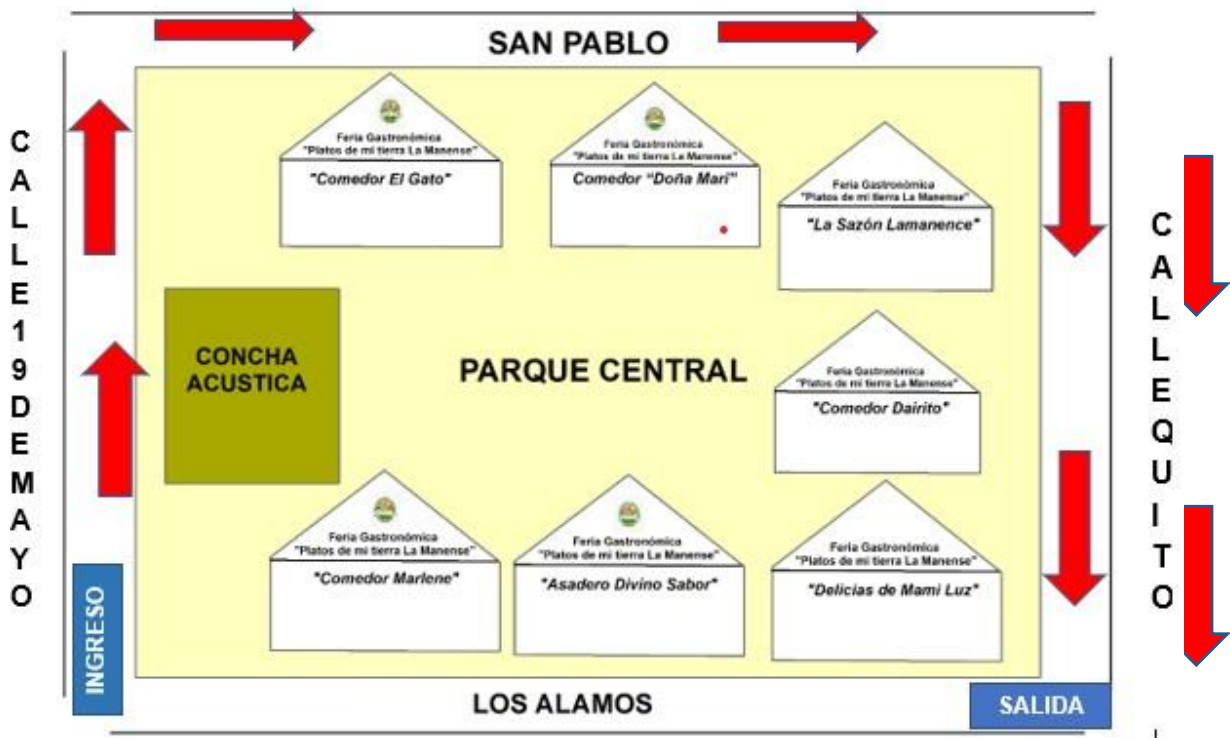
En la inauguración se expondrá a las autoridades, propietarios de establecimientos y turistas, el objetivo, la causa y resultados que se esperan de la feria.

El comité designado para supervisar las actividades programadas en los stands, tiene la obligación de efectuar visitas regulares con el objetivo de asegurar que los alimentos se están utilizando correctamente en términos de higiene y costos.

Cumplir con todas las actividades programadas durante el evento a las horas indicadas por el comité de gestión.

Llevar a cabo encuestas entre los visitantes que asisten a la feria es una estrategia clave para comprender mejor el perfil del público, sus percepciones y expectativas en relación con el evento. Estas encuestas permiten obtener una visión más completa sobre aspectos como la satisfacción general, la calidad de los productos gastronómicos, la organización y los servicios ofrecidos.

**Figura 25 Croquis de la feria**



**Elaborado por:** Gissela Aguiar

Las dimensiones de los stands, dependerá del tipo de comida que se va a servir, el espacio disponible, entre otros factores, pero tendrán las siguientes características:

**Longitud y anchura:** Dimensiones de 2 metros por 2 metros pueden tener de 4 metros por 4 metros de ser necesario.

**Altura:** En caso de no tener cubierta, el stand tiene una altura aproximada de 2.5 metros o menos, ofreciendo suficiente espacio para que el personal pueda trabajar con comodidad y los clientes puedan disfrutar de su presencia.

**Espacio de almacenamiento:** El stand debe tener el espacio suficiente para almacenar recursos, utensilios, ingredientes no indispensables y otros equipos necesarios para su correcto funcionamiento.

### **Etapa 3. Monitoreo Post – Feria**

Al finalizar la feria, realizaremos una evaluación exhaustiva a través de cuestionarios dirigidos tanto a participantes como a expositores. Estos cuestionarios permitirán medir el nivel de satisfacción con respecto a la organización del evento, los beneficios obtenidos (incluyendo los económicos), la eficacia de las estrategias de publicidad y promoción, y la calidad de los servicios ofrecidos. La información recopilada será fundamental para identificar áreas de

mejora, ajustar las estrategias para futuras ediciones y garantizar la satisfacción de todos los involucrados.

**Tabla 22 Cuadro de actividades**

Resultados	Actividades	Mes 1			Mes 2		
		1	3	4	1	3	4
Etapa 1: Organización y planificación (Pre Feria)	Designar un responsable para cada comisión	X					
	Desarrollar un inventario de los asistentes y participantes.	X					
	Designar al coordinador en base a un perfil adecuado		X				
	Realizar las invitaciones a las empresas a través de las comisiones.			X			
	Organizar cada uno de los aspectos que se tendrá en la feria				X		
	Ejecución de la feria	X					
	Nombre de feria			X			
Etapa 2: Desarrollo de la feria	Disenar del logotipo				X		
	Publicación de la fecha de realización y el objetivo que tendrá.						X
	Inauguración y lanzamiento de la feria						X
	Encuesta de control a los visitantes						X
Etapa 3: Monitoreo Post-Feria	Cuestionario de participantes						X
	Informe general						X

**Nota.** Actividades realizadas antes, durante, y después de la feria

### **Determinación del presupuesto general**

Para la elaboración del presupuesto, se consideró el perfil del público objetivo, compuesto principalmente por personas de entre 18 y 30 años, quienes suelen informarse a través de redes sociales. Por ello, se destinará una parte significativa de los recursos a estrategias de marketing digital. No obstante, para garantizar una mayor cobertura y accesibilidad, en caso

de que el público varíe o no tenga acceso a estos medios, se complementará la promoción con material didáctico.

El protocolo del evento estará conformado por un equipo de siete personas, cada una asignada a áreas específicas para garantizar una gestión eficiente. Asimismo, el montaje de la feria dependerá del número de participantes y de los requisitos logísticos necesarios para su desarrollo.

Con el objetivo de hacer la feria más dinámica y atractiva, se contratarán diversos grupos de danza y música en vivo, los cuales enriquecerán la experiencia de los asistentes, fomentarán la interacción cultural y contribuirán a la ambientación del evento, generando un mayor impacto en la Audiencia.

**Tabla 23 Gastos de la feria**

<b>Detalle</b>	<b>Gastos</b>	<b>Egreso Monto estimado</b>	<b>Ingreso</b>
7 Stands x 10usd			\$70
500 Entradas público general x 5usd			\$2500
Promoción	Afiches Redes sociales	\$250	
Protocolo	Señalización de fuera y dentro de la feria	\$150	
Montaje stand	Inauguración y clausura Elaboración de stand, escenario y servicios Mano de obra Estructura e instalaciones eléctricas Desmontaje	\$450	
Eventos culinarios	Presentaciones culturales Promoción y difusión de la feria Sistema de audio Ornamento	\$450	
<b>COSTO TOTAL ESTIMADO (Egresos)</b>		\$1300	\$2570
<b>TOTAL: Ingresos – Egreso</b>			\$1270

**Nota:** Estimado de costos de la feria

**Elaborado por:** Gissela Aguiar

### **10.3.2. DISEÑO DE LA RUTA GASTRONÓMICA**

Para el diseño de la ruta se utilizó la metodología del SENA, que incluye cuatro etapas, que se llevaron a cabo en el segundo y tercer objetivo.

Para entender de manera más profunda el contexto del área de estudio, es crucial investigar su contexto histórico. A continuación, un resumen histórico breve del cantón.

#### **Definición de Aspectos generales de la ruta**

Para diseñar a ruta culinaria de La Maná, realizamos un exhaustivo estudio de campo, recorriendo todas las plazas y locales. Basándonos en este estudio y considerando los gustos de nuestros visitantes, elegimos los sitios que brindan la mejor mezcla de sabor, tradición y autenticidad.

#### **Objetivos de la ruta gastronómica**

- ✓ Posicionar al cantón La Maná como un destino turístico y gastronómico de alto potencial, impulsando su reconocimiento y fortaleciendo su identidad cultural y económica.
- ✓ Promover una cultura gastronómica basada en la valoración de los productos locales.
- ✓ Fomentar el turismo gastronómico como motor de desarrollo económico local.

#### **Propuesta: La Maná turismo y gastronomía**

Para desarrollar una ruta gastronómica innovador y próspero en La Maná, fue esencial identificar y escoger meticulosamente locales que no solo brinden una cocina tradicional genuina, sino que también se encuentren estratégicamente próximos a atracciones naturales y culturales significativas en la región. Este enfoque holístico aspira a potenciar la experiencia turística, facilitando a los turistas sumergirse en la cultura local y apreciar la hermosura natural del cantón mientras disfrutan de sus únicos sabores.

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

- Parque Central La Maná
- Comedor Dairita
- Ruinas de Malqui - Machay
- Delicias de Mami Luz
- 7 Cascadas del Zapanal

La gastronomía de La Maná es un reflejo de su diversidad cultural y de la riqueza de sus productos locales. Los visitantes pueden deleitarse con una gran variedad de platos tradicionales, preparados con ingredientes frescos y técnicas de cocción ancestrales.

Al estructurar la ruta bajo esta perspectiva estratégica, se garantiza que los cinco lugares elegidos, cada uno con su identidad, historia y encanto único, se incorporen de forma equilibrada en el recorrido. Esta organización posibilita brindar a los visitantes una experiencia integral, absorbente y enriquecedora, fusionando la comida tradicional con la exploración del ambiente natural y cultural del cantón.

### Mapa y afiche

**Figura 26 Ruta Gastronómico “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía”**



**Nota:** Realizado en Google Earth (2025)

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

Figura 27 Afiche

**Full Day**

**Incluye**  
 Transporte  
 Caminata por los atractivos naturales.  
 Experiencias Gastronómica  
 Degustación de platos tradicionales  
 Actividades Recreativas  
 Fotografías.

**La Maná Turismo y Gastronomía**

**\$31,32** Por persona

@turismolamana

Elaborado por: Aguiar Gissela

### Descripción de la ruta turística

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



**Tabla 24** *Tiempo y duración del recorrido*

<b>N°</b>	<b>Punto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Atractivo</b>	<b>Distancia</b>
0	Punto de Encuentro Parque Central La Maná	Es una ubicación del cantón enmarcada por áreas verdes. En su centro se ubica un memorial a Carlos Lozada Quintana, quien era propietario de la Hacienda La Merced (actual casco central del cantón)	Punto de Encuentro	-
1	Comedor Dairita	Se encuentra ubicado en el recinto Guayacán y es donde prepararán los platos tradicionales del cantón La Maná. Aquí pueden desayunar uno de los platos a de gustar puede ser las tortillas de verde y bolón.	Gastronomía	45 minutos
2	Ruinas de Malqui - Machay	El nombre que ahora se utiliza para referirse a este lugar, Malqui Machay, está estrechamente vinculado tanto con la historia del descubrimiento del sitio como con su posible significado como el lugar de sepultura del último Inca, Atahualpa.	Cultural	60min
3	Delicias de Mami Luz	Ubicado en La Maná, este emblemático lugar se ha consolidado como un referente de la gastronomía tradicional del cantón La Maná. Aquí, los visitantes tienen la oportunidad de degustar una amplia variedad de platillos tradicionales, elaborados con recetas transmitidas de generación en generación y con ingredientes autóctonos de la región.	Estofado de Campeche Sopa de Pollo Criollo Asados (chuleta)	45min

4	7 Cascadas del Zapanal	Las 7 Cascadas del Zapanal son un conjunto de siete impresionantes caídas de agua. Un paraíso, una vista impresionante o un lugar encantador como estas bellas cascadas pueden ser consideradas debido a la asombrosa caída de sus aguas cristalinas y frías, en un entorno completamente incomparable; un santuario de reposo donde experimentará la naturaleza y tomará aire limpio; un santuario de reposo donde experimentará la naturaleza y tomará aire puro.	Natural	60 min
---	------------------------	---	---------	--------

---

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

### **Paquete turístico**

El paquete turístico especifica los días en los que se realizará el recorrido en el cantón La Maná, posibilitando que los turistas descubran su exquisita gastronomía, cultura y encantos naturales.

### **Paquete “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía”**

La ruta gastronómica se extiende a lo largo de diversos puntos estratégicos del cantón La Maná, conectando a los visitantes con los establecimientos y mercados donde se preserva y ofrece la gastronomía patrimonial asignando así con el nombre “La Maná Turismo y Gastronomía”.

Uno de los platos más representativos de esta ruta es el estofado de Campeche, además, esta iniciativa fomenta el desarrollo económico de los pequeños productores y emprendedores del sector, promoviendo un turismo sostenible y fortaleciendo la identidad.

**Tabla 25 Paradas de “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía”**

<b>“Full Day La Maná Turismo y Gastronomía” N° de Paradas</b>	<b>Atractivos turísticos</b>
1	Parque Central La Maná
2	Comedor Dairita
3	Ruinas de Malqui - Machay
4	Delicias de Mami Luz
5	7 Cascadas del Zapanal

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

### **El tour incluye**

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

### **No incluye**

- Comida o bebidas extras
- Propinas
- Gastos adicionales

### **Recomendaciones**

- Llevar documentos
- Ropa ligera y calzado cómodo
- Terno de baño
- Dinero para gastos extras

- Protector solar
- Gorra
- Ropa de Cambio
- Toalla

### Itinerario de un “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía”

**Tabla 26 Itinerario**

Día	Hora	Actividades
	7:00 am	Recibimiento de los turistas en el parque central
	7:05 am	Recorrido por el parque central
	7:30 am	Desayuno en el comedor Darita (Bolòn, tortillas de verde)
	8:30 am	Salida hacia Ruinas de Malqui - Machay
	9:30 am	Llegada a las Ruinas de Malqui - Machay
	9:30 am	Recorrido por todo el atractivo
	11:30 am	Salida a Delicias de Mami Luz
1	12:30 pm	Almuerzo en el Delicias de Mami Luz degustar los platos tradicionales (Estofado de campeche, con arroz, bolón o yuca)
	14:00 pm	Salida a las 7 Cascadas del Zapanal
	14:45 pm	Llegada a las 7 Cascadas del Zapanal
	14:45 pm	Recorrido 7 Cascadas del Zapanal
	16: 30 pm	Regreso al punto de salida
	17:30 pm	Llega al Parque central La Maná
	17:30 pm	Coctel “Manense” tradicional del cantón, fin de la ruta

Elaborado por: Aguiar Gissela

### Guion un “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía” Saludos y presentación del guía

Saludos a todos, deseo brindarles una cálida bienvenida en representación de la ruta. "La Maná Turismo y Gastronomía". Nos complace tener su presencia y esperamos que puedan aprovechar al máximo esta experiencia en el ámbito culinario.

Nos encontramos en el cantón La Maná, que proporciona una mezcla exclusiva de cocina tradicional, belleza natural y riqueza cultural, en este instante nos dirigiremos al comedor Dairita, donde podremos degustar una amplia gama de platos tradicionales como bolones, tortillas verdes y café.

Estos platos y bebidas no solo representan la cocina del cantón La Maná, sino que también representan la identidad cultural y la historia de la región, vinculando a las comunidades con sus orígenes y costumbres. Cualquier pregunta o preocupación que tengan pueden consultarme durante el recorrido.

**Que no hacer:**

- ✓ Evitar botar basura
- ✓ Evitar alejarse del grupo
- ✓ No maltratar ni arrancar las plantas

**Actividades a realizar durante toda la ruta**

- ✓ Caminata o senderismo
- ✓ Fotografía
- ✓ Degustación de platos tradicionales
- ✓ Natación
- ✓ Participación en talleres

**Recorrido de la ruta “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía”**

**Parada 1: Parque Central La Maná**

La Maná, un cantón en la provincia ecuatoriana de Cotopaxi, se construye como un enorme puente multifacético entre la sierra y la costa, vinculando las provincias de Cotopaxi y Los Ríos. Su territorio, repleto de una naturaleza frondosa, acoge una amplia diversidad de ecosistemas y especies, transformándolo en un refugio para los entusiastas de la biodiversidad. La historia y la leyenda se entrelazan en La Maná, donde el pasado se respira en cada rincón. Se dice que fue la última morada de los incas-quiteños y de su monarca Atahualpa, lo que le otorga un valor arqueológico incalculable.

La historia de La Maná es tan rica y variada como las teorías que intentan explicar el origen de su nombre. De acuerdo con la investigadora Beatriz Mora, es probable que el término "La Maná" sea derivado del quechua "MANA", que se traduce como "NO" en forma de negación. Se supone que los indígenas tenían miedo de venir a estas tierras en los primeros tiempos de la ocupación debido al clima insalubre.

Existen varias teorías sobre el origen de la palabra. Según una versión, proviene de “LANG MANA ATTI”, que significa “Mina del Gran Rey”, lo que se asocia con la presencia de extensas minas de oro en la región. Sin embargo, otra interpretación sugiere que "MANA" en lengua Tsáchila significa "HERMOSO, GRANDE, HERMOSO", en referencia al paisaje de

suelo fértil y exuberante adecuado para el cultivo de una variedad de productos. (PDOT,2019) La Maná estuvo habitada por los Tsáchilas, como lo demuestran hallazgos arqueológicos con piezas de barro, figurillas zoomorfas y crisoles supuestamente utilizados para fundir metales como el oro.

La mega diversidad de La Maná no solo se manifiesta en su naturaleza, sino también en su cultura y tradiciones. Sus habitantes, herederos de antiguas civilizaciones, conservan costumbres y expresiones artísticas que enriquecen su identidad.

La Maná es un destino único que lo tiene todo: naturaleza exuberante, historia milenaria, cultura viva y gente acogedora. Un lugar donde la aventura, el conocimiento y la conexión con la naturaleza se funden en una experiencia inolvidable.

La población de La Maná se dedica principalmente a actividades agrícolas y ganaderas. La región es conocida por su producción de banano, cacao, café y otros productos agrícolas. La ganadería también es una actividad importante en la zona, con la producción de leche y carne. Además de la agricultura y la ganadería, algunas personas en La Maná se dedican a la minería artesanal, especialmente de oro. Sin embargo, esta actividad ha disminuido en comparación con épocas anteriores.

Este viaje inolvidable inicia en el Parque Central, el epicentro de la vida local, donde el tiempo se detiene y la comunidad se reúne.

Es un lugar del cantón que se encuentra rodeado de espacios verdes En el centro hay un monumento a Carlos Lozada Quintana quien fue dueño de la Hacienda La Merced (Actual casco central del cantón)

Iglesia del Cantón La Maná: Imponente y serena, se alza como un símbolo de fe y tradición. Su arquitectura, que fusiona elementos coloniales y modernos, refleja la historia de la región y su devoción.

Este espacio público no solo es un punto de descanso y recreación, sino también un lugar donde convergen la historia, la cultura y la vida cotidiana del cantón, convirtiéndose en una parada esencial para quienes desean conocer y experimentar.

**Actividad a realizar:**

- Fotografía
- Recorrido

**Parada 2: Comedor Dairita**

Este comedor es un referente gastronómico de la comida tradicional donde se puede degustar una variedad de platillos es importante hacer mención que la preparación de cada plato

es realizada con ingredientes frescos y locales dentro de los platos más solicitados en los desayunos con son los: bolones, tortillas de verde con café.

Para preparar un bolón ecuatoriano, se cocinan plátanos verdes, ya sean hervidos o fritos, hasta que queden blandos. Luego, se machacan y se mezclan con mantequilla o aceite para obtener una masa suave. A esta mezcla se le añade queso rallado o chicharrón desmenuzado, formando bolas del tamaño de una naranja. Opcionalmente, los bolones pueden dorarse en una sartén con un poco de aceite para darles una textura más crujiente. Se sirven habitualmente con café, huevo frito o ají.

Además de ser un espacio para la gastronomía, este comedor fomenta la interacción con los cocineros locales. En este lugar también se puede observar la preparación de cada uno de los platos a degustar.

### **Actividades a realizar**

□ Desayuno

### **Parada 3: Ruinas de Malqui - Machay**

Malqui Machay, un sitio turístico de gran valor arqueológico, está ubicado en un lugar que se cree que fue el lugar de sepultura del último Inca, Atahualpa. El sitio está estrechamente vinculado tanto con la historia del descubrimiento del sitio como con su posible significado. Aquí puedes observar las ruinas de la que fue la morada del último emperador Inca, además de poder observar el camino del Inca por el cuál fue trasladado el cuerpo de Atahualpa.

En la primera expedición inicial, realizada el 16 de julio de 2004, se alcanzó Malqui1, ruinas situadas en la parte baja del valle del río Quindigua. El 26 de junio de 2010, se alcanzó Machay, una diminuta colina ubicada a escasos kilómetros de Malqui. En su cima se ubican los vestigios más majestuosos que se relacionan con la veneración que los incas profesaban a sus ancestros progenitores.

La noticia oficial del hallazgo de Malqui-Machay se difundió el 8 de abril de 2011, en el contexto del Octogésimo Aniversario del Instituto Geográfico Militar del Ecuador, y fue publicada por primera vez en el sitio web Latitude France y en la sección Sciences Décryptages del diario Le Monde, París.

La confirmación científica y social de Malqui-Machay se originó del interés que el monumento generó en relación con la suposición de que fue la última morada de Atahualpa, personaje emblemático en la conquista española de los Andes y en la actualidad de la región, y fundamentalmente de una intensa actividad de naturaleza multidisciplinaria e interinstitucional. Después del descubrimiento de las ruinas, se realizaron trece expediciones con arqueólogos,

antropólogos, historiadores, geógrafos, especialistas en el pasado inca y ecuatoriano, autoridades políticas, medios de comunicación a escala global e internacional y la comunidad. Estos pudieron confirmar de manera directa que Malqui-Machay no era un edificio aleatorio, ni un grupo de piedras apiladas.

Malqui-Machay también ha experimentado un proceso de fortalecimiento social impulsado por las fuerzas vivas de la provincia de Cotopaxi, especialmente por la comunidad quichua hablada de la Sierra ecuatoriana, que llevó a cabo una toma simbólica y la primera peregrinación al monumento con el objetivo de, a través de sus costumbres ancestrales, bendecir la Pachamama donde se encuentran las ruinas (Estupi, 2011).

Es un lugar repleto de paz y tranquilidad, donde parece que el tiempo se detiene para permitir la memoria y la introspección. Aquí, cada esquina murmura relatos de la historia, vinculándonos con nuestros antepasados y sus herencias. Los sonidos delicados del ambiente, la organización de los componentes y la energía que impregna el sitio nos incitan a recordar con respeto y agradecimiento a aquellos que nos precedieron. Es un santuario para el espíritu, un enlace entre generaciones que nos facilita entender nuestra procedencia y respetar las raíces que nos mantienen firmes.

#### **Parada 4: Delicias de Mami Luz**

Este restaurante, ubicado en La Maná, será el escenario de una experiencia gastronómica, donde nos sumergiremos en los sabores más auténticos de la provincia de Cotopaxi. En esta ocasión, exploraremos uno de los platos más tradicionales del Cantón La Maná:

En sus inicios, el estofado de campeche se preparaba principalmente con ingredientes abundantes de las costas ecuatorianas. Con el tiempo, se incorporan vegetales como papa, zanahoria y cebolla, además de especias como el ajo, comino y cilantro, que le otorgan su sabor característico. La influencia africana es evidente en el uso de ingredientes como el plátano verde y la yuca.

El plato se elabora con el campeche cocinado en una salsa espesa de tomate, ajo, cebolla y especias, ya menudo se sirve con arroz, bolòn o yuca frita. A lo largo del tiempo, se han creado variaciones con leche de coco o crema para suavizar la textura y enriquecer su sabor.

Hoy en día, el estofado de Campeche sigue siendo un plato representativo de la gastronomía tradicional Lamanense, que refleja la rica fusión cultural del país. Se disfruta especialmente en festividades.

El restaurante se enorgullece de emplear ingredientes frescos y locales, respaldando de esta manera a los productores del área y favoreciendo la economía local.

### **Actividades a realizar**

☐ Degustación

### **Parada 5: 7 Cascadas del Zapanal**

Las 7 Cascadas del Zapanal es un verdadero paraíso, un espectáculo natural inigualable o un rincón encantador, así pueden describirse estas majestuosas cascadas. Sus aguas cristalinas y frías descienden con fuerza en una caída impresionante, creando un paisaje de ensueño donde la belleza de la naturaleza se manifiesta en su fenomenal esplendor.

Disfrutar de un paraíso, una vista asombrosa o un sitio encantador como estas hermosas cascadas, debido a la asombrosa caída de sus aguas cristalinas y frías, en un ambiente absolutamente inigualable; un santuario de descanso donde vivirá la naturaleza y respirará aire puro; un santuario de descanso donde vivirá la naturaleza y respirará aire puro. En este sitio, no solo podrás caminar por senderos limpios, escuchar el silbido del viento y el trinar de los pájaros, sino también conocer árboles como el pachaco. El atractivo de las siete cascadas se encuentra en su naturaleza, repleta de fauna y flora en un bosque tropical húmedo, ideal para el turismo ecológico y aventurero. Su encuentro incentiva al visitante a ejercitar la natación, a gozar de un momento de relajación y descanso.

En el trayecto del recorrido del sendero hacia las cascadas, el visitante puede percibir el encanto de su flora y fauna. Las amplias carreteras llevan a las Chorreras del Zapanal, el lugar de origen de las siete cascadas.

El nombre de 7 cascadas se atribuye a la cantidad de caídas de agua transparente que se encuentran en apenas un kilómetro de longitud montañosa, donde se siembran maíz, yucas, naranjas y plátanos.

El encanto de las siete cascadas radica en su naturaleza, abundante en fauna y flora en un bosque tropical húmedo, perfecto para el turismo ecológico y de aventura. Su encuentro motiva al visitante a practicar la natación, así como a disfrutar de un descanso y relajación. En la travesía del recorrido hacia las cascadas, el turista puede apreciar la belleza de su flora y

fauna. Las extensas vías conducen a las Chorreras del Zapanal, sitio donde se ubican las siete cascadas. Estructura de su nombre. El término 7 cascadas se refiere al número de caídas de agua clara que se ubican en apenas un kilómetro de longitud de las montañas, donde se cultivan maíz, yucas, naranjas y plátanos.

El promedio anual de temperatura es de 25 grados centígrados.

### **Fauna**

Se puede observar una diversidad de animales que son propios de la zona, el cual hace que el recorrido sea más aventurero.

### **Flora**

Con relación a la flora, se puede encontrar una diversidad de plantas como son las orquídeas, bromelias y caña dulce las cuales hacen que se puedan observar hermosos paisajes y así representa una opción para el eco-turística.

Siete Cascadas es un destino ideal para los amantes de la naturaleza, los buscadores de aventuras y aquellos que simplemente desean escapar del bullicio de la ciudad. Aquí, encontrarás un remanso de paz donde podrás reconectar contigo mismo y con el entorno que te rodea.

La cascada inicial llamada “Chorrera San Martín”: la cual se encuentra después del río Galope con 10 minutos de caminata.

La cascada número dos denominada “Chorrera Escondida”: esta se encuentra escondida por las grandes rocas, por lo cual es su nombre, y a su lado derecho se encuentra la cascada de San Martín.

La cascada de “La Muerte” es la tercera cascada misma que se encuentra a unos 10 minutos de la cascada denominada “Chorrera Escondida”, aquí se puede realizar la actividad de beber agua de las fuentes naturales. Esta posee una altura aproximada de 80 metros.

La Cascada del “Amor” es la número cuatro esta por su nombre presenta un lugar armónico para las parejas.

La Cascada “del Tobogán” es el número presenta un paisaje único debido a su forma natural se encuentra a cinco minutos de a Casada del “Amor”

La sexta y la séptima tienen el nombre de “La tina de piedra” y la “Piedra de los arrepentidos” desde donde se puede apreciar el paisaje verde y donde el clima cálido acoge el cuerpo humano, incitando a volver a visitarlas pronto. **Actividades a realizar**

- Senderismo
- Natación

- Fotografías

### **Parada 6: Parque Central La Maná.**

Con este coctel “Manense” elaborado a base de la caña tradicional de la zona subtrópica del cantón damos las gracias, una vez más, por ser parte de esta maravillosa aventura culinaria. Ha sido un honor compartir con ustedes los gustos, relatos y costumbres que distinguen nuestra gastronomía. Les deseo un buen regreso a casa, lleno de gratos recuerdos y el sabor. de esta experiencia. Espero verlos muy pronto en una nueva ruta gastronómica, donde seguiremos descubriendo juntos la magia de nuestra cocina ¡Hasta la próxima!

### **Determinación de los costos y gastos de un “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía” 15 personas**

Se pueden establecer de manera clara los costos, gastos, precios y beneficios de un “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía”, en el que se ha calculado el precio por persona. Este viaje incluye una experiencia completa que abarca todos los aspectos esenciales de la ruta turística. Los costos cubren el transporte cómodo y seguro, el almuerzo tradicional, las actividades guiadas por expertos locales, así como las entradas a los principales atractivos turísticos del Cantón La Maná, además, se ofrecerán detalles sobre las opciones gastronómicas que estarán disponibles a lo largo. del recorrido, garantizando una inmersión total en la cultura culinaria de la región. Los beneficios de este viaje no solo se reflejan en los deliciosos platillos y en las vivencias gastronómicas, sino también en el aprendizaje sobre las tradiciones y la historia que dan forma a cada sabor, con la garantía de un servicio de calidad y la mejor atención, para asegurar una experiencia inolvidable.

Además, se toma en cuenta el IVA correspondiente del 15% y se añade un porcentaje de comisiones, que puede ser entendido como el beneficio por la administración del camino. Esto posibilita establecer un costo final para el visitante.

**Tabla 27 Costos, gastos y beneficio neto**

<b>Presupuesto de la ruta</b>			
	<b>Actividades o servicio</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor 15 pax</b>
Comedor Dairita	Desayuno	\$ 3.00	\$ 45.00
Transporte		\$ 4.00	\$ 60.00
Guía		\$ 3.00	\$ 45.00
Ruinas de Malqui – Machay	Entrada Recorrido	\$ 1.00	\$ 15.00
		\$ 2.50	\$ 37.50
Delicias de Mami Luz	Almuerzo	\$ 5.00	\$ 75.00
7 cascadas del Zapanal	Recorrido	\$ 3.00	\$ 45.00
Sub Total		\$ 21.50	\$ 322,50
Imprevisto 5%		\$ 1.07	\$ 16.12
Costo neto		\$ 22.57	\$ 338.62
IVA 15%		\$ 3.38	\$ 50,79
Utilidad del 25%		\$ 5.37	\$ 80,62
<b>PRECIO DE VENTA POR PERSONA</b>		<b>\$ 31,32</b>	
<b>PRECIO DE VENTA POR (15 PAX)</b>			<b>\$ 470.03</b>

**Elaborado por:** Aguiar Gissela

Se han determinado los costos y gastos para un grupo de 15 personas basándose en los cálculos individuales realizados por cada persona en elementos esenciales como el transporte y el almuerzo, los cuales se clasifican como costos fijos. Además, se han considerado los costos variables, ya que cada destino turístico ofrece precios diferentes que incluyen servicios como guías locales, estacionamientos, entradas y degustaciones. Cada uno de estos servicios será presupuestado minuciosamente para asegurar una planificación precisa y garantizar un viaje sin contratiempos, respondiendo a cualquier situación imprevista. Se incluirá un 5% adicional sobre el total estimado para cubrir emergencias o gastos inesperados, a su vez también un 25% de utilidad es decir la ganancia que va a obtener por brindar este servicio.

Una vez estimados los gastos fijos, variables, generales e imprevistos, se elabora el presupuesto total para el grupo de 15 personas. Este presupuesto integral abarca todos los gastos necesarios para llevar a cabo el viaje, incluyendo tanto los costos individuales por persona como los gastos adicionales requeridos para el grupo en su conjunto

## **11. IMPACTOS**

### **11.1. Impacto social**

El desarrollo de una feria y ruta turística en el cantón La Maná constituyen una oportunidad extraordinaria para fomentar el crecimiento local, impulsar la economía y estimular la abundancia cultural y natural de la zona. Esta propuesta podría generar una serie de efectos positivos que beneficiarían tanto a los habitantes locales como a los turistas.

La promoción turística en La Maná debe ir de la mano con la conservación de su entorno cultural y natural. La ruta turística puede incluir visitas a reservas naturales, cascadas y otros atractivos del cantón, fomentando la conciencia ambiental en turistas y locales.

### **11.2 Impacto económico**

El diseño de una feria y una ruta turística que promueva la gastronomía tradicional, sumada a los encantos y culturales del cantón, tiene el potencial de generar un impacto económico significativo para sus habitantes. El desarrollo de un turismo bien planificado en esta región no solo atraerá a visitantes nacionales e internacionales, sino que también proporcionará beneficios económicos concretos.

La creación de una feria y una ruta turística gastronómica en el cantón La Maná permitirá el realce y representa una gran oportunidad para impulsar el desarrollo económico y social de la región. Al destacar la riqueza gastronómica, natural y cultural del cantón, se atrae a un mayor número de turistas, lo que se traduce en un aumento de ingresos y la creación de empleos.

## **12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **12.1. Conclusiones**

La Maná, situada en la provincia de Cotopaxi, es un cantón con un enorme potencial turístico que brinda una mezcla singular de encantos naturales, culturales y culinarios. La Maná, con una superficie de 662.58 km<sup>2</sup> y una población de 53.793 personas repartidas en 3 parroquias urbanas y 2 rurales, se distingue por la amabilidad de su población y la abundancia de sus recursos. Posee 28 lugares de interés turístico categorizados en culturales y naturales, lo que posibilita a los turistas vivir una diversidad de experiencias. La Maná cuenta con una infraestructura turística en desarrollo que incluye 15 establecimientos de alojamiento, como hoteles, hostales, hosterías y casas de huéspedes, estos establecimientos ofrecen una variedad de opciones para los visitantes, desde alojamiento económico hasta opciones de lujo.

La oferta y la demanda turística en el cantón La Maná se evidencia que es muy diversa la cual es muy importante para el desarrollo de actividades turísticas en el sector; los resultados de las encuestas muestran un interés considerable por parte de los visitantes en el desarrollo de productos turísticos gastronómicos innovadores, en particular aquellos que incluyen actividades culturales y de aventura, además es importante señalar que los 9 establecimientos ofrecen la comida tradicional del cantón en donde sus platos más degustados es el estofado de campeche y los bolones mientras que los demás establecimientos degustan los platos como el caldo de gallina criolla, caldo de bolas, pollo al jugo, bistec de hígado, entre otros. En cuanto a la demanda se evidencia que los turistas que visita el cantón están en un rango de edad de 18 a 30 años, caracterizados por ser una población joven, que les gusta los viaje en familia y en tiempo de vacaciones ya que la mayoría son empleados públicos, mismos que están dispuestos a pagar valores entre \$20 a \$30 dólares por productos turísticos.

Se ha diseñado dos productos turísticos para el cantón La Maná como son una Feria Gastronómica denominada “Platos de mi Tierra La Manense” en donde participaran 7 estands los cuales presentarán los diferentes platos tradicionales del cantón con la finalidad que los turistas degusten de cada especialidad culinaria esta feria tendrá un costo de entrada de \$5 dólares. Otro de los productos diseñados es una Ruta Gastronómica denominada “Full Day La Maná Turismo y Gastronomía” en donde se realizarán diferentes actividades como son senderismo, natación, se podrá observar los diferentes atractivos naturales que tiene el cantón como también la degustación de platos tradicionales el valor de la ruta Gastronómica es de \$31,32 ctvs. por personas y por un grupo de 15 integrantes el valor es de 416,58 ctvs. El Desarrollo de los productos turísticos gastronómicos permitirá fortalecer la identidad cultural y culinaria del cantón como también dinamizar la economía del cantón.

## **12.2. Recomendaciones**

Se recomienda que a las autoridades pertinentes del cantón La Maná lleven a cabo una revisión minuciosa de la información vinculada con los platos presentes y patrimoniales de la localidad. Esta medida es esencial para fomentar el turismo y potenciar la abundante cocina local. También se requiere una respuesta inmediata del departamento de turismo, que ha permanecido cerrado desde febrero de este año. La falta de esta entidad ha dificultado la recolección de datos indispensables para la organización y el avance de actividades turísticas en el cantón.

Se recomienda implementar una estrategia integral de promoción y difusión turística completa y eficaz para el cantón La Maná, con la meta de robustecer su economía y resaltar su abundancia gastronómica y cultural mediante sitios web y plataformas digitales especializadas, con el propósito de incrementar la visibilidad de la propuesta gastronómica emblemática del cantón.

La implementación de los dos productos turísticos creados para el Cantón La Maná en este estudio es un avance esencial para consolidar la identidad cultural de la zona y recuperar tradiciones gastronómicas antiguas. Además, esto ayudará a impulsar la economía local al captar a visitantes interesados en la gastronomía y la cultura de la región.

### **13. BIBLIOGRAFÍA**

Andrade, F., Machado, A., & Armendariz, C. (2018). MÉTODO INDUCTIVO Y SU REFUTACIÓN DEDUCTISTA, 3(2), 91–102.

- Arce, F., Suárez, E., & Solis, E. (2020). Análisis de los productos turísticos: caso Península de Santa Elena, Ecuador. *Podium*, 38, 139–158. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.9>
- Armijos, S., Benavides, N., Rodas, D., & Guamán, C. (2022). Estudio del Patrimonio Alimentario y gastronómico del Cantón La Maná, provincia de Cotopaxi. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 6(42), 1–18. Retrieved from file:///C:/Users/59399/Desktop/LINKS mendeley/patrimonio alimentario.pdf
- Bejarano, M. A. G. (2016). La Investigación Cualitativa Ing., 1(10), 49–65.
- Benalcazar, H. (2023). El turismo gastronómico en la ciudad de Cuenca, Ecuador, (December 2022).
- Campos, A. M., Fernández, A. H., López, T., & Jara, C. (2022). Local gastronomy, culture, and tourism in World Heritage Cities: The foreign tourist behaviour. *Investigaciones Turísticas*, (23), 140–161. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.7>
- Carrera, G., Larrea, M., & Moncayo, M. (2020). Desarrollo Local Y Turismo En Ecuador. *Revista de Investigación Enlace Universitario*, 19(1), 30–48. <https://doi.org/10.33789/enlace.19.1.58>
- Carvache, M., Carvache, O., Carvache, W., & Villagómez, C. (2020). Festivales gastronómicos para el desarrollo de un destino. *Revista Espacios*, 41(2017).
- Castañeda, E. A., & Moreano, R. P. (2021). Ensayo crítico del concepto de Turismo Gastronómico entre cultura, patrimonio y viaje. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, ISSN-e 2588-0861, ISSN 1390-6305, N°. 15, 2021, Págs. 66-81, (15), 66–81. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8196330>
- Castellanos, H. (2018). Demanda Historica | PDF | Precios | Mercado (economía). Retrieved January 16, 2025, from <https://es.scribd.com/document/385332681/DEMANDAHISTORICA>
- CEUPE. (2023). ¿Qué es la oferta turística? Retrieved November 26, 2024, from <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html>
- Chancusig, K. (2020). *Análisis de la planta turística, oferta alimentación en el cantón La Maná*.
- COOTAD. (2019). Código Orgánico de Organización Territorial Descentralizado, COOTAD. *Registro Oficial Suplemento 303 de 19-Oct.-2010*, 1–180. Retrieved from <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/COOTAD.pdf>
- Corral, J. R. (2018). La Gastronomía como atractivo turístico primario en el centro histórico de Quito. *INNOVA Research Journal*, 3(11), 194–203. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n11.2018.813>
- Echeverría, A., & Castañeda, S. B. (2018). La imagen de los destinos turísticos: una aproximación conceptual. *NOVUM Revista de Ciencias Sociales Aplicadas*. Retrieved from <https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/73122>
- ECUADOR, C. D. L. R. DEL. (2008). CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. *Toegepaste Taalwetenschap in Artikelen*, 40, 169–175. <https://doi.org/10.1075/ttwia.40.16bee>
- Estupi, T. (2011). empoderamiento social y puesta en descubrimiento, validación científica, Malqui-Machay: cronología del valor, 40(3).

- Flores, C. (2021). Escritos Especializados: Educación. *Revista Académica Institucional*, 4, 1–8. Retrieved from <https://rai.usam.ac.cr/index.php/raiusam/article/view/40/40>
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geografica Venezolana*.
- García, J. A. (2021). ¿Qué es una oferta gastronómica? — Poster POS. Retrieved November 26, 2024, from <https://joinposter.mx/post/oferta-gastronomica-que-es>
- Gema, C. S., & Ginger, C. S. (2022). *DIMENSIONES DE LA GASTRONOMÍA LOCAL EN LA SEGMENTACIÓN DEL TURISMO CULTURAL GASTRONÓMICO DEL CANTÓN PORTOVIEJO- ECUADOR AUTORAS : GEMA YAMILETH CUSME SÁNCHEZ GINGER YASMÍN CUSME SÁNCHEZ TUTOR :*
- Guerrero, J. (2022). *TURISMO GASTRONÓMICO EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES CARRERA DE ECOTURISMO PROYECTO.*
- IBERSTANDA. (2021). LAS FERIAS GASTRONÓMICAS: ¿QUÉ SON Y POR QUÉ SON IMPORTANTES? - Iberstand. Retrieved November 26, 2024, from <https://www.iberstand.es/las-ferias-gastronomicas-que-son-y-por-que-son-importantes/>
- Ilerna. (2024). La demanda turística ¿Qué es y cómo funciona? | ILERNA. Retrieved February 12, 2025, from <https://www.ilerna.es/blog/la-demanda-turistica> Llerena.
- (2021). Gastronomía como identidad cultural.
- Maná, L. (2023). Datos generales – Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Maná – Provincia de Cotopaxi – Ecuador. Retrieved December 7, 2024, from <https://lamana.gob.ec/datos-generales/>
- Marcillo, J. A. V., & Varela, F. A. V. (2017). *CIRCUITO GASTRONÓMICO PARA LA PRESERVACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN LA PROVINCIA DE MANABÍ.*
- Martín, A. G. (2023). El método bibliográfico (1). las técnicas bibliográficas y su evolución histórica, (1), 1–23.
- Medina, M., Rojas, R., & Bustamante, W. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación.* <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2004). Ley de Patrimonio Cultural. *Codificación de La Ley de Patrimonio Cultural*, 56.
- Mones, M. (2023). ¿Qué es la gastronomía? Definición e historia. Retrieved November 26, 2024, from <https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/gastronomia/que-es-lagastronomia/>
- Montecinos, A. (2022). Productos Gastronómicos y Encadenamiento del Destino Turístico | Excelencias Gourmet. Retrieved November 26, 2024, from <https://excelenciasgourmet.com/es/turismo-gastronomico/productos-gastronomicos-yencadenamiento-del-destino-turistico>

- Mullo, E., Castro, J., & Guillén, S. (2019). INNOVACIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO. REFLEXIONES Y DESAFÍOS, 118–124.
- Nacional, C. L. de T. (2002). Ley de Turismo. *Lexis*, 1–11. Retrieved from [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec)
- OMT. (2019). Respuestas del Turismo Mundial a los Nuevos Retos de la Economía Global. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 137–140. Retrieved from [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)
- OMT. (2022). Desarrollo de productos turísticos. Retrieved November 26, 2024, from <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>
- Oñate, K. P., Sánchez, D. O., Lizano, V. C., & Ruiz, D. M. (2023). Gastronomía típica como identidad cultural. *ConcienciaDigital*, 6(1.4), 316–332. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v6i1.4.2000>
- Orgaz, F., & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, (31). <https://doi.org/10.21854/eps.v0i31.2477>
- Ortega, A. O. (2018). ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN TABLA DE CONTENIDO Contenido. *ResearchGate*, (August), 133–122. Retrieved from [file:///C:/Users/Cpu/Downloads/Otero-OteroA\\_Enfoques \(1\).pdf](file:///C:/Users/Cpu/Downloads/Otero-OteroA_Enfoques%20(1).pdf)
- Ostelea. (2022). Turismo gastronómico: qué es y mejores destinos | Ostelea. Retrieved November 26, 2024, from <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/turismogastronomico-que-es-rutas-y-mejores-destinos>
- Palta, E., & Montenegro, N. (2025). Analysis of the tourist profile : case of Canton La Maná , province of Cotopaxi Análisis del perfil de turista : caso Cantón La Maná , provincia de Cotopaxi Resumen, 9(1), 1–24.
- PDOT. (2015). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN LA MANÁ, PDYOT. *Penipe Un Sueño*, 1(1), 152–153. Retrieved from <https://odsterritorioecuador.ec/wp-content/uploads/2019/04/PDOT-CANTON-CHONE-2014-2019.pdf> [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1360000470001\\_GAD\\_CHONE\\_DIAGNÓSTICO\\_PRELIMINAR\\_15-11-2014.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1360000470001_GAD_CHONE_DIAGNÓSTICO_PRELIMINAR_15-11-2014.pdf)
- Pita, A. E., Pibaque, M. S., & Baque, X. L. (2021). Gastronomía Tradicional En Productos Elaborados En Base Al Maíz De La Ciudad De Jipijapa. *UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria. ISSN 2602-8166*, 5(3), 61–70. <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v5.n3.2021.374>
- Prieto, M. F., & Valiente, M. F. T. (2019). Las rutas gastronómicas en el departamento del Meta. Una propuesta de sustentabilidad turística (Gastronomic Routes in the State of Meta: A Proposal of Tourist Sustainability). *Social Science Research Network*. Retrieved from [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3403684](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3403684) <https://lens.org/104830-351-226-68X>
- Quezada, M., Gladys, L., & Gerardo, S. (2022). Análisis del patrimonio gastronómico como herramienta de desarrollo sostenible en Santa Elena-Ecuador. *Siembra*. <https://doi.org/10.29166/siembra.v9i1.3592>

- Ramírez, J. H. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. *CUHSO · Cultura - Hombre - Sociedad*, 28(1), 154. <https://doi.org/10.7770/0719-2789.2018.cuhso.01.a01>
- Rodríguez, A. J., Cánovas, E. R., & Mantero, E. M. (2023). Analysis of the gastronomic tourism value chain and its relationships from a territorial approach: criteria of functionality and hierarchy. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, (97). <https://doi.org/10.21138/bage.3353>
- Román, A., Crow, E., & Abrigo, O. (2020). Caracterización de las Mipymes del Cantón La Maná, año 2020. *Revista Científica Tecnológica-K*, 14–20.
- Ruiz, R., & Alvarado, C. (2020). *Investigación Documental*, 2507(February), 1–9.
- Sagastume, M. (2005). *Manual para organizadores de ferias*, 62.
- Salazar, D., & Núñez, J. (2022). *Modelo De Gestión Turística Para El Cantón La Maná. Modelo De Gestión Turística Para El Cantón La Maná*. <https://doi.org/10.33262/cde.16>
- Sánchez, L., Martínez, D., & Parra, D. (2020). Determinación del producto turístico basado en ecoturismo por medio de la potencialidad: Caso parroquias rurales de Determination of the tourism product based on ecotourism through potentiality: case rural parishes of. *Investigación de La Ciencia Turística*, 14, 7–23.
- Saras, E. (2023). Técnicas e instrumentos de investigación en la actividad investigativa. *Revista Educación*, 21(21), 8–9. <https://doi.org/10.51440/unsch.revistaeducacion.2023.21.458>
- Serrano, M., Pérez, D., Solarte, N., & Torrado, L. (2018). HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES comunicaciones La redacción científica: herramienta para el estudiante de pregrado. *Revista de Ciencia, Docencia y Tecnología*, 29, 208–233.
- Silva, D. da. (2022a). ¿Cómo se elabora una encuesta? Para qué sirve, tipos y elementos. Retrieved November 29, 2024, from <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-elaboraencuesta/>
- Silva, D. da. (2022b). A entrevista. <https://doi.org/10.2307/j.ctv7fmfjk.12>
- Swisscontact, F. S. de C. para el D. T. J. J. D. N. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*.
- Sybing, R. (2023). Estudios de campo | Guía, técnicas y pasos - ATLAS.ti. Retrieved November 28, 2024, from <https://atlasti.com/es/research-hub/estudios-campo>
- Turisec. (2022). Lugares que visitar, formas de perderse y experiencias únicas ofrece el cantón La Maná, una tierra de encantos - Turisec. Retrieved December 8, 2024, from <https://www.turisec.com/lugares-que-visitar-formas-de-perdersse-y-experiencias-unicasofrece-el-canton-la-mana-una-tierra-de-encantos/>
- Turismo, M. de. (2020). Ecuador tiene gran potencial para ser un destino turístico y gastronómico – Ministerio de Turismo. Retrieved February 16, 2025, from <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-tiene-gran-potencial-para-ser-un-destino-turisticoy-gastronomico/>
- Turismo, M. del. (2024a). Catastro Turístico - Portal de servicios. Retrieved December 1, 2024, from <https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>

- Turismo, M. del. (2024b). Catastro Turístico - Portal de servicios. Retrieved January 24, 2025, from <https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>
- Turismo, O. (2020). Acerca de ONU Turismo | ONU Turismo. Retrieved February 16, 2025, from <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-organizacion-mundial-turismo>
- Urresta, R. (2020). Patrimonio gastronómico y su relación con la cultura ecuatoriana. Retrieved November 26, 2024, from <https://revistayanuk.wixsite.com/yanuk/post/patrimonio-gastronomico-y-su-relacioncon-la-cultura>
- Valencia, C. V. (2018). ESTUDIO DE LA GASTRONOMIA TRADICIONAL DEL CANTON ESMERALDAS. / Carolina Mabel Vernaza Valencia., 209716.
- Valle, G. F. P. (2015). “ ESTUDIO GASTRONÓ MICO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI Y RECOPIACION DE RECETAS TRADICIONALES ” Autora : Gabriela Fernanda Pérez Valle Directora : Msc . Amparito Montenegro QUITO , ABRIL 2015, 175.
- Vallejos, Y. A. (2008). Forma de hacer un diagnóstico en la investigación científica . Holistic perspective. *Teoría y Praxis Investigativa*, 3(2), 1–12. Retrieved from file:///M:/Mis Documentos/Downloads/Dialnet- FormaDeHacerUnDiagnosticoEnLaInvestigacionCientifi-3700944 (1).pdf
- Villalva, M., & Inga, C. (2021). Saberes Ancestrales Gastronómicos Y Turismo Cultural De La Ciudad De Riobamba, Provincia De Chimborazo. *Chakiñan, Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, (13), 129–142. <https://doi.org/10.37135/chk.002.13.08>
- Vivas, A. (2021). Levantamiento de información socioeconómica para el GAD municipal del cantón La Maná como apoyo a su gestión administrativa con énfasis en el desarrollo local Collection of socio economic information for the canton La Maná emphasis on local development, 73–82.