



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN
LOS CANTONES PUJILÍ Y SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

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

Autora:
Pilatasig Baño Nataly Verónica

Tutora:
Rodas Vinueza Daniela Alejandra

LATACUNGA – ECUADOR

Agosto 2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Pilatasig Baño Nataly Verónica, con cédula de ciudadanía No. 1725324626, declaro ser autora del presente Proyecto de Investigación: **“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN LOS CANTONES PUJILÍ Y SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, siendo la Ingeniera Mg. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, 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, 22 de julio del 2025



Nataly Verónica Pilatasig Baño

C.C: 1725324626

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 **PILATASIG BAÑO NATALY VERÓNICA**, identificada con cédula de ciudadanía **1725324626** 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 LOS CANTONES PUJILÍ Y SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI**”, 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: Abril 2021 - Agosto 2021

Finalización de la carrera: Abril – Agosto 2025

Tutor: Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinuesa, Mg.

Tema: “**DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN LOS CANTONES PUJILÍ Y SIGCHOS PROVINCIA DE COTOPAXI**”

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 22 días del mes de julio de 2025.



Nataly Verónica Pilatasig Baño

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 sobre el título:

“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN LOS CANTONES PUJILÍ Y SIGCHOS, PRONVINCA DE COTOPAXI”, de Pilatasig Baño Nataly Verónica 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, 22 de julio del 2025



Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, Mg.

C.C: 1722220868

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: Pilatasig Baño Nataly Verónica, con el título de Proyecto de Investigación: **“DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN LOS CANTONES PUJILÍ Y SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, 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, 22 de julio del 2025



Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.
C.C: 0602636987
LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Klever Muñoz Solís, Mg.
C.C: 0501397814
LECTOR 2 (MIEMBRO)



Lcdo. Manuel Abarca Zaquinaula, Mg.
C.C: 1103989669
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por concederme salud, vida, sobre todo fortaleza, sabiduría y paciencia para afrontar los momentos buenos como difíciles en mi carrera Universitaria, al mismo tiempo agradezco a mis padres Alberto y Hortencia por apoyarme, y estar en todo momento juntos en esta bonita etapa, a mis hermanas Erika y Diana, mi cuñado Fabian y mi sobrino Ihan Gael, quienes me han apoyado incondicionalmente y han estado a mi lado en todo momento, les agradezco por su aliento y motivación para no rendirme, cada día a día ser mejor persona y convertirme en una profesional más.

De la misma forma a mis docentes de la Carrera de Turismo, por impartir sus enseñanzas y conocimientos durante todo este tiempo, han

sido una base fundamental durante mi vida universitaria y su dedicación ha dejado una huella imborrable en mi formación, y a mis mejores amigas Nayely y Leonela que también han sido una parte de mi vida, que jamás me dejaron sola, impulsándome a seguir adelante, gracias por sus consejos y bonitos momentos vividos.

Nataly Verónica Pilatasig Baño

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo, en primer lugar, a mis padres quienes han sido un pilar fundamental durante esta travesía por brindarme su amor incondicional, su paciencia y apoyo constante me han brindado la fuerza necesaria para superar cada obstáculo. Sin su sacrificio y su ejemplo de dedicación, este logro no habría sido posible.

Mis hermanas, mi cuñado y mi sobrino, les agradezco por siempre estar a mi lado, por las palabras de aliento en los momentos difíciles y sin duda alguno su compañía ha sido esencial para mantenerme motivada y enfocada en alcanzar la meta.

Nataly Verónica Pilatasig

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

**TÍTULO: “DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS EN LOS
CANTONES PUJILÍ Y SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”.**

Autora:

Pilatasig Baño Nataly Verónica

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal diseñar productos turísticos gastronómicos en los cantones Pujilí y Sigchos, ubicados en la provincia de Cotopaxi. Se empleo un enfoque cualitativo, con un tipo de investigación descriptivo, diagnóstica, documental y de campo, lo que permitió una recolección y análisis adecuados de la información. En el primer objetivo, se realizó un diagnóstico situacional turístico gastronómico de los cantones mediante la revisión y la recopilación de datos. El cantón Pujilí, cuenta 18 establecimientos de alimentos y bebidas, 18 platos y bebidas tradicionales. El cantón Sigchos, cuenta 2 establecimientos de alimentos y bebidas registrados por el MINTUR, sin embargo, el cantón cuenta con 30 establecimientos de alimentos y bebidas registrados solo en el catastro del GAD, además de 14 platos y bebidas tradicionales. Este análisis refleja un importante potencial gastronómico en ambos cantones, vinculados a la identidad cultural. El segundo objetivo se utilizó el método inductivo analizar las características de las ofertas y demanda que poseen los cantones a través de la aplicación de 383 encuestas realizadas en 4 salidas de campo, se identificó que la mayoría de los turistas son nacionales, atraídos principalmente por conocer la cultura y tradiciones, quienes mostraron un gran interés en participar en los productos turísticos de los cantones. La oferta gastronómica de ambos cantones se caracteriza por su autenticidad, uso de productos locales y la preservación de los métodos y técnicas tradicionales de cocción, lo que garantiza la conservación de sus recetas, en el cantón Pujilí se identificaron 4 restaurantes y 1 mercado que ofrecen los platos tradicionales y en el cantón Sigchos 10 restaurantes y 1 mercado, estos establecimientos se destacan en la calidad de preparación de cada plato que atrae a turistas residentes y extranjeros interesados en la gastronomía. Para el tercer objetivo se aplicó el manual del SENA para el diseño del circuito gastronómico, el cual consta de 5 etapas, donde se definió los atractivos que se van a visitar en el recorrido como: Iglesia Matriz de Pujilí, Plaza Central, Palacio Municipal, Mercado Nuevo de Pujilí, Plaza Sucre y las gradas del Sinchahuasin, tiene un costo estimado de \$19 por persona. Así mismo, se utilizó el manual del PROMOCAP para el diseño de la feria gastronómica, que cuenta con 3 etapas para el desarrollo, que está dividido en 3 áreas: platos tradicionales, platos cotidianos y emprendimientos gastronómicos, el un costo de inscripción de los expositores es de \$12,38 mientras que el valor de la entrada es de \$3.85, estos valores cubrirán los gastos logísticos de la feria. Estos productos

turísticos gastronómicos están planificados para realizarse en las fiestas de cantonización de ambos cantones.

Palabras Clave: Gastronomía, platos tradicionales, productos turísticos, feria, circuito.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

**THEME: “DESIGN OF GASTRONOMIC TOURIST PRODUCTS FOR THE PUJILÍ
AND SIGCHOS CANTONS, COTOPAXI PROVINCE”**

Author:
Pilatasig Baño Nataly Verónica

ABSTRACT

The main objective of this research is to design gastronomic tourism products in the cantons of Pujilí and Sigchos, located in the province of Cotopaxi. A qualitative approach was used, with descriptive, diagnostic, documentary, and field research, which allowed for adequate data collection and analysis. The first objective was to conduct a situational assessment of the gastronomic tourism situation in the cantons through data review and collection. The canton of Pujilí has 18 food and beverage establishments, 18 traditional dishes and beverages. The canton of Sigchos has two food and beverage establishments registered with the Ministry of Tourism (MINTUR). However, the canton has 30 food and beverage establishments registered only in the GAD registry, in addition to 14 traditional dishes and beverages. This analysis reflects the significant gastronomic potential of both cantons, linked to their cultural identity. The second objective was to use the inductive method to analyze the characteristics of supply and demand in the cantons through the application of 383 surveys carried out in 4 field trips, it was identified that the majority of tourists are national, attracted mainly by knowing the culture and traditions, who showed great interest in participating in the tourist products of the cantons. The gastronomic offer of both cantons is characterized by its authenticity, use of local products and the preservation of traditional cooking methods and techniques, which guarantees the conservation of their recipes, in the Pujilí canton, 4 restaurants and 1 market were identified that offer traditional dishes and in the Sigchos canton 10 restaurants and 1 market, these establishments stand out for the quality of preparation of each dish that attracts resident and foreign tourists interested in gastronomy. For the third objective, the SENA manual was used to design the gastronomic circuit, which consists of 5 stages. The attractions to be visited were defined, such as: Pujilí Main Church, Central Plaza, Municipal Palace, Pujilí New Market, Sucre Plaza, and the Sinchahuasin stands. The tour has an estimated cost of \$19 per person. Likewise, the PROMOCAP manual was used to design the gastronomic fair, which has 3 stages and is divided into 3 areas: traditional dishes, everyday dishes, and gastronomic ventures. The registration fee for exhibitors is \$12.38, while the entrance fee is \$3.85. These fees will cover the fair's logistical costs. These gastronomic tourism products are planned to take place during the cantonization celebrations of both cantons.

Keywords: Gastronomy, traditional dishes, tourism products, fair, circuit.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR	iii
AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	v
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	vi
<i>AGRADECIMIENTO</i>	vii
<i>DEDICATORIA</i>	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
1 INFORMACIÓN GENERAL	1
2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
3 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	4
4 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
5 OBJETIVOS	8
5.1 Objetivo general	8
5.2 Objetivos específicos	8
6 ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	9
7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO.....	11
7.1 Marco Legal	11

7.1.1	Constitución de la República del Ecuador	11
7.1.2	Ley de turismo	12
7.2	Marco Teórico.....	12
7.2.1	Patrimonio Cultural	12
7.2.2	Patrimonio Tangible	12
7.2.3	Patrimonio Gastronómico del Ecuador	13
7.2.4	Turismo	13
7.2.5	Turismo Gastronómico	14
7.2.6	Patrimonio Gastronómico	14
7.2.7	Gastronomía	15
7.2.8	Gastronomía tradicional	15
7.2.9	Tipos de gastronomía	16
7.2.10	Innovación Gastronómica	17

7.2.11	Destinos Turísticos	17
7.2.12	Destinos turísticos gastronómicos	17
7.2.13	Productos turísticos	18
7.2.14	Diseño de productos turístico	18
7.2.15	Productos turísticos gastronómicos	18
7.2.16	Rutas gastronómicas	19
7.2.17	Circuito gastronómico	19
7.2.18	Ferias gastronómicas	20
7.2.19	Festivales gastronómicos	20
7.2.20	Experiencias turísticas gastronómicas	20
7.2.21	Oferta Turística	21
7.2.22	Demanda Turística	21
7.2.23	Demanda Histórica	22
7.2.24	Demanda actual	22
7.2.25	Demanda Futura	22
7.2.26	Demanda Potencial	23
8	VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA	23
9	METODOLOGÍA	23
9.1	Descripción del área de estudio	24
9.1.1	Cantón Pujilí	24

9.1.2	Cantón Sigchos	25
9.2	Objetivo 1	26
9.3	Tipo de Investigación	26
9.3.1	Investigación diagnóstica	26
9.4	Técnicas e instrumentos	27
9.4.1	Revisión bibliográfica	27
9.4.2	Entrevista	27
9.4.2.1	Objetivo de la entrevista	28
9.4.2.2	Actores claves	28
9.5	Objetivo 2	30
9.6	Tipo de investigación	31
9.6.1	Investigación diagnóstica	31
9.6.2	Investigación documental	31
9.6.3	Investigación de Campo	31
9.7	Técnicas e instrumentos	32

9.7.1	Análisis de documentos	32
9.8	Tamaño muestral	32
9.8.1	Población	32
9.8.2	Cálculo del tamaño muestral.....	33
9.8.3	Encuesta	35
9.8.3.1	Instrumento	37
9.8.4	Salida de Campo y aplicación de encuestas	38
9.9	Objetivo 3	39
9.10	Métodos	39
9.10.1	Método inductivo	39
9.11	Metodología para el diseño del producto	39
9.11.1	Manual de diseño de rutas SENA	39
9.11.1.1	Fase 1.- Definición de aspectos generales del circuito.	40
9.11.1.2	Fase 2.-Definición del recorrido.	40
9.11.1.3	Fase 3.-Recopilación de información y reconocimiento del circuito.	40

9.11.1.4	Fase 4.- Prueba del circuito propuesto.	
	41 9.11.1.5 Fase 5.- Difusión del Circuito	
 41 9.11.2 Manual para	
	organizadores de ferias del PROMOCAP	41
9.11.2.1	Etapa 1: Pre. Ferias (planificación y organización)	41
9.11.2.2	Etapa 2: Feria (ejecución)	42
9.11.2.3	Etapa 3: Post-feria (evaluación y monitoreo)	42
10	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	43
10.1	Diagnóstico de la situación actual turística gastronómica actual de los cantones Pujilí y Sigchos	43
10.1.1	Cantón Pujilí	43
10.1.2	Economía	44
10.1.3	Breve estudio del turismo en Pujilí	45
10.1.3.1	Demanda	45
10.1.4	Perfil del Turista Extranjero.....	45
10.1.5	Perfil del turista Nacional	46
10.1.6	Oferta	47

10.1.6.1	Atractivos Turísticos	47
10.1.6.2	Actividades Recreacionales	50
10.1.6.3	Alojamiento	52
10.1.6.4	Alimentos y bebidas	53
10.1.6.5	Gastronomía	55
10.1.6.6	Transporte	57
10.1.6.7	Transporte Público	57
10.1.6.8	Transporte Turístico	57
10.1.6.9	Camionetas	58
10.1.6.10	Guías	59
10.1.7	Cantón Sigchos.....	61
10.1.7.1	Economía	62
10.1.8	Breve estudio del turismo en Sigchos	62
10.1.8.1	Demanda	62
10.1.8.2	Perfil del turista Extranjero	63

10.1.8.3	Perfil del turista Nacional	64
10.1.9	Oferta	65
10.1.9.1	Atractivos Turísticos	65
10.1.9.2	Actividades recreacionales	67
10.1.9.3	Alojamiento	68
10.1.9.4	Alimentos y bebidas	68
10.1.10	Gastronomía	71
10.1.10.1	Transporte.....	72
10.1.10.2	Transporte Público	72
10.1.10.3	Camionetas	73
10.1.10.4	Guías	73
10.2	CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA	74
10.2.1	Análisis e interpretación de datos.....	74
10.3	CARACTERÍSTICA DE LA OFERTA	88
10.4	DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS	94

10.4.1	DISEÑO DEL CIRCUITO GASTRONÓMICO “SUMAK MIKUY RAYMI” ...	94
10.4.1.1	Definición de aspectos generales del circuito	94
10.4.2	Descripción de los elementos del logotipo	95
10.4.2.1	Elementos	95
10.4.2.2	Colores	95
10.4.2.3	Texto “SUMAK MIKUY RAYMI”	95
10.4.3	Políticas del producto	96
10.4.4	Objetivo del producto	96
10.4.4.1	Definición del recorrido	96
10.4.4.2	Gastos	99
10.4.4.3	Recopilación de información y reconocimiento del circuito	99
10.4.4.4	Itinerario	
	102 10.4.4.5 Difusión del circuito	
	104
10.4.5	DISEÑO DE LA FERIA TURÍSTICA GASTRÓNOMICA “SIGCHOS	
	MUSHUK MIKUY”	104

10.4.5.1	Etapa 1: Organización y Planificación (Pre-Feria)	104
10.4.5.2	Grupo Organizador	
	105 Coordinador	
	105
10.4.5.3	Logística	106
10.4.5.4	Finanzas	106
10.4.5.5	Publicidad	106
10.4.5.6	Capacitaciones	107
10.4.5.7	Temas de la capacitación	107
10.4.5.8	Gestión	107
10.4.5.9	Planificación Pre-Feria	109
10.4.5.10	Desarrollo de la propuesta	109
10.4.5.11	Ficha de Inscripción	111
10.4.5.12	Reglamentos	112

10.4.5.13	Etapa 2: Desarrollo de la feria	114
10.4.5.14	Premiación del mejor plato	115
10.4.5.15	Jurado calificador	115
10.4.5.16	Cualidades para ser el plato ganador	115
10.4.5.17	Premio al mejor plato	116
10.4.5.18	Etapa 3: Monitoreo Post-Feria	118
10.4.5.19	Gastos relacionados a la feria	119
10.4.5.20	Costo de inscripción y entradas	119
11	IMPACTOS	120
11.1	Impactos sociales	120
11.2	Impacto económico	121
11.3	Impacto técnico	121
12	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	122
12.1	Conclusión	122
12.2	Recomendaciones	125
13	BIBLIOGRAFÍA	125
ÍNDICE DE TABLAS		
Tabla 1	Beneficiarios directos	4
Tabla 2	Beneficiarios Indirectos	5
Tabla 3	Cuadro y sistema de actividades	9
Tabla 4	Actores claves sector público.....	28

Tabla 5 Actores claves Establecimientos de alimentos & bebidas del cantón Pujilí	28
Tabla 6 Actores claves Establecimientos de alimentos & bebidas del cantón Sigchos	29
Tabla 7 Población	33
Tabla 8 Análisis del Instrumento según su variable	36
Tabla 9 Análisis de los instrumentos	36
Tabla 10 Cronograma de encuestas	38
Tabla 11 Información General del cantón Pujilí	43
Tabla 12 Actividad Económica	44
Tabla 13 Llegada de turistas Nacionales y Extranjeros del Cantón Pujilí	45
Tabla 14 Perfil del turista Extranjero	45
Tabla 15 Perfil del turista Nacional	46
Tabla 16 Atractivos Culturales	48
Tabla 17 <i>Actividades Recreacionales del Cantón Pujilí</i>	50
Tabla 18 Servicio de Alojamiento	52
Tabla 19 Servicio de Alimentos y Bebidas	53
Tabla 20 Listado de los principales platos tradicionales y cotidianos del cantón Pujilí	55
Tabla 21 Servicio de Transporte Público del Cantón Pujilí	57
Tabla 22 Transporte turístico en la provincia que brindan servicio al cantón Pujilí	58

Tabla 23 Compañía de Camionetas de Pujilí	58
Tabla 24 Guías Turísticos del cantón Pujilí.....	59
Tabla 25 Información General del cantón Sigchos	61
Tabla 26 Actividad Económica	62
Tabla 27 Llegada de Turistas Nacionales y Extranjeros al Cantón Sigchos	62
Tabla 28 Perfil del turista Extranjero	63
Tabla 29 Perfil del turista Nacional	64
Tabla 30 Atractivos Culturales del Cantón Sigchos	65
Tabla 31 Actividades Recreacionales en el Cantón Sigchos	67
Tabla 32 Servicio de Alojamiento	68
Tabla 33 Servicio de Alimentos y Bebidas Registrados en el MINTUR	68
Tabla 34 Servicio de Alimentos y Bebidas	69
Tabla 35 Listado de los principales platos tradicionales del Cantón Sigchos	71
Tabla 36 Servicio de Transporte de Público	72
Tabla 37 Compañía de camionetas de Sigchos	73
Tabla 38 Guías Turísticos Cantón Sigchos	73
Tabla 39 Características de la oferta gastronómica	88
Tabla 40 Oferta Gastronómica Pujilí	90
Tabla 41 Oferta Gastronómica Sigchos	91
Tabla 42 Gastos para el circuito	99
Tabla 43 Información de los puntos del circuito	99
Tabla 44 Itinerario del Circuito Gastronómico.....	102

Tabla 45 Aspectos del comité de gestión	107
Tabla 46 Planificación del producto	109
Tabla 47 Cronograma de la Feria Gastronómica	114
Tabla 48 Cronograma de actividades	117
Tabla 49 Gasto y Costos de la Feria Gastronómica	119
Tabla 50 Costos de inscripción y entradas	119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa del área de estudio del Cantón Pujilí	24
Figura 2 Mapa del área de estudio del Cantón Sigchos	25
Figura 5 Nacionalidad	74
Figura 6 Lugar de residencia	75
Figura 7 Género	76
Figura 8 Edad	77
Figura 9 Estado Civil	77
Figura 10 Nivel de Educación	78
Figura 11 Promedio mensual de ingreso	78
Figura 12 ¿Cuál es el gasto promedio durante el viaje en el cantón?	79
Figura 13 ¿Qué medio de transporte suele utilizar cuando viaja?	79
Figura 14 ¿Con quién visita el cantón?	80

Figura 15 ¿Con que frecuencia suele viajar?	81
Figura 16 ¿Qué le motiva a visitar el cantón?	81
Figura 17 ¿Qué tanto influye la gastronomía al momento de elegir un destino?.....	82
Figura 18 ¿Cuánto tiempo estima permanecer en el cantón durante su visita?	83
Figura 19 ¿Qué tan importante considera el diseño de productos turísticos enfocados en la gastronomía para enriquecer la experiencia del visitante en el cantón?	83
Figura 20 Si se diseñara un producto turístico gastronómico que ofrezca experiencias auténticas y tradicionales en el cantón, ¿Qué tan interesado estaría usted en participar?	84
Figura 21 ¿Cuál de los siguientes productos gastronómicos le gustaría que se implementé en el cantón?	85
Figura 22 ¿Qué valoraría más en un producto turístico gastronómico?	85
Figura 23 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por experiencias gastronómica?	86
Figura 24 ¿Considera que la creación de un producto turístico gastronómico contribuiría a mejorar la economía local y atraer más turismo al cantón?	87
Figura 25 Logotipo del circuito gastronómico	94

Figura 26 Mapa del recorrido.....	98
Figura 27 Afiche y Publicidad	104
Figura 28 Comité de trabajo	105
Figura 29 Ficha de Inscripción	111
Figura 30 Croquis de la Feria Gastronómica	116

1 INFORMACIÓN GENERAL

Título: Diseño de Productos Turísticos Gastronómicos en los cantones Pujilí y Sigchos, Provincia de Cotopaxi

Lugar de ejecución: Cantones Pujilí y Sigchos “Provincia de Cotopaxi”

Institución, unidad académica y carrera que auspicia

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

Proyecto Vinculado:

La gastronomía como estrategia resiliente para la salvaguarda del patrimonio cultural local y dinamizador de la economía del territorio a través del turismo en la Provincia de Cotopaxi.

Nombre de equipo de investigación

Tutor: Daniela Alejandra Rodas Vinueza

Correo: daniela.rodas@utc.edu.ec

Alumno: Nataly Verónica Pilatasig Baño

Correo Institucional: nataly.pilatasig4626@utc.edu.ec

Área de conocimiento: Servicios.

Línea de investigación: Planificación y gestión del turismo sostenible y sustentable.

Sublínea de Investigación: Análisis del turismo.

2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En contexto Rojas (2018), menciona que el turismo gastronómico se categoriza en el campo del turismo cultural, de esta manera ha sido definida por diversos autores a lo largo del tiempo, considerándose extremadamente importante como un recurso sostenible para el turismo local de un lugar, completando con otras áreas como: productos agropecuarios, de origen ecológico y la elaboración de productos con aportes culturales, también se hace referencia el comportamiento y la motivación del turista como una fuente de inspiración en su exigencia primordial, que busca la satisfacción en elementos diferenciadores y complementarios incrementando la visita a sectores primarios y secundarios.

Según Oñate (2020), Ecuador se caracteriza por la diversidad gastronómica de cada una de sus cuatro regiones. Su cocina autóctona representa el legado de una comunidad, es el reflejo de una mezcla de culturas y el reconocimiento de un pasado que hoy en día se ha ido fortaleciendo gracias a la riqueza cultural y a la variedad de zonas climáticas presentes en los lugares, su sabor y preparación de cada uno de sus platos. El país ha comenzado a ser reconocido internacionalmente por diversos atributos, convirtiéndose en un destino atractivo para muchos. Su gastronomía, rica y variada, se distingue por la calidad de los ingredientes utilizados, lo que le otorga un carácter único en cada una de sus provincias. Esto ha llevado a que ocupe un segundo lugar en términos de atractivos turísticos, gracias a la elaboración de sus platos tradicionales (Falcón V. V., 2018).

En la provincia de Cotopaxi, el turismo se considera un impulsador de la economía, favoreciendo a la actividad turística que sea integral con relación al medio ambiente, con una gran relevancia cultural buscando el reconocimiento del turismo gastronómico, a través técnicas

ancestrales mediante el uso de productos autóctonos de la zona y la realización de los platos y sobre todo la historia. (Guerrero, 2022).

Esta investigación ha tomado en cuenta la necesidad de diseñar productos turísticos gastronómicos, aprovechando la diversidad cultural gastronómica que poseen los cantones, a partir de la recopilación de datos fundamentales sobre su gastronomía, fortaleciendo su identidad local que posee los cantones permitiendo visibilizar y valorizar esta herencia cultural, evitando la pérdida de saberes ancestrales, de esta forma contribuya recolectar la información sobre la gastronomía tradicional con el objetivo de enseñar nuevas alternativas de productos.

Las contribuciones a la investigación están presentes en la información base vinculada con el proyecto de investigación del “Patrimonio Alimentario y Gastronómico de los cantones Pujilí y Sigchos de la provincia de Cotopaxi”, que busca la revalorización gastronómica, debido a que este es un punto indispensable en la cultura y el turismo dentro del país, debido a que hoy en día los turistas buscan degustar y conocer una gastronomía diferente, otorgando así la importancia a los elementos culturales y técnicas gastronómicas que representan la identidad cultural de cada pueblo, evitando la pérdida de sus costumbres y tradiciones (Jácome & Patiño, 2022).

Los beneficiarios de este proyecto son los visitantes locales, nacionales y extranjeros, quienes tienen la oportunidad de descubrir y deleitarse con la abundancia gastronómica, ofreciendo nuevos sabores que son poco conocidos, que no se pueda encontrar en otros lugares, teniendo en cuenta las preferencias del turista, siendo ellos partícipes que contarán con productos turísticos gastronómicos complementarios a las actividades de ocio y recreación, con el propósito de obtener una experiencia más integral, asegurando que de esta manera posibilita a los visitantes una experiencia distinta y atractiva que potencie su estadía. Esto genera un impacto positivo a los

cantones en el ámbito económico y social, al momento de atraer un flujo constante de visitantes, los establecimientos turísticos generan más ingresos económicos y generando empleo.

Se busca generar un impacto positivo, la cual permita facilitar distintas propuestas, además de propagarse las características gastronómicas del cantón y diversificar las actividades de turismo en los cantones (Pujilí y Sigchos). Los productos turísticos gastronómicos, mostrarán los detalles de la gastronomía tradicional de los cantones, junto con sus respectivas parroquias. Esta información será esencial para futuros proyectos vinculados con el tema de investigación.

3 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Los beneficiarios directos son los turistas locales, nacionales y extranjeros, quienes se beneficiarán de la variedad de la oferta turística de los cantones. Para garantizar un entorno confiable, donde todos los participantes involucrados en los productos turísticos gastronómicos y las autoridades de los cantones se encargan de dar una buena estancia a los visitantes. Además, se puede interpretar como beneficiarios directos a los establecimientos de alimentos y bebidas de los cantones, que se involucrarán en los productos turísticos gastronómicos, desarrollando un impacto económico positivos a agricultores, emprendedores y negocios pequeños aledaños que proveen los ingredientes necesarios para la elaboración de estos.

Entre los actores que se favorecen de manera secundario se encuentran los estudiantes de la carrera de Turismo, y habitantes que pertenecen a los dos cantones, puesto que ahí se encuentran los atractivos turísticos gastronómicos en estudio, buscando el beneficio económico para los cantones, atrayendo la afluencia turística de los visitantes.

Tabla 1 *Beneficiarios directos*

Beneficiarios directos

Turistas nacionales y extranjeros del cantón Sigchos (anuales)	25.920
Turistas nacionales y extranjeros del cantón Pujilí (anuales)	84.290
Establecimientos de alimentos y bebidas registrados en el cantón Sigchos	2
Establecimientos de alimentos y bebidas registrados en el cantón Pujilí	14

Nota: *Beneficiario directos* **Fuente:** (PDOT PUJILÍ, 2023-2027), (PDOT SIGCHOS, 2019-2023) y (MINTUR, 2019). **Elaborado por:** *Nataly Pilatasig*

Tabla 2 *Beneficiarios Indirectos*

Beneficiarios Indirectos	
Estudiantes de Turismo UTC	157
Pobladores del cantón Sigchos	18 460
Pobladores del canto Pujilí	
GADMIC Pujilí Dirección de Desarrollo	66 988
Social (Turismo)	4
GAD Sigchos	2

Nota: *Beneficiario directos e indirectos* **Fuente:** ICEN-CPV 2022, Universidad Técnica de Cotopaxi (2024), (PDOT PUJILÍ, 2023-2027), (PDOT SIGCHOS, 2019-2023). **Elaborado por:** *Nataly Pilatasig*

4 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La gastronomía, a lo largo de la historia, ha estado sujeta a diversos factores que abarcan diversos elementos culturales, sociales y e incluso económicos. El modo en que los individuos se vinculan con los alimentos ha impactado en la diversidad gastronómica global, desde las costumbres transmitidas en el entorno familiar hasta las preferencias fomentadas por la expansión

global. Permitiendo el intercambio cultural y generando memorias duraderas, cada plato es una historia viva que el turista puede saborear. Sin embargo, se presentan desafíos por la falta de protección a las recetas de los platos tradicionales, que no cuentan con la denominación de origen o la protección legal adecuada. Esta es una de las causas principales que genera como efecto la pérdida de control sobre los productos locales y apropiación indebida de las recetas ancestrales por grandes empresas (Guzmán, 2024). A nivel global, la gastronomía ha representado un peligro por la desaparición de características culturales autóctonas y a la falta de protección de recetas tradicionales, lo que ha facilitado apropiación indebida de conocimientos gastronómicos ancestrales por parte de las grandes industrias.

En relación con Mora (2023) en América Latina, la circunstancia no varía. La gastronomía desempeña un rol fundamental en los atractivos turísticos regionales, evidenciándose países como Perú el cual ha desarrollado actividades para contribuir con un aporte positivo a la gastronomía de las diversas manifestaciones culturales propias de la zona. Sin embargo, una de las causas visibles del deterioro gastronómico en la región se debe a la llegada de visitantes que optan vivir como ciudadanos en los diferentes países, incorporando sus propias tradiciones gastronómicas. Esto ha provocado el efecto de que las opciones gastronómicas tradicionales pierdan relevancia frente a las propuestas extranjeras, afectado directamente su preservación.

En el caso de Ecuador las tendencias han ido evolucionando, a pesar de ser un país plurinacional y pluricultural, ofrece elementos esenciales para el aprovechamiento turístico gastronómico, no se han aprovechado adecuadamente estas oportunidades en muchas zonas del país. La causa de este desaprovechamiento es la falta de iniciativas estructuradas que impulsen la promoción de productos locales con identidad propia, lo que, como efecto, ha dificultado su posicionamiento como un producto turístico (Arias, 2020). Según Medrano (2020), reconoce que

la gastronomía forma parte importante para el desarrollo turístico y económico, además Ecuador alberga una amplia variedad gastronómica e identidad en cada uno de sus platos. Todas las recetas son un reflejo de los saberes, sabores y conocimiento seguirá fomentando el valor cultural que tiene por descubrir nuestro país. En Ecuador, aunque existe una gran diversidad gastronómica y un fuerte potencial para el desarrollo del turismo gastronómico, aún no se ha aprovechado adecuadamente estas oportunidades en muchas zonas del país. La falta de iniciativas estructuradas ha dificultado la promoción de productos locales con identidad propia, afectando su posicionamiento como producto turístico.

Por otro lado, en los cantones Pujilí y Sigchos, el espacio concreto de este proyecto, no se evidencia productos gastronómicos innovadores, atractivos y satisfactorio, a pesar de la variedad de gastronomía tradicional que posee dichos cantones. Esta situación actual representa el problema por la carencia de productos organizadas limita el aprovechamiento del potencial turístico gastronómico. Esto puede causar un efecto negativo significativo tanto para los turistas como para la comunidad aledaña. Debido a que los turistas o visitantes no solo buscan disfrutar de la belleza de los lugares naturales y culturales, además de su diversidad gastronómica, esta situación llevó a una reducción gradual del flujo turísticos, perjudicando negativamente a la economía generada. Con el propósito de mitigar estas consecuencias, por lo cual se considera esencial crear productos de alto nivel, captando la atención del turista e incentivando la prolongación de su estancia en el destino. En este contexto, surge la necesidad de conocer sobre qué elementos de la gastronomía local podrían convertirse en base para la crear productos turísticos con identidad. Surge la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las características de los productos gastronómicos de Pujilí y Sigchos que resalten la riqueza cultural? Esta pregunta guía el desarrollo del presente proyecto, cuyo propósito es diseñar productos turísticos gastronómicos que generen experiencias únicas y fortalezcan la económica local.

5 OBJETIVOS

5.1 Objetivo general

Diseñar productos turísticos gastronómicos en los cantones Pujilí y Sigchos, a partir del diagnóstico de la situación actual del turismo estableciendo las características de la oferta y demanda resaltando la riqueza cultural.

5.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación turística gastronómica actual de los cantones Pujilí y Sigchos.
- Establecer las características de la oferta y la demanda del turismo gastronómico de los cantones Pujilí y Sigchos.
- Diseñar productos turísticos gastronómicos en los cantones Pujilí y Sigchos resaltando la riqueza cultural.

6 ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Actividades y sistemas de tareas con relación a los objetivos planteados.

Tabla 3 Cuadro y sistema de actividades

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	METODOLÓGIA	RESULTADOS
Diagnosticar la situación turística gastronómica actual de los cantones Pujilí y Sigchos.	<input type="checkbox"/> Revisión bibliográfica.	Tipo: Diagnóstico	Diagnostico situacional del
	<input type="checkbox"/> Levantamiento de información primaria	Método: Descriptivo, bibliográfico.	turística gastronómica
	<input type="checkbox"/> Diseño de la entrevista	Técnica: Revisión bibliográfica y	actual de los cantones.
	<input type="checkbox"/> Determinar actores claves	Instrumento: Artículos científicos,	
	<input type="checkbox"/> Validación de la entrevista	PDOTS, Tesis y Catastros.	
	<input type="checkbox"/> Aplicación de la entrevista		
	<input type="checkbox"/> Visita a la Dirección de turismo de los cantones		
	<input type="checkbox"/> Solicitud de catastros de la planta turística.		
	<input type="checkbox"/> Análisis y sistematización de la información.		
	<input type="checkbox"/>		

<p>Establecer las características de la oferta y la demanda del turismo gastronómico de los cantones Pujilí y Sigchos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Revisión de fuentes primarias y secundarias <input type="checkbox"/> Selección de información y documentos Cálculo del tamaño muestral Diseño de encuesta Validación de la encuesta Salida de campo <input type="checkbox"/> Sistematización de la información <input type="checkbox"/> 	<p>Tipo: Diagnostico, documental y de campo.</p> <p>Método: Cualitativo</p> <p>Técnica: Análisis, documental, entrevistas y encuestas.</p> <p>Instrumentos: Artículo científico, tesis, cámara de turismo y guion cuestionario.</p>	<p>Características de la oferta y la demanda del turismo gastronómico.</p>
<p>Diseñar productos turísticos gastronómicos en los cantones Pujilí y Sigchos resaltando la riqueza cultural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Revisión bibliográfica <input type="checkbox"/> Aplicación del manual de diseño de ruta SENA y el Manual de ferias PROMOCAP. 	<p>Tipo: Descriptivo y de campo.</p> <p>Método: Inductivo, Manual SENA</p> <p>Técnica: Diseño de productos.</p> <p>Instrumento: Guía diseño de rutas SENA, Manual para organizadores de Ferias PROMOCAP, artículo científico.</p>	<p>Productos turísticos gastronómicos.</p>

7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO

En la elaboración del proyecto, se consideró los documentos de base jurídica como: leyes, normas, artículos que se relacionen estrechamente con el tema de investigación. Bajo ese contexto, se ha considerado tratar artículos que se encuentren en la (Constitución del Ecuador , 2008), (Ley de Turismo, 2014) y (Ley de Patrimonio Cultural, 2007).

7.1 Marco Legal

7.1.1 Constitución de la República del Ecuador

De acuerdo con la Constitución del Ecuador (2008) en el art. 13 establece que los derechos alimentos sanos y nutritivos, de preferencia aquellos que producen de manera local y tienen relación con la identidad de los pueblos. Por ello, el presente proyecto, realizara un análisis de los platos que se elaboren y consumen, tanto en la alimentación diaria como aquello que se comercializan de manera regular e incluso lo que estén presentes en fiestas y festividades, determinando cuáles pueden mantenerse y ser aprovechados turísticamente.

En el art. 21 de la Constitución de la Republica del Ecuador (2008), se establece que los ciudadanos tienen “Derecho a formar y conservar su identidad cultural, decidir la permanencia en una o varias comunidades culturales; difundir sus propias expresiones culturales. No se podrá implicar a la cultura cuando se vulnere los derechos reconocidos”.

En los art. 22 y 23 de la Constitución del Ecuador (2008), indica que los habitantes pueden ser participe en actividades relacionadas con cultura, garantizando su derecho patrimonial, permitiendo la inclusión y participación en ámbitos de uno colectivo, de esa forma llevando a cabo el compartir de costumbres, fortaleciendo la convivencia armónica y garantizando una equidad en varios contextos según lo establecido por la ley.

7.1.2 Ley de turismo

En el art. 2 y 3 de la Ley de Turismo (2014) se propone las características de la actividad turística dentro del ámbito patrimonial, en la cual las autoridades formaran parte de estos principios ayudando al desarrollo turístico local, promoviendo la sostenibilidad en los recursos. Se considerará la participación de los pueblos indígenas para la salvaguarda, de sus costumbre, tradiciones e identidad cultural. Para así, ofrecer prestaciones turísticas y diseñar un producto gastronómico con la variedad de platos que existen en las zonas, promoviendo el desarrollo local ya antes mencionado.

7.2 Marco Teórico

7.2.1 Patrimonio Cultural

En relación con la Ley de Patrimonio Cultural (2007) en el art. 4, en los literales a y b define la “investigar, guardar, salvaguardar, restituir y promocionar el Patrimonio Cultural en el Ecuador”, con el fin de garantizar que las actividades se desarrollen de mejor manera. Con el fin de resguardar su patrimonio gastronómico tradicional que forma parte de una comunidad, región o país. Lo que implica que se deba preservar sus saberes y conocimientos gastronómicos para las nuevas generaciones. La identidad de cada uno de los pueblos o comunidades, que muestran las costumbres o tradiciones, las cuales deben ser protegidas y salvaguardadas, ya que ha logrado sobrevivir con el paso del tiempo. Una de ellas es la gastronomía tradicional en los cantones Pujilí y Sigchos, con una gran variedad de platos que se oferta, mediante esto podrá realizar el diseño de un producto gastronómico para contribuir con la economía local.

7.2.2 Patrimonio Tangible

De acuerdo con la UNESCO, los bienes materiales poseen un valor incalculable e irremplazable, porque constituye símbolos y evidencias del pasado histórico y cultural de una comunidad determinada (Panadero, 2021). De acuerdo con Chaparro (2018) los bienes

culturales deben ser preservados y restaurados, por su valor histórico, artístico, científico, estético o simbólico de campo. Estas medidas facilitan la restauración de la memoria colectiva, el fortalecimiento de las identidades culturales y la conservación del patrimonio, proporcionando una identidad única a cada lugar.

7.2.3 Patrimonio Gastronómico del Ecuador

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

Las expresiones culturales más ricas del país, influenciada por su diversidad geográfica y cultural, en especial en el ámbito gastronómico, donde podemos encontrar una gran variedad de platos. Debido a la diversidad de pisos climáticos que poseen los cantones, permite cosechar productos para la elaboración de sus platos autóctonos, tal es el caso del yahuarloco, Locro de papa, Cuy asado, Chugchucara, Maito, Chontacuro, Chicha de yuca etc.

7.2.4 Turismo

De acuerdo con Scielo (2020), el turismo es una actividad humana que tiene conexión con diversas áreas del saber y sociedad, tales como la economía, el medio ambiente, la estadística, la ciencia y la política. Esto indica que el movimiento tiene como objetivo la recreación, la experiencia gastronómica, la exploración cultural, satisfaciendo las necesidades particulares del viajero. Los visitantes llegan a un área, motivados por el interés de descubrir la comida local, buscando aprender, degustando y disfrutar de los sabores tradicionales.

La OMT (2021) indica que, la creación de una ruta turística se centra en valorar la importancia cultural y el impulso del turismo a la conservación de los patrimonios. Estas propuestas promueven el desarrollo social, económico y cultural, fortaleciendo los vínculos históricos que se encuentran en los sitios.

7.2.5 Turismo Gastronómico

Es una forma de turismo en la que los turistas tienen la posibilidad de conocer y disfrutar de varios componentes gastronómicos propio de la zona que visiten durante su trayecto, que están enfocados en la cultura de su lugar de origen (OMT, 2021). Para que un destino logre aprovechar los beneficios derivados de sus platos gastronómicos e integrarlos dentro del aprovechamiento turístico es fundamental contar con una planificación adecuada. Esta debe alinearse con los principios del turismo sostenible, vinculando la gastronomía local como una oportunidad estratégica para generar ingresos económicos, dinamizar el sector turístico y económico, y, sobre todo, revalorizar su patrimonio cultural.

Se trata de turista que muestra iniciativas o un interés particular para disfrutar de la gastronomía tradicional de un determinado lugar, con el propósito de descubrir nuevas opciones gastronómicas. Su motivación radica en salir de la rutina y de su zona de confort para así experimentar y saborear diferentes platos tradicionales (Chávez, 2023).

7.2.6 Patrimonio Gastronómico

De acuerdo con lo indicado por Carvajal (2024), el patrimonio gastronómico puede considerarse una manifestación cultural con un fuerte elemento creativo, originada en cada lugar en función de su contexto histórico, geográfico y ambiental. Este tipo de patrimonio manifiesta el valor simbólico que las comunidades demuestran en sus preparaciones con los productos característicos de cada uno. Además posee un carácter evolutivo, dado que se modifica con las transformaciones sociales. Cada ingrediente utilizado vinculado a la cosmovisión y legado cultural transmitido entre generaciones.

7.2.7 Gastronomía

La cocina representa un aspecto significativo para discutir sobre la cultura de cada nación. La gastronomía es esencial para quienes visitan, por el cual no es exclusiva para un grupo pequeño, sino que también revela más sobre sus tradiciones y costumbres, o como es la

vida cotidiana. Esto se observa en que ciertos países son famosos debido a la cocina (Mones, 2023).

La gastronomía constituye parte del patrimonio cultural inmaterial, porque recoge los saberes y conocimientos ancestrales de una sociedad. La gastronomía tradicional, vinculada a las características propias del entorno, forman parte del legado cultural de las comunidades, el cual los identifica a través de los cultivos, los productos y los platos tradicionales que representa sus raíces e identidad como comunidad, pueblo o etnia. Para lograr ese sabor característico de sus platos influye mucho la forma en que cultivan sus productos, porque esto son la materia prima para la elaboración, así como también las técnicas que utilizan en su preparación. De esta manera, se puede dar a conocer a los turistas y generar ingresos para la zona.

7.2.8 Gastronomía tradicional

“Aquellas preparaciones que son exclusivas de un territorio específico, de tal manera que una persona que se encuentra fuera de su localidad no puede consumir o disfrutar de esta elaboración especial” (Bermeo, 2020). El texto hace referencia a que el visitante o turista busca degustar los platos autóctonos de una comunidad, las cuales se caracterizan por ser poco comunes y utilizar elementos naturales, sin recurrir a productos sintéticos. Así el visitante tiene la oportunidad de sentir la autenticidad e identidad de la cocina local. Aunque la gastronomía se considere un bien intangible, puede establecerse en la memoria compartida y ser heredada a lo largo de las generaciones.

7.2.9 Tipos de gastronomía

En el ámbito turístico, la gastronomía se relaciona principalmente con el turismo gastronómico y el turismo comunitario.

En contexto de la Cultura y Turismo (2023), el turismo cultural se refiere al desplazamiento de individuos impulsados principalmente por el interés cultural. Esta

modalidad se ha establecido con un instrumento esencial para el desarrollo a nivel local y regional, porque genera beneficios socioeconómicos al promover la educación incrementar oportunidades de trabajo y contribuir a la reducción de la pobreza. En la actualidad, es una modalidad de turismo más utilizadas, pues brinda a los turistas la oportunidad de conocer y apreciar la historia, idioma, tradiciones, comida, rituales y otras manifestaciones culturales de los lugares que han visitado.

Es importante reconocer que el turismo gastronómico no se limita únicamente a cubrir una necesidad de alimentos, sino que también brinda la posibilidad de conocer y valorar la diversidad cultural que se refleja en la gastronomía propia de cada sitio. Mediante la exploración de sabores distintos y la implicación en la creación de recetas tradicionales, los viajeros se involucran de manera activa en la experiencia gastronómica, estableciendo así una conexión más significativa con la comunidad y transformando su estancia en una experiencia excepcional y enriquecedora.

El turismo comunitario contribuye al fortalecimiento y reconocimiento de las poblaciones rurales, cuyos habitantes, en su mayoría, se autodefinen como indígenas dedicados a labores campesinas. Estas comunidades lo que es ventajoso al involucrarlos de manera activa en el crecimiento del turismo. De este modo, los residentes asumen el rol de guías locales y proveedores de servicios, creando ingresos.

7.2.10 Innovación Gastronómica

En contexto de Martínez (2022) la innovación gastronómica se refiere a la creación de productos únicos, lo que implica mirar al pasado para diseñar algo novedoso para el futuro. Por ello, es necesario realizar investigaciones culturales y de mercado que permitan desarrollar propuestas gastronómicas innovadoras, con el objetivo de que el cliente o visitante pueda vivir nuevas experiencias y así alcanzar el éxito.

7.2.11 Destinos Turísticos

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

Un sitio turístico no solo es la ubicación geográfica, sino un espacio que ofrece a las visitantes novedades en cuanto a productos, servicios, actividades y experiencias. Incluye alimentación, hospedajes y transporte con el objetivo de brindar al turista una mejor estancia que lo motive a regresar.

7.2.12 Destinos turísticos gastronómicos

Es un lugar reconocido por ofrecer experiencias gastronómicas que atrae a los visitantes interesado en explorar la gastronomía local y aprender sobre su relación con la cultura, historia y tradiciones. Por ejemplo, se consume Ribollita en toscana, Italia mientras que, en San Sebastián, España, es un lugar donde cualquier persona degustaría el Chuletón a la brasa. Mientras que en Perú un país muy conocido por exquisito Ceviche, también hay países con gran influencia gastronómica que son considerados destinos turísticos.

7.2.13 Productos turísticos

Según ONU Turismo (2024), es “una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específicos de interés, a cambio de un precio”.

En conclusión, se refiere a la incorporación de componentes tanto materias como inmateriales, tales como atractivos turísticos, infraestructura, actividades de ocio y representaciones visuales y simbólicas, los cuales, en conjunto buscan satisfacer las expectativas de los turistas, conformando así la experiencia autóctona.

7.2.14 Diseño de productos turístico

Según Nasimba (2018), “El diseño adecuado de objetivos, estrategias y actuaciones como fin poner en marcha un proceso orientado a la acción que dé respuesta a necesidades concretas. Algo que se consigue a través de planes estratégicos, planes de marketing con un diseño adecuado”.

7.2.15 Productos turísticos gastronómicos

En otras palabras, estos elementos están estrechamente relacionados con el turismo gastronómico, porque es un claro ejemplo de la conexión entre los recursos naturales y culturales, combinando elementos materiales e inmateriales para crear una experiencia única, formando parte de una experiencia turística (Montecinos, 2016).

Se identifican diferentes productos como:

7.2.16 Rutas gastronómicas

Es un recorrido que facilita la identificación de los elementos con una secuencia lógica, permitiendo visitar los atractivos y degustar la gastronomía local. Por otro lado las rutas gastronómicas se realizan alrededor de un producto turístico clave (Moncayo, 2020).

Una ruta gastronómica desempeña una función esencial en el desarrollo del turismo de los cantones de estudio, dado que genera la economía local al captar la atención de visitantes deseosos de explorar y saborear la gastronomía tradicional. Asimismo favorece la preservación de costumbres y conocimientos heredados de las comunidades, enriqueciendo su identidad cultural, por lo que una ruta no solo destaca la gastronomía tradicional, sino también impulsa las actividades complementarias como ferias, talleres o paseos culturales, lo que crea oportunidades tanto económicas como sociales favoreciendo el desarrollo integral.

7.2.17 Circuito gastronómico

Según Tenorio (2019), “asevera que los circuitos gastronómicos son aquellos recorridos en donde no solo los espacios donde se vende comida son los que atrae la atención

al público”. También lo son las trayectorias que muestra los lugares desde los cuales se obtiene los ingredientes e insumos para la preparación de los platillos. Todo lo anterior se constituye en la manera más efectiva en que las personas descubren el patrimonio alimentario de una región.

Un circuito gastronómico es un recorrido planificado que conecta diversos puntos de interés, como mercados, ferias, restaurantes y otros establecimientos locales. Su objetivo es mostrar y promover los productos gastronómicos tradicionales, dando a conocer no solo los sabores, sino también el origen de los ingredientes, las formas de preparación y la historia y el simbolismo que cada plato representa para la comunidad.

7.2.18 Ferias gastronómicas

Una feria gastronómica es una actividad cultural y social enfocada en la degustación y difusión de alimentos y bebidas, ya sea destacando una preparación específica, un ingrediente característico o la cocina representativa de una zona geográfica (Sánchez, 2023).

Es un espacio donde se reúnen personas vinculadas a la actividad gastronómica. Ofrece degustaciones, talleres, conferencias, productos a la venta y variedad de actividades relacionadas a la cocina. Su principal objetivo es resaltar la riqueza gastronómica como parte del patrimonio cultural, permitiendo a los asistentes explorar la diversidad gastronómica.

7.2.19 Festivales gastronómicos

Según Sánchez (2023), “un festival de comida realmente destaca la especialidad regional y local de la comida o las actividades y programas relacionados con la comida”.

Se trata de una celebración que pone en valor la riqueza cultural de una comunidad, ofreciendo a los turistas la oportunidad de descubrir nuevas vivencias mediante el sabor y la experiencia gastronómica. Estos encuentros no se limitan únicamente a la degustación de los platos, sino también integran actividades complementarias como demostraciones de cocina,

talleres y presentaciones gastronómicas. De igual manera, se realizará programas relacionados con la gastronomía.

7.2.20 Experiencias turísticas gastronómicas

La experiencia gastronómica brinda al visitante un destino específico, porque involucra el descubrimiento de nuevos ingredientes y la exploración de distintas maneras de elaborar y disfrutar los alimentos. (Ruiz, 2024).

Los turistas no se conforman con visitar nuevos lugares, sino también anhelan vivir de manera auténtica la cultural local mediante su cocina. A través de la comida, tiene la oportunidad de disfrutar una experiencia multisensorial que integran gustos, olores, sensaciones y sentimientos. La gastronomía actúa como un canal que facilita el acercamiento del viajero a las raíces culturales del destino, propiciando una comprensión más profunda de sus tradiciones y modos de vida.

7.2.21 Oferta Turística

Una oferta gastronómica es el conjunto de bebidas y alimentos que ofrece un establecimiento dedicado a la restauración. Desarrollar una buena oferta es primordial para atraer la atención de posibles clientes. Todo ello debe garantizar una buena calidad y atención al servicio desde una perspectiva innovadora, de manera que el cliente quiera repetir su experiencia en un futuro. (Two Many Chefs Gastroshock, 2023).

Un producto se conforma por elementos tangibles e intangibles que permiten proporcionar una atención integral al visitante que están diseñados para satisfacer las experiencias de una persona interesada en realizar un viaje. El turista, es quien finalmente consume los servicios ofrecidos, es fundamental analizar sus preferencias y elaborar la propuesta turística basada en esas necesidades (CEUPE magazine, 2022).

Es esencial que la propuesta turística responda de una manera positiva a la demanda y a la expectativa de los turistas. En la oferta gastronómica encontramos una amplia gama de

presentaciones, acompañados por diferentes actividades turísticas que motiven al turista descubrir y experimentar nuevas vivencias que implique conocer tradiciones gastronómicas, paisajes, historia entre otros.

7.2.22 Demanda Turística

Según SECTUR (2022), “es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino”.

La demanda turística hace referencia a los productos o servicios relacionados al turismo, que los visitantes están dispuestos a consumir durante su estadía o visita al lugar por diferentes motivos como la cultura, tradiciones, costumbres o de una manera de salir de su rutina diaria. (ILERNA, 2024).

Son individuos que se desplazan por diferentes destinos utilizando y adquiriendo diversos servicios turísticos importantes como alojamiento, alimentación y transporte. Estas actividades contribuyen de manera directa generando ingresos a los diferentes lugares.

7.2.23 Demanda Histórica

Para comprender de una mejor manera los factores que influyen en los resultados obtenidos, es necesario analizar el comportamiento histórico de la demanda. Es importante definir con precisión el área geográfica y aplicar un enfoque general o segmentado. El análisis debe centrarse en los lugares más indicados, al momento de seleccionar el tipo de información nos ayudara a evaluar la evolución de la demanda. (Canto, 2018).

7.2.24 Demanda actual

Para analizar el perfil del visitante actual, es esencial partir de un estudio previamente analizado, que muestre el desenlace de varios sucesos ocurridos en el pasado. Estos resultados serán analizados mediante el comportamiento de la demanda anteriormente, lo que facilitara realizar una base firme para efectuar futuras proyecciones (Canto, 2018).

7.2.25 Demanda Futura

La valoración de la demanda es un instrumento necesario para la toma de decisiones en cualquier proyecto, lo que posibilita prever la cantidad de servicios o productos turísticos podrían ser consumidos por los visitantes. Este procedimiento es fundamental en el estudio de la información de la demanda histórica y la demanda actual, esto permite analizar de manera determinada las propuestas que ofrecen las competencias, teniendo en cuenta elementos como la afluencia turística, y características que influyan en el comportamiento de la demanda (Canto, 2018).

7.2.26 Demanda Potencial

Se refiere al volumen máximo que podría alcanzar al vender un producto o servicio en un mercado determinado. Es importante valorar estos resultados para definir el comportamiento de la demanda y tener una proyección clara y concisa para una demanda futura (Canto, 2018).

8 VALIDACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA

¿Cuáles son las características de los productos gastronómicos de Pujilí y Sigchos que resalten la riqueza cultural?

En los cantones Pujilí y Sigchos se destacan diversas características que evidencian y promueven su riqueza cultural. Los platos tradicionales se elaboran a partir de los ingredientes autóctono como maíz, papa, habas, melloco, quinua, carne de cuy, borrego y hierbas, los cuales se obtienen en las zonas rurales de la región. Se destaca por su modo de preparación artesanal, donde se mantiene vivas las técnicas artesanales transmitidas oralmente de generación en generación, que están vinculadas con las festividades tradicionales y celebraciones religiosas, lo que hace que estos platos no solo se consumen, sino que también cumple una función simbólica y ceremonial, que posee una identidad cultural, es decir, cada preparación representa las costumbres, valores y entorno geográfico de la comunidad.

9 METODOLOGÍA

La realización del proyecto de esta investigación es transversal con un enfoque cualitativo a nivel exploratorio lo cual permitió al investigador alcanzar los objetivos establecidos que brinda una perspectiva clara sobre la situación turística gastronómica en los cantones de Pujilí y Sigchos. Lo que permitió la recopilación de información basada en experiencias, opiniones y observaciones directas, tanto de los turistas como de los actores clave involucrados.

9.1 Descripción del área de estudio

9.1.1 Cantón Pujilí

El cantón Pujilí, localizado aproximadamente a 10 km al oeste del cantón Latacunga, en la provincia de Cotopaxi, posee 66 980 pobladores, entre ellas se encuentran 6 parroquias rurales y 1 urbana. A continuación, se da a conocer las parroquias:

Urbanas: Pujilí (matriz)

Rurales: La victoria, Guangaje, Zumbahua, Angamarca, Pilaló y El Tingo la Esperanza.

Figura 1

Mapa del área de estudio del Cantón Pujilí



Nota: El gráfico representa el mapa del cantón (GADMIC Pujilí, 2022-2025).

9.1.2 Cantón Sigchos

El cantón Sigchos es el más extensa, localizado a 67 km al noroccidente de Latacunga, en Cotopaxi, con un total de 18 460 pobladores, asentados dentro de 4 parroquias rurales y 1 parroquia urbana. A continuación, se da a conocer las parroquias:

Urbanas: Sigchos (Matriz)

Rurales: Chugchilán, Las Pampas, Isinliví y Palo Quemado

Figura 2

Mapa del área de estudio del Cantón Sigchos

Este tipo de investigación permite comprender el contexto de estudio y generar propuesta de mejora. En este caso, se utilizó para identificar el patrimonio gastronómico existentes de los dos cantones y analizar su estado actual.

9.4 Técnicas e instrumentos

9.4.1 Revisión bibliográfica

Esto permite reunir la información de diferentes documentos. Su principal objetivo al utilizar las fuentes secundarias es obtener información pertinente que facilite la toma de decisión, porque es importante apoyarse de investigaciones anteriores que sea respaldado por otros investigadores (Ortega, 2020).

Al hablar de la técnica de revisión bibliográfica dentro del proyecto, consiste en obtener información escrita de diversos estudios relacionados. Esto implica fácil recopilar datos mediante diferentes autores para que el investigador adquiriera un conocimiento adecuado. Por lo tanto, se realizará la siguiente revisión bibliográfica en base a los artículos académicos, proyectos anteriores de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, revistas y PDOT de los cantones Pujilí y Sigchos, el Ministerio de Turismo y el Instituto Nacional de Censo, las cuales proporcionaron información confiable.

9.4.2 Entrevista

Es un método de investigación cualitativa, la cual, según Bravo (2020), se define la entrevista como “una conversación que se proponen con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar”. Se trata de intercambiar ideas, opiniones, puntos de vista sobre un tema en particular, para así obtener información detallada que contribuya a la investigación.

La entrevista es un instrumento útil que permitió la recopilación de información de primer orden sobre los aspectos gastronómicos. Esta técnica facilitó el diálogo con las autoridades y los establecimientos de alimentos y bebidas, formulando preguntas claras y

accesibles, con el propósito de reunión, documentar y registrar la información. Como se puede observar en el Anexo 1.

9.4.2.1 Objetivo de la entrevista

Obtener información detallada y precisa de la situación turística gastronómica actual de los cantones Pujilí y Sigchos.

9.4.2.2 Actores claves

Los actores claves son aquellas personas o instituciones directamente relacionados al tema de investigación. Para llevar a cabo investigación, se identificó como parte de los actores claves a las autoridades de las instituciones de cada GAD cantonal, turistas involucrados en el tema y establecimientos de alimentos y bebidas, solicitando base de datos o información acerca de la gastronomía tradicional.

Tabla 4 *Actores claves sector público*

Nombre	Cargo
Ing. Verónica Herrera	Técnico de Turismo Pujilí
Ing. Paola Toaquiza	Técnico de Turismo Pujilí
Ing. Patricio Vega	Técnico de Turismo Pujilí
Ing. Armando Lisintuña	Técnico de Turismo Sigchos

Nota: Identificación de actores claves

Tabla 5 *Actores claves Establecimientos de alimentos & bebidas del cantón Pujilí*

Establecimiento	Cantón
Café Bar el Compita	Pujilí

“On” Bar	Pujilí
Bar Karaoke El Caporal	Pujilí
Ruskaya’s	Pujilí
Coco-Barril	Pujilí
California	Pujilí
Mocawa	Pujilí
Beer Club	Pujilí
La Hueca del Diablo	Pujilí
Casa fraga	Pujilí
Mercado de Pujilí	Pujilí
Asadero El Clásico	Pujilí
Asadero El Mana	Pujilí
Remembransas	Pujilí
Runa Ñan	Pujilí
Restaurante Sisa Pakary	Pujilí
Karu Ñan	Pujilí
Pizzeria Doña Teresita	Pujilí

Nota: Identificación de actores claves de establecimientos

Tabla 6

Actores claves Establecimientos de alimentos & bebidas del cantón Sigchos

Establecimiento	Cantón
Restaurante María Martha	Sigchos
Comidas Rápidas “Al Paso”	Sigchos
Venta de jugos Naturales Susanita	Sigchos
Restaurante N/N	Sigchos

Picantería “ESTHERSITA”	Sigchos
Restaurante Mi Kuna	Sigchos
Comida rápida “Papitas Express”	Sigchos
Comidas rápidas y bebidas	Sigchos
PENKO Catering Servicio-Restaurante	Sigchos
Comidas rápidas “The King”	Sigchos
Paradero “El Jardín Colgante”	Sigchos
Servicio de comida Ximenita	Sigchos
Mini Picantería	Sigchos
Heladería Sigchos	Sigchos
Restaurante “Dinos”	Sigchos
Picantería “Elvita”	Sigchos
Restaurante María	Sigchos
Marisquería Terán	Sigchos
Asadero “El Leñero”	Sigchos
Comidas rápidas	Sigchos
Marisquería “Tiburón Blanco”	Sigchos
Restaurante SOTO	Sigchos
Restaurante extensión Mi Kuna	Sigchos
Asadero de Pollos N/N	Sigchos
Mercado “24 de mayo”	Sigchos
Servicio de comida “DOÑA LU”	Sigchos
Cafetería y restaurante “PAQUITA”	Sigchos
Marisquería “DOS SIRENAS”	Sigchos
Comida Rápida “OTOS”	Sigchos

Nota: Identificación de actores claves de establecimientos

9.5 Objetivo 2

Para realizar el segundo objetivo, se utilizó la metodología cualitativa con el fin de establecer las características de la demanda y la oferta en los cantones.

9.6 Tipo de investigación

9.6.1 Investigación diagnóstica

El objetivo de esta investigación es identificar la oferta y demanda Pujilí y Sigchos, ya que no se disponía de datos actualizados que faciliten el desarrollo de productos gastronómicos orientados a los visitantes de los sitios.

9.6.2 Investigación documental

La investigación documental, llevado a cabo bajo un enfoque cualitativo, es fundamental para el análisis y recolección de información provenientes de diferentes fuentes como libros, publicaciones científicas, revistas, grabaciones y memoria de los eventos realizados. En este método la observación desempeña un rol fundamental facilitando el análisis y a la identificación de información relacionados con el estudio (Reyes, 2020).

Se realizó una revisión documental con el fin de descubrir un instrumento apropiado que facilite la recolección de datos sobre las características de los visitantes, así como el de establecimientos de alimentos que promueven la gastronomía en los cantones.

9.6.3 Investigación de Campo

En contexto de Cajal (2018), “La investigación de campo es aquella en la que los datos se recolectan o provienen directamente de los sujetos investigados o de la realidad en la que ocurren los hechos; no se modifican ni se manipulan variables; es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes”.

En la investigación de campo, se llevó a cabo visitas presenciales que facilitaron un contacto directo con los actores involucrados, específicamente los establecimientos de alimentos y bebidas, así como autoridades locales. Este acercamiento facilitó la recolección de datos precisos y fiables para diagnosticar el estado actual gastronómico.

9.7 Técnicas e instrumentos

9.7.1 Análisis de documentos

Es una técnica orientada a entender el contenido de los documentos de manera clara y que facilite su localización y uso. Este proceso conlleva un revisión analítica y sintética que permite identificar las ideas claves (Dulzaides, 2024).

9.8 Tamaño muestral

Según García (2020), el tamaño muestral es la proporción de una población que participa en el estudio, esto quiere decir que permite que los investigadores conocer cuántos individuos necesitan ser estudiados, asegurando la validez, fiabilidad y precisión de los resultados.

Para el cálculo del tamaño de la muestra, es necesario contar con una población, en este caso, existen dos tipos de población, por lo que es fundamental considerar la distinción entre la población finita e infinita.

Población finita: se denomina una población finita al conjunto de elementos limitados que conforma el marco muestral. Este marco está compuesto por individuos u objetos que forman parte de la población total (UNEMI, 2019),

Después de establecer el concepto de la población, la más relevante para la investigación es la población finita, dado que ya se conoce el número aproximado de turistas que llegan a los cantones. Seguidamente, se aplicó la siguiente fórmula:

9.8.1 Población

La población hace referencia al conjunto de elementos o individuos que cumplen con los criterios que serán analizados. Para determinar el tamaño muestral, se consideró la llegada de turistas al cantón Pujilí en el año 2022, con un aproximado de 84.290 turistas (PDOT PUJILÍ, 2023-2027) y al cantón Sigchos en el año 2019, con un aproximado de 25.920 turistas

(PDOT SIGCHOS, 2019-2023), incluyendo a turistas locales, nacionales y extranjeros. Por lo tanto, la población total del tamaño muestral nos da un aproximado de 110.210 turistas, que llegaron a los dos cantones basándose en la información de los GAD'S y el (MINTUR, 2019).

Tabla 7 Población

Turista de los 2 cantones	
Segmento	Cantidad
Turistas nacionales y extranjeros (Pujilí y Sigchos)	110 210

Nota: Población **Fuente:** (MINTUR, 2019) (PDOT PUJILÍ, 2023-2027) (PDOT SIGCHOS, 2019-2023) **Elaborado por:** Nataly Pilatasig.

9.8.2 Cálculo del tamaño muestral

Se procede a delimitar la población. Según López P. L., (2019), “el universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otro”. La población se refiere al conjunto de individuos u objeto de estudio dentro de la investigación, que se busca obtener una información relevante.

Es una función matemática que permite estudiar ciertas características de una población con un nivel de confianza y precisión aceptables para la investigación.

Formula muestra finita:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra **N=** Tamaño de población= 110.210 **z=**

Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza del 95% = 1.96

e = Margen de error = 0.05 p = Probabilidad de que ocurra el evento de

estudio = 0.5 q = Probabilidad de que no ocurra el evento = 0.5

A continuación, elaboración del caculo muestral:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{110.210 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (110.210 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{110.210 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 110.209 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{110.210 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 110.209 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{110.210 * 0.9604}{275.5225 + 0.9604}$$

$$n = \frac{105.845.684}{276.4829}$$

$$n = 382,76 \text{ encuestas } n =$$

383

Después de completar el cálculo de la muestra no probabilística de la población finita, se obtuvo resultados, que, al redondear, corresponde a 383 individuos que deben ser encuestados.

9.8.3 Encuesta

Según Hernández (2024), “la encuesta es un método de investigación cualitativa que consiste en obtener información mediante la aplicación de un cuestionario a un determinado grupo de individuos, con el objetivo de conocer las opiniones, actitudes y comportamientos de un grupo de personas”.

En el presente estudio, las encuestas fueron fundamentales para identificar la gastronomía tradicional de los cantones, permitiendo obtener datos directos de los actores relevantes para su desarrollo. Se sustentó en fuentes secundarias como artículo académico y tesis.

Se diseñó un modelo de instrumento de recolección de datos tomando como referencia el artículo científico de Cabanilla (2011), titulado *Metodología para la elaboración de un estudio por encuesta de la satisfacción del turista*, de la Universidad de Especialidades Turísticas, el cual sirvió como base metodológica para estructurar una encuesta adecuada. A este modelo inicial se le adaptaron elementos provenientes de tesis afines con el tema, desarrolladas por autoras como: Suasnavas (2024), Choloquina (2024), cuyas investigaciones se relaciona al turismo gastronómico. Asimismo se adaptaron preguntas que resultaron repetitivas o poco significativas, lo que permitió elaborar un instrumento más pertinente para la recopilación de datos sobre los turistas que visitan los cantones y conocer los motivos que los impulsaron realizar la visita a los lugares.

Con el objetivo de desarrollar un instrumento apropiado que facilite la identificación del perfil del turista gastronómico de los Cantones Pujilí y Sigchos

El instrumento fue revisado por la Ing. Alejandra Rodas, docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Posteriormente, se aplicaron en total 383 encuestas a los turistas, el cuestionario estuvo conformado por 20 preguntas.

El análisis comparativo de los instrumentos se identifica en la tabla 5 y 6 con el propósito de establecer el más apropiado para su aplicación en la recolección de datos.

Tabla 8 *Análisis del Instrumento según su variable*

Instrumento	Variable		
	Demográfico	Socioeconómico	Motivación
Tesis			Preferencia

Salome	✓		✓	✓
Suasnavas				
Mayra	✓	✓	✓	✓
Choloquina				
Artículo				
Ms. Enrique	✓	✓	✓	
Cabanilla				

Nota: Análisis del instrumento **Elaborado por:** Nataly Pilatasig

Tabla 9

Análisis de los instrumentos

Autor	Análisis
Ms. Enrique Cabanilla	De acuerdo con la metodología propuesta por Cabanilla (2011), es fundamental que los cuestionarios sean claros y entendibles para todos los participantes de las encuestas. Es necesario emplear un lenguaje sencillo que facilite la comprensión de las preguntas. Uno de los elementos claves es determinar, desde el comienzo, si los participantes se encuentran como turistas, con el fin de recolectar una información precisa.
Salome Suasnavas	En la tesis de Suasnavas (2024) se identifica que el cantón Saquisilí atrae visitantes nacionales en una edad aproximada de 18 a 30 años, que buscan experiencias gastronómicas y entender los procedimientos y técnicas de la elaboración gastronómica, además de familiarizarse con la cultural local.

Salome Suasnavas

En el análisis realizado en la tesis de Choloquina (2024) se determinó que los visitantes en el cantón Latacunga son principalmente ecuatorianos que provienen de la ciudad de Quito y Ambato. La edad de los visitantes oscila entre los 18 y 33 años, que buscan nuevas experiencias turísticas como es en el ámbito gastronómico, siendo partícipes de las actividades que se realicen.

Mayra Choloquina

Nota: Análisis del instrumento **Elaborado por:** Nataly Pilatasig

9.8.3.1 Instrumento

Este instrumento aplicado fue el producto de la evaluación y modificación de propuestas de 3 autores diferentes, lo que facilitó el diseño de una herramienta apropiada para la recopilación de datos en el estudio. Ver Anexo 2

9.8.4 Salida de Campo y aplicación de encuestas

Para obtener los resultados, se planificaron las visitas realizadas por Nataly Pilatasig a cada uno de los establecimientos de alimentos y a visitantes locales, nacionales y extranjeros. Durante la visita, se pidió la autorización en los GAD'S para proceder a recopilar la información con el instrumento de estudio en los lugares seleccionados, proporcionándoles una explicación detallada acerca de los dos factores evaluados para el diseño de los productos turísticos gastronómicos. Sin embargo, algunos establecimientos y turistas no brindaron la información pertinente, mientras que los demás facilitaron la información necesaria, permitiendo así completar los ítems.

Para obtener la información, se realizó cuatro salidas de campo con el propósito de realizar encuestas en un aproximado de 60 a 80 personas por día, en distintos horarios, de acuerdo con la afluencia de visitantes. De esta manera, se logró completar 383 encuestas necesarias para el desarrollo de la investigación.

Tabla 10 *Cronograma de encuestas*

Fecha	Hora	Lugar	Número de encuestas	Método de comprobación
6/06/2025	9:00 a 15:00	Pujilí La Matriz (Restaurantes y Mercado Nuevo de Pujilí)	80	Fotografías
7/06/2025	9:00 a 15:00	Zumbahua (Restaurantes y el mercado)	140	Fotografías
8/06/2025	9:00 a 15:00	Columnas de Tangan	73	Fotografías
9/06/2025	9:00 a 15:00	Sigchos (restaurantes y el mercado cerrado 24 de mayo)	90	Fotografías

Nota: Salida de campo **Elaborado por:** Nataly Pilatasig

9.9 **Objetivo 3**

Diseñar productos turísticos gastronómicos en los cantones Pujilí y Sigchos, resaltando la riqueza cultural.

9.10 **Métodos**

9.10.1 *Método inductivo*

La aplicación de este método permitió realizar visitas de campo de manera efectiva para la recolectar datos relacionados con la gastronomía tradicional y la oferta existente, con la finalidad de diseñar productos turísticos que sean adecuados a la demanda turística.

9.11 Metodología para el diseño del producto

Con el fin de cumplir con el último objetivo, se utilizaron los manuales como guías metodológicas en el diseño de productos turísticos gastronómicos: el primero corresponde a la feria gastronómica, basada en el Manual para organizadores de ferias del PROMOCAP. Para el segundo producto se utilizará el Manual de diseño de ruta del SENA. Los dos documentos ayudarán al diseño de los productos mediante las diferentes fases y etapas, facilitando su planificación.

9.11.1 Manual de diseño de rutas SENA

En el diseño de productos gastronómicos se empleará el Manual de Diseño de Rutas SENA, que está estructurado de 5 fases fundamentales:

9.11.1.1 Fase 1.- Definición de aspectos generales del circuito.

En la primera fase se considerará la visita a los establecimientos de alimentos y bebidas que fomenten la gastronomía tradicional para crear el circuito. Asimismo, se procederá a la descripción de los elementos del logotipo, tales como los elementos, colores, texto, las políticas y el objetivo del producto.

9.11.1.2 Fase 2.-Definición del recorrido.

Para establecer el recorrido del circuito se consideró los principales atractivos turísticos, los cuales se observarán en el mapa. El punto de partida será la Iglesia Matriz de Pujilí y fin del recorrido, en las gradas del Sinchahuasin. Además, se realizó la visita a cada uno de los atractivos para determinar la duración del recorrido, junto con las actividades que se llevarán a cabo en cada lugar, estableciendo los gastos y precio de cada pax, especificando lo que incluye y no incluye en el recorrido.

El circuito “SUMAK MIKUY RAYMI” será un circuito lineal, debido a que sus atractivos se encuentran de manera lineal.

9.11.1.3 Fase 3.-Recopilación de información y reconocimiento del circuito.

Una vez efectuada la caracterización, es crucial analizar la información relacionada con los atractivos y recursos de cada sitio que serán visitados. La fase es clave, dado que los datos recopilados debe ser verificable. Por ello se utilizarán diversos métodos de fuentes secundarios como las revisiones bibliográficas.

Se estableció un itinerario con las horas, el lugar a visitar, las actividades que se realizaran, y la duración en cada sitio. Esto ayudará a tener una mejor organización con el tiempo establecido y a cumplir con el recorrido.

9.11.1.4 Fase 4.- Prueba del circuito propuesto.

Es necesario tener en cuenta aspectos esenciales para asegurar un circuito de calidad. Previo a su presentación oficial se efectuará una prueba piloto, que permitirá evaluar aspectos como la duración estimada entre los diferentes atractivos, además de verificar el estado actual en que se encuentra los servicios turísticos disponibles en cada punto.

El circuito “SUMAK MIKUY RAYMI” tendrá un tiempo de 3 horas y 10 minutos, durante las cuales se visitarán cada uno de los puntos establecidos. El recorrido iniciará en la Iglesia Matriz de Pujilí y finalizará en las gradas de Sinchahuasin.

9.11.1.5 Fase 5.- Difusión del Circuito

Luego de finalizar el circuito de acuerdo con los criterios definidos, se procederá a su difusión mediante la elaboración de material informativo como volante y trípticos. Además, se realizará publicidad a través de redes sociales y se presentará la propuesta técnica correspondiente para incluir el circuito en las fiestas de cantonización, con el fin de llegar a un público más amplio generando interés en el producto.

9.11.2 Manual para organizadores de ferias del PROMOCAP

El manual define tres etapas esenciales que se debe cumplir para la correcta realización una feria. Su implementación busca generar un impacto beneficioso en la presentación de diferentes vivencias, asegurando el cumplimiento de 3 etapas establecidas.

9.11.2.1 Etapa 1: Pre. Ferias (planificación y organización)

Durante esta etapa se considera la planificación y organización de la feria gastronómica “SIGCHOS MUSHUK MIKUY”, se estableció 6 comisiones que deberá cumplir con las funciones específicas designada previo a su ejecución se detallan las actividades específicas que llevara a cabo cada comisión designada de coordinador encargado de supervisar todas las actividades, logística debe supervisar los aspectos operativos para el desarrollo de la feria, finanzas administra y controla los recursos económicos para rendir cuenta al final de la feria, publicidad son los responsables de dar a conocer el evento en diferentes medios de comunicación, capacitaciones su función es coordinar las actividades formativas dirigidas a las personas inscritas las capacitaciones es un requisito indispensable para la inscripción que se realizara 4 meses antes de la ejecución de la feria y por último la comisión de gestión se encarga de todas las actividades a desarrollarse.

Para el desarrollo de la feria se elaboró una planificación el cual cuenta con varios puntos como: el nombre de la feria, logotipo o marca, descripción del logotipo, fecha de realización, público objetivo, ubicación y stand. De igual manera se realizó la ficha de inscripción para los participantes y se estableció los reglamentos, uniforme, equipos y seguridad e higiene.

9.11.2.2 Etapa 2: Feria (ejecución)

En esta etapa se efectuará el lanzamiento de la feria con el objetivo de asegurar una amplia participación esto se realizará 15 días antes de la feria, la difusión se plasmará en diferentes medios de comunicación, la inauguración estará a cargo de las diferentes autoridades como se puede observar en el cronograma del programa, la feria estará dividida en 3 áreas; platos tradicionales, platos cotidianos y emprendimientos gastronómicos además se realizará la premiación al mejor plato en la feria gastronómica estará a cargo del jurado calificador que evaluarán las cualidades más importantes. Aquí se toma en cuenta el check list con las actividades que se desarrollarán durante la feria.

9.11.2.3 Etapa 3: Post-feria (evaluación y monitoreo)

Corresponde a las actividades que se desarrollaran una vez concluido la feria con el propósito de evaluar y medir los resultados obtenidos, y se realizara una encuesta para conocer el nivel de satisfacción de los expositores y turistas. De igual manera se rendirá cuentas de los gastos relacionados a la feria.

10 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

10.1 Diagnóstico de la situación actual turística gastronómica actual de los cantones Pujilí y Sigchos

10.1.1 Cantón Pujilí

El cantón Pujilí fue fundado el 14 de octubre de 1852, siendo declarado cantón mediante el decreto emitido por la Sexta Asamblea Nacional Constituyente en la ciudad de Guayaquil. Sin embargo, su origen remoto a 1657, cuando el fraile franciscano Fray Eugenio López fundó el Asiento Doctrino de San Buenaventura de Puxili en los terrenos del pueblo indígena Puxileos, al pie del monte Sinchaguasin. Además el cantón Pujilí es uno de los 7 cantones que conforma la provincia de Cotopaxi, tiene una superficie de 1. 289 km², cuenta con una parroquia urbana (Pujilí La Matriz) y seis rurales (La Victoria, Guangaje, Zumbahua, Angamarca, Pilaló y El Tingo La Esperanza) (Nuñez, 2024).

Tabla 11

Información General del cantón Pujilí

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Pujilí	
Habitantes	66 980,
Rango Altitudinal	Varia desde 1 600 hasta los 3 914 msnm con una altura promedio de 2 500 msnm.

Límites

- Norte con los cantones Sigchos, Saquisilí y Latacunga
- Sur con Pangua y Tungurahua (Ambato)
- Este con Latacunga y Salcedo

-
- Oeste con La Maná
 - Suroeste con el Cantón Pangua
-

Nota: Información general (PDOT PUJILÍ, 2023-2027) **Elaborado por:** Nataly

Pilatasig

10.1.2 Economía

De acuerdo Diálogo Cantonal de Pujilí (2018) la información del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), el 87,65% de los habitantes del cantón Pujilí viven en condiciones de pobreza debido a necesidades básicas insatisfechas, el 52,80% corresponde a la población con actividad económica. Que se dedican principalmente en las siguientes actividades:

Tabla 12 *Actividad Económica*

Actividad Económica	Porcentaje
Agricultura y ganadería	58.80 %
Construcción	10,60 %
Enseñanzas relativas	6.10 %
Industria manufactura	5,5 %
Comercio	5,3 %
Transporte y alimento	3,9 %
Administración Pública y defensa	2,4 %
Actividades del Hogar	2,1 %
Atención de la salud	1.3 %
Otras actividades de servicio	1.1 %

Nota: Actividad económica (Diálogo Cantonal de Pujilí, 2018)

10.1.3 Breve estudio del turismo en Pujilí

10.1.3.1 Demanda

Pujilí se ha establecido en un potencial turístico por visitantes locales, nacional y extranjeros, debido a su diversidad de atractivos naturales y culturales, juntamente a la remodelación y construcción de, plazas, parques, jardines, monumentos, carreteras, servicios básicos. En los últimos años se ha evidenciado un notable incremento de visitantes, siendo el volcán inactivo Quilotoa uno de los sitios más visitados junto con los aspectos culturales de cada parroquia. Entre los países que muestran mayor interés en visitar la región se destacan Estados Unidos, Colombia, Perú, Chile y Argentina.

Tabla 13 Llegada de turistas Nacionales y Extranjeros del Cantón Pujilí

Año	Turistas Nacionales y Extranjeros
2018	47, 358
2019	50,574
2020	84, 290

Nota: Datos obtenidos del (GADMIC Pujilí, 2022-2025)

10.1.4 Perfil del Turista Extranjero

Según estudios realizados por MINTUR (2019), el perfil del turista que viaja al Ecuador tiene una edad promedio de 27 a 55 años y sus características son:

Tabla 14 Perfil del turista Extranjero

Parámetros	Características
Demográfico	Género: femenino 55 %, masculino 45 %
Socioeconómico	Gasto promedio: \$500

Interés de viaje: cultural, natural, aventura y ecoturismo.

Actividades: religiosa, naturales, deportivas y comerciales.

Importancia: cuidado al planeta, sostenibilidad de productos/ servicios y Eco-hospedaje.

Motivaciones

Categoría de Servicios: alojamiento, alimentación, transporte y compras.

Estadía y frecuencia: 2 a 4 días, 1 semana.

Medios de información: internet, consejos familiares y planificación con amigos.

Preferencias

Nota: Información tomada del (GADMIC Pujilí, 2022-2025) **Elaborado por:** Nataly

Pilatasig

10.1.5 Perfil del turista Nacional

De acuerdo con la investigación realizado por el MINTUR (2019), indica que el turista nacional suele ser un viajero que busca escapar de su rutina diaria y experimentar la riqueza cultural, natural y religioso del lugar. Los visitantes tienen un aproximado entre 18 a 35 años con las siguientes características:

Tabla 15 *Perfil del turista Nacional*

Parámetros	Características
Demográfico	Género: femenino 55 %, masculino 45 %
Socioeconómico	Gasto promedio: \$359

Interés de viaje: flora y fauna, gastronomía, miradores

Motivo de viaje: vacaciones, visita familiar y negocios.

Actividades: caminata, senderismo, compras de artesanías, espacios deportivos y juegos.

Importancia: bioseguridad, servicio al cliente, responsabilidad ambiental, cultura y buena atención al cliente.

Motivaciones

Categoría de Servicios: alojamiento y alimentación.

Estadía y frecuencia: 2 a 4 días, 1 semana.

Medios de información: redes sociales, página web, consejo de familiares y amigos.

Referencias

Forma de viaje: familia, amigos y pareja.

Nota: Información tomada del (GADMIC Pujilí, 2022-2025), Elaboración Propia.

10.1.6 Oferta

10.1.6.1 Atractivos Turísticos

Pujilí posee un total de 23 atractivos culturales, que están ubicados en las parroquias de La Victoria, Pujilí La Matriz, Guangaje, Angamarca, El Tingo, Pilaló y Zumbahua. Esta diversidad favorece la promoción de diversas actividades turísticas, como caminatas, visitas a sitios históricos, degustaciones y recorrido a Iglesias.

Tabla 16 *Atractivos Culturales*

Atractivos Culturales del Cantón Pujilí				
Nombre del Atractivo	Cantón	Parroquia	Tipo	Subtipo

				Fiestas
Fiesta de los caporales	Pujilí	Angamarca	Acervo cultural y popular	Religiosas tradiciones y creencias populares
Arreada de Ganado	Pujilí	Angamarca	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas tradiciones y creencias populares
Vestigios de las Minas de Macuchi	Pujilí	El Tingo	Arquitectura	Área Histórica
Fiesta del 10 de agosto de la esperanza	Pujilí	El Tingo	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas tradiciones y creencias populares
Centro Artesanal Arco iris	Pujilí	Guangaje	Acervo cultural y popular	Artesanías y Artes
Pucará- El Tingo	Pujilí	Guangaje	Arquitectura	Área Arqueológica
Alfarería La Victoria	Pujilí	La Victoria	Acervo cultural y popular	Artesanías y Artes
Feria de Finados de la Victoria	Pujilí	La Victoria	Acervo cultural y popular	Ferias y mercados
Criadero de Alpacas de Apahua	Pujilí	Pilaló	Realizaciones Técnicas y científicas	Centro Agropecuarios y Pesqueros

Fiesta de Fundación de Apahua	Pujilí	Pilaló	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares
Centro histórico de Pujilí Edificio Municipal	Pujilí	La Matriz	Arquitectura	Área histórica Histórica/ Vernácula
Iglesia Matriz de Pujilí	Pujilí	La Matriz	Arquitectura	Histórica / Vernácula
Danzantes de Pujilí	Pujilí	La Matriz	Acervo cultural y popular	Música y Danza Fiestas
Octavas de Corpus Christi en Pujilí	Pujilí	La Matriz	Acervo cultural y popular	Religiosas, Tradiciones y Creencias populares
Santuario del divino niño Manuelito de Isinche	Pujilí	La Matriz	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares
Artesanías en Miniatura	Pujilí	La Matriz	Acervo cultural y popular	Artesanía y Artes
Galería artesanal de Tigua	Pujilí	Zumbahua	Acervo cultural y popular	Artesanías y Artes
Galería artesanal Quilotoa	Pujilí	Zumbahua	Acervo cultural y popular	Artesanía y Artes
Mirador de Cristal Shalalá	Pujilí	Zumbahua	Arquitectura	Infraestructura Creativa

Fiestas del Inti Raymi	Pujilí	Zumbahua	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas, Tradicionales y creencias populares
Fiestas de Reyes	Pujilí	Zumbahua	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas, Tradicionales y creencias populares
Fiestas del Pawkar Raymi de Quilotoa	Pujilí	Zumbahua	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas, Tradicionales y creencias populares

Nota: Atractivos culturales **Elaborado por:** *Nataly Pilatasig*

10.1.6.2 Actividades Recreacionales

En el cantón Pujilí, se puede encontrar 10 actividades que se pueden realizar entre las más destacadas se encuentran en la laguna de Quilotoa, Cascadas, Ríos y El Cañón de Toachi, se detalla en la siguiente tabla:

Actividades	Tipos de Turismo	Lugar de Practica
Trekking (caminata)	Aventura	<ul style="list-style-type: none"> Formaciones rocosas el Chivo 49 Vestigios de las minas de Macuchi Pucará- El Tingo Centro histórico de Pujilí Mirador del Cañón del Toachi Laguna de Quilotoa
Tubing	Aventura	Balneario Natural de Puenbo
Canopy	Aventura	Cascada el Milagro
Kayak	Aventura	Laguna de Quilotoa
Ciclismo	Aventura	Rutas del cantón Sigchos
Camping	Ecoturismo	Alrededor de la laguna de Quilotoa <ul style="list-style-type: none"> Circuito Quilotoa Cañón de Toachi Paramo del Mortiñal Aguas termales de Aluchán
Senderismo	Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> Mirador del Sinchahuasin Mirador del cristal-Shalalá Laguna de Quilotoa
Escalada	Aventura	Complejo Montañoso Thzirimatzi
Cabalgata	Aventura	La arreada de ganado

Tabla 17 *Actividades Recreacionales del Cantón Pujilí*

Visita a los talleres Artesanales	Turismo naranja	Angamarca
<ul style="list-style-type: none"> Alfarería La Victoria 		<ul style="list-style-type: none"> Artesanías en miniatura de Pujilí Galería Artesanal de

Tigua

Quilotoa

- Galería Artesanal de

Nota: información tomada del (GADMIC Pujilí, 2022-2025), Elaboración Propia.

10.1.6.3 Alojamiento

En el cantón cuenta con 14 establecimiento de alojamiento siendo la parroquia de Zumbahua con el mayor número de alojamiento con un total de 8, la parroquia de Pujilí con 3, el Tingo con 2 y parroquia la Victoria 1, están comprendidas en hostel, hosterías y centro turísticos comunitarios.

Tabla 18 *Servicio de Alojamiento*

Alojamiento	Parroquia	Categoría	Clasificación
El Aliso		3 estrellas	Hostería
El Danzante	Pujilí La Matriz	1 estrella	Hostal
Navardun		2 estrellas	Hotel
La Posada de Tigua	Zumbahua	3 estrellas	Hacienda Turística
Alpaka Quilotoa	Zumbahua	3 estrellas	Hostería
Runa Wasi	Zumbahua	3 estrellas	Hostería
Chukirawa	Zumbahua	3 estrellas	Hostería
Mirador Oro Verde	Zumbahua	2 estrellas	Hostal
Imperial Zumbahua	Zumbahua	3 estrellas	Hostería
Martita's House Org. Comunitario	Zumbahua	2 estrellas	Hostal
de Desarrollo Turístico Lago Verde	Zumbahua	Categoría única	Centro Turístico Comunitario

La Posada de Homero Ñungañan	Tingo	3 estrellas	Hostería
Casa la Victoria	La Victoria	3 estrellas	Hostería

Nota: Información tomada del catastro de Pujilí (2024), Elaboración propia

10.1.6.4 Alimentos y bebidas

El cantón posee 18 restaurantes teniendo a la Parroquia La Matriz (Pujilí) con el mayor número de bares, discotecas, cafetería y plazas de comida con un total de 13 seguido de la parroquia de Zumbahua con 4 la parroquia el tingo con 1.

Tabla 19 *Servicio de Alimentos y Bebidas*

Establecimiento	Parroquia	Categoría	Clasificación
Café Bar el Compita	Pujilí La Matriz	1 copa	Bar
“On” Bar	Pujilí La Matriz	2 copas	Bar
Bar Karaoke El Caporal	Pujilí la matriz	3 copas	Bar
Ruskaya’s	Pujilí La Matriz	1 copa	Bar
Coco-Barril	Pujilí La Matriz	3 copas	Discoteca
California	Pujilí La Matriz	1 copa	Bar
Mocawa	Pujilí La Matriz	2 copas	Bar
Beer Club	Pujilí La Matriz	1 copa	Bar
La Hueca del Diablo	Pujilí La Matriz	3 copas	Discoteca
Casa fraga	Pujilí La Matriz	1 copa	Bar-Cafetería
Mercado de Pujilí	Pujilí la matriz	Categoría única	Plazas de Comida
Asadero El Clásico	Pujilí la matriz	3 tenedores	Restaurante
Asadero El Mana	Pujilí la matriz	4 tenedores	Restaurante

Remembranzas	Pujilí la matriz	2 tenedores	Restaurante
Runa Ñan	Zumbahua	1 tenedor	Restaurante
Restaurante Sisa	Zumbahua	1 tenedor	Restaurante
Pakary	Zumbahua	4 tenedores	Restaurante
Karu Ñan	Zumbahua	1 tenedor	Restaurante
Pizzeria Doña	Zumbahua	1 tenedor	Restaurante
Teresita	Zumbahua	1 tenedor	Restaurante
Fanny Lu Paradero	Tingo	2 tenedores	Restaurante
Los Guarumos			

Nota: Información tomada del catastro de Pujilí (2024), Elaboración propia

En los siguiente, se detalla el análisis realizado sobre las encuestas aplicados a dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas muestran interés en formar parte de este producto turístico gastronómico, los platos más vendidos en los establecimientos son: yahuarlocro, caldo de gallina, borrego asado, locro de cuy lo que demuestra que los turistas valoran y buscan autenticidad en su experiencia gastronómica. Se destacan la intención de diversificar la oferta gastronómica enfocados en utilizar productos orgánicos y de origen local permitiendo fortalecer la oferta, reconociendo que la gastronomía local puede mejorar la experiencia del turista si se complementa con diversas actividades como: la cocina en vivo, talleres, visitas guiadas y degustaciones. Además implementando diferentes estrategias de calidad en el uso de ingredientes frescos, recetas familiares, la presentación del diversos platos y un buen servicio al cliente.

10.1.6.5 Gastronomía

Pujilí cuenta con una gran oferta de gastronomía, desde hornado y morcilla los cuales son platos que se los puede encontrar en la parroquia La Victoria y en la zona rural del cantón se desarrolla platos que tienen como base miel de cabuya y capulí. En las parroquias de Zumbahua y Guangaje el ingrediente principal de sus preparaciones llevan carne de borrego y

cuy; mientras tanto en Angamarca su gastronomía se centra en la preparación de truchas, en Pilaló su plato tradicional es el aguado de gallina por último en la Esperanza en sus platos destacan elementos como el verde, el pescado, etc. (PDOT PUJILÍ, 2023-2027)

La alimentación de los habitantes es principalmente en la producción agrícola y ganadera desarrolladas por los agricultores de la zona ubicadas en la superficies alta, media y baja. Estas familias poseen una extensión adecuada de tierras donde cultivan productos como tubérculos, hortalizas dependiendo en la zona de estudio que se encuentra. Además crían animales pequeños, como aves de corral destinados para consumo, bovinos y porcino siendo la mercadería más comercializados en las ferias de Pujilí, Salcedo y Latacunga (PDOT SIGCHOS, 2019-2023).

Tabla 20

Platos tradicionales y cotidianos del cantón Pujilí

Nombre de los Platos y bebidas	Tipo de plato	Cantón	Parroquia donde se consume
Tortilla de Maíz	Cotidiano	Pujilí	Pujilí La Matriz
Cuy con papas	Tradicional	Pujilí	Zumbahua
Fritada	Tradicional	Pujilí	Zumbahua
Morcillas	Tradicional	Pujilí	Pujilí
Chaguarmishqui	Tradicional	Pujilí	Pujilí
Tamales	Cotidiano	Pujilí	Pujilí
Hornado	Tradicional	Pujilí	Pujilí
Aguado de gallina criolla	Tradicional	Pujilí	Pílalo
Seco de gallina criolla	Cotidiano	Pujilí	Pílalo

Sancocho	Cotidiano	Pujilí	El Tingo
Quinoa con oreja de chancho	Tradicional	Pujilí	La Victoria
Runaicho	Tradicional	Pujilí	Angamarca
Borrego asado	Tradicional	Pujilí	Zumbahua
Yuca con pescado	Cotidiano	Pujilí	El Tingo
Caldo de mondongo	Tradicional	Pujilí	Zumbahua
Cocinado de papas, mellico, habas y oca.	Tradicional	Pujilí	Zumbahua
Arroz de cebada molida con piedra con leche y panela	Tradicional	Pujilí	Zumbahua
Locro de cuy	Tradicional	Pujilí	La Victoria

Nota: Información obtenida del “potencial del turismo gastronómico del Cantón Pujilí” Elaboración Nataly Pilatasig (2025), tomado de (Ante & Cabascango, 2023).

A continuación, se encuentra el análisis de las entrevistas realizadas a las autoridades del GADMIC de Pujilí, específicamente a los técnicos de turismo. Han mencionado que la situación turística dentro del cantón es positiva, porque están planificando y desarrollando actividades, mejorando infraestructura, visitando emprendimientos. Dentro del ámbito turístico gastronómico, el sitio más visitado del cantón es el restaurante “las fritadas de Doña Imelda” que se caracteriza por su sabor auténtico y tradicional, el Mercado Nuevo de Pujilí ofrece gran variedad de platos tradicionales, entre los productos de mayor consumo son: hornado, fritada, morcilla, el togro, las empanadas de viento, la colada morada, el chaguarmishqui y la cuajada, cabe recalcar que es considerado además como el primer Mercado Turístico del cantón.

Los turistas nacionales al llegar al cantón buscan consumir platos tradicionales como la fritada y el hornado, los turistas extranjeros por su parte muestran interés en experiencias

más culturales por lo que no valoran solo la gastronomía, sino también su historia. Dentro del cantón no se evidencia que existan productos turísticos gastronómicos estructurados o consolidados, sin embargo si existe las propuestas que están en proceso de fortalecimiento esto favorece a la propuesta de diseñar un circuito, donde se integre la gastronomía con experiencias culturales como: talleres de cocina ancestral o visita a fincas agroecológicas.

10.1.6.6 Transporte

10.1.6.7 Transporte Público

En el cantón Pujilí, el sistema de transporte se compone de operadoras que ofrecen servicios a nivel interprovincial inter parroquial, además de unidades de transporte mixtas y escolares.

Tabla 21 *Servicio de Transporte Público del Cantón Pujilí*

Operadora	Tipo de transporte	Unidades
La Merced	Interprovincial	9
Cooperativa 14 de octubre	Inter Parroquial	31
Cooperativa Vivero	Inter Parroquial	28
Cooperativa Pujilí	Inter Parroquial	31

Nota: Transporte público **Elaborado por:** Nataly Pilatasig

10.1.6.8 Transporte Turístico

En relación con el transporte turístico, en el cantón no presenta registros en el catastro del MINTUR, sin embargo, los cantones vecinos de Latacunga y La Maná, se identificaron 4 operadoras de transporte turístico, dispone un total de 21 vehículos.

Tabla 22 *Transporte turístico en la provincia que brindan servicio al cantón Pujilí*

Compañías	Categoría	Dirección
------------------	------------------	------------------

Compañía de Transporte Turístico Comilpatria Compañía de Transporte Turístico Cottullari	Servicio de Transporte Turístico	Latacunga, Cabecera Cantonal y Capital Provincial
Compañía de Transporte Turístico Cottullari	Servicio de Transporte Turístico	Latacunga, Cabecera Cantonal y Capital Provincial
Vianeytour S. A	Servicio de Transporte Turístico	La Maná, Cabecera Cantonal
Touringcotax S. A	Servicio de Transporte Turístico	Tanicuchi

Nota: Información tomada del (GADMIC Pujilí, 2022-2025)

10.1.6.9 Camionetas

En el cantón Pujilí, el servicio de carga liviana es realizado principalmente por cooperativas de camionetas ubicadas en los alrededores Plaza Sucre y se dirigen a diferentes Parroquias y sectores del cantón. Además este servicio también es proporcionado personas particulares sin estar asociados a ninguna cooperativa.

Las cooperativas de transporte están localizadas en el centro de la ciudad y se distribuyen a lo largo de todo el territorio del cantón, de la siguiente manera:

Tabla 23 *Compañía de Camionetas de Pujilí*

Compañía de transporte	Tipo de transporte	Unidades
Cooperativa Sucre LTDA	Camionetas	25
Cooperativa Sinchahuasin	Camionetas	28
Cooperativa Niño de Isinche	Camionetas	26
Cía. Quizacumbre Cía. Ltda.	Camionetas	13
Cía. Servigloria S. A	Camionetas	10

Cía. Ramos Pamba S. A	Camionetas	21
Cía. Yacubamba S. A	Camionetas	3
Cía. Maca Grande S. A	Camionetas	3
Cía. Zumbahua Quilotoa C.	Camionetas	4
A		

Nota: Información tomada del (GADMIC Pujilí, 2022-2025), Elaboración Propia.

10.1.6.10 Guías

La actividad de guía es un componente esencial en el ámbito turístico. De acuerdo con el catastro de guías nacionales se identifica a 23 guías correspondientes al cantón Pujilí, de los cuales 5 son Guías Nacionales Especializados en Patrimonio y 18 son Guías Locales.

Tabla 24

Guías Turísticas del cantón Pujilí

	Clasificación	Cantón	Parroquia
Nombres			
Cayancela Llugsha	Guía Local	Pujilí	Pujilí La Matriz
David Gustavo		Pujilí	Zumbahua
Chaluisa Quishpe	Guía Nacional Especializado en	Pujilí	Pujilí La Matriz
Sonia Verónica			
Cuaces Araque	Patrimonio	Pujilí	Pujilí La Matriz
Diego Marcelo	Guía Local		
Cuchiparte Pasahuay	Guía Local	Pujilí	Tingo
Tito Fabian			
Cuchipe	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
Guamangate			
Humberto			
Cusco Ante Martha			

Esther Días Latacunga José	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
Manuel	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
Enríquez Moya Marcial Augusto	Guía Nacional Especializado en Patrimonio	Pujilí	Pujilí La matriz
Franco Ortega Verónica Alexandra Latacunga Jacome	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
Ítalo Manuel Latacunga Pastuña	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
Manuel Latacunga Pastuña	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
María Inés Lutuala Lutuala	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
Cesar Naranjo Segovia	Guía local	Pujilí	Guangaje
Myriam Alexandra	Guía Local	Pujilí	Pujilí La Matriz
Navarro Tapia Wilson Javier	Guía Nacional Especializado en Patrimonio	Pujilí	Pujilí La Matriz
Pastuña Eduardo Pastuña Iza Nancy	Guía local	Pujilí	Zumbahua
Mélida Pastuña Jati José	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
Marcelo	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
Pastuña Pastuña Nelson Rodrigo	Guía Nacional Especializado en Patrimonio	Pujilí	Zumbahua
Salas Estrella Fabian Patricio	Guía Nacional Especializado en Patrimonio	Pujilí	La Victoria

Toaquiza Chaluisa			
Gladys Mónica Toaquiza Chiguano	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
Cesar Ricardo Toro Navas Iván	Guía Local	Pujilí	Zumbahua
Campo Elías	Guía Local	Pujilí	La Victoria

Nota: Información tomada del (Catastro de guías turísticos , 2024), Elaboración Propia.

10.1.7 Cantón Sigchos

Sigchos fue fundado oficialmente reconocida como parroquia civil el 22 de septiembre de 1852, formando parte del Cantón Pujilí, junto con las parroquias Toacaso, Saquisilí, Guaytacama y Tanicuchi. Tras 12 años de haber pertenecido a diferentes jurisdicciones cantonales, finalmente logro su cantonización, la cual se decretó el 21 de julio de 1992 por el señor presidente Dr. Rodrigo Borja Cevallos con el trabajo y esfuerzo de Comité Pro-Cantonización. Tiene una extensión 1357,84 km², está ubicado al Norte con el cantón Santo Domingo, al Sur con el cantón de Pujilí, al Este con el cantón Mejía y Latacunga y al Oeste con el cantón La Maná, cuenta con una parroquia urbana (Sigchos) y cuatro rurales (Chugchilán, Isinliví, Las Pampas y Palo Quemado) (PDOT SIGCHOS, 2019-2023).

Tabla 25 Información General del cantón Sigchos

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Sigchos	
Habitantes	18 460
Rango Altitudinal	520- 5 080 msnm.
Límites	<ul style="list-style-type: none"> • Norte con el cantón Santo Domingo. • Sur con el cantón Pujilí • Este con el cantón Mejía y Latacunga • Oeste con el cantón La Maná

Nota: (PDOT SIGCHOS, 2019-2023)

10.1.7.1 Economía

El análisis económico es esencial para reconocer la actividad económica predominante en un área determinada. En el cantón Sigchos, el 79% de los habitantes poseen una actividad económica. Esta población se dedica principalmente a las siguientes actividades:

Tabla 26 *Actividad Económica*

Actividad Económica	Porcentaje
Ganadería	50 %
Agricultura	29 %
Comercio	2 %
Manufactura y construcción	2 %
Administración Pública y defensa	1 %

Nota: (Plan de Turismo Sigchos, 2022)

10.1.8 Breve estudio del turismo en Sigchos

10.1.8.1 Demanda

Los datos proporcionados por el MINTUR (2019), las funciones turísticas contribuyen una fuente significativa para el desarrollo económico y social para los destinos de acogida. En el Ranking de llegadas conforme al país de residencia, Estados Unidos se sitúa como el país emisor principal de turistas con 34.94 %, seguido por Colombia con 15,72 %, España con un 8,72 % y Perú con un 8,38%.

Tabla 27 *Llegada de Turistas Nacionales y Extranjeros al Cantón Sigchos*

Turistas Nacionales y Extranjeros	
Año 2017	47,358
2018	47,358
2019	25,920

Nota: Información tomada del (Plan de Turismo Sigchos, 2022), Elaboración Propia

10.1.8.2 Perfil del turista Extranjero

De acuerdo con una investigación realizada por el MINTUR (2019), la mayoría de los visitantes que llegan a Ecuador se encuentran entre los 36 y 55 años. Entre sus principales características se destacan:

Tabla 28 *Perfil del turista Extranjero*

Parámetros	Características
Demográfico	Género: femenino 42 %, masculino 58 %
Socioeconómico	Gasto promedio: \$456
Motivaciones	Interés de viaje: cultural (58.9%), ecoturismo (20.8%), aventura y deporte (3.2%) y otros (1.2%).
Referencias	Categoría de Servicios: alojamiento de 1 hasta 5 estrellas y alimentación. Estadía y frecuencia: 8 noches. Medios de información: internet, consejo familiar y planificación con amigos. Forma de viaje: grupos de amigos (3 personas)

Nota: Información tomada del (Plan de Turismo Sigchos, 2022), Elaboración propia

10.1.8.3 Perfil del turista Nacional

La investigación realizada por el MINTUR (2019), señala que los visitantes del Ecuador oscilan de los 18 a 65 años. Las siguientes características que destacan son:

Tabla 29 Perfil del turista Nacional

Parámetros	Características
Demográfico	Género: femenino 68 %, masculino 32 %. Estado civil: solteros (48%), casados (37%) y unión libre (7%). Nivel de educación: instrucción superior (42%), secundaria (33%) y técnicos (17%).
Socioeconómico	Gasto promedio: \$250
Motivaciones	Interés de viaje: cultural (58.9%), ecoturismo (20.8%), aventura y deporte (3.2%) y otros (1.2%).
Referencias	Categoría de Servicios: alojamiento de 1 hasta 5 estrellas y alimentación. Estadía y frecuencia: 8 noches Medios de información: internet, consejo familiar y planificación con amigos. Forma de viaje: grupos de amigos (3 personas)

Nota: Información tomada del (Plan de Turismo Sigchos, 2022), Elaboración propia

10.1.9 Oferta

10.1.9.1 Atractivos Turísticos

El cantón Sigchos, compuesto por 5 parroquias, posee un total de 61 atractivos turísticos de las cuales han sido seleccionado los 23 atractivos culturales. Los 13 atractivos turísticos localizada en la parroquia urbana de Sigchos, siendo esta la parroquia que cuenta

con el mayor número de atractivos en el cantón, seguida por Isinliví, Chugchilán, Palo Quemado y Las Pampas.

Tabla 30 *Atractivos Culturales del Cantón Sigchos*

Nombre del Atractivo	Parroquia	Tipo	Subtipo
Hacienda Pilapuchín	Chugchilán	Arquitectura	Historia/Vernácula
Churo de Amanta	Chugchilán	Arquitectura	Sitio histórico
Quesería	Chugchilán		
Quilotoa	Chugchilán	Arquitectura	Sitio histórico
Molino de Piedra	Chugchilán	Arquitectura	Sitio histórico
Iglesia de San Miguel de Chugchilán	Chugchilán	Arquitectura	Histórica/ Vernácula
Centro Artístico “Don Bosco”	Isinliví	Acervo cultural y popular	Artes y artesanías
Chinas, caporales y yumbos	Isinliví	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosas Tradiciones y creencias populares
Fiestas tradicionales comunitarias	Isinliví	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosa Tradiciones y creencias populares
Molinos de caña de azúcar	Sigchos	Arquitectura	Área arqueológica
Fiestas de Sábado de Gloria	Sigchos	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosa Tradiciones y creencias populares
Churo de San Gabriel	Sigchos	Arquitectura	Sitio histórico

Camino de Inca	Sigchos	Arquitectura	Sitio histórico
Juego del Boliche	Sigchos	Acontecimientos programados	Eventos deportivos
Juego de los cocos	Sigchos	Acontecimientos programados	Eventos deportivos
Fiesta de San Pedro	Sigchos	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas tradicionales y creencias populares
Iglesia Matriz “San Miguel de Sigchos”	Sigchos	Arquitectura	Históricas/Vernácula
Feria dominical del cantón Sigchos	Sigchos	Acervo cultural y popular	Fiestas Religiosa Tradicionales y creencias populares
Iglesia de Yaló	Sigchos	Arquitectura	Histórica /Vernácula
Complejo “Los Laureles”	Sigchos	Arquitectura	Infraestructura recreativa
Fabricas (2) artesanales de vino de mortiño	Sigchos	Acervo cultural y Popular	Artes y Artesanías
Vivero de plantas ornamentales	Palo Quemado	Realizaciones técnicas y científicas	Centro de exhibición de flora y fauna
Minas de Oro y Plata	Palo Quemado	Arquitectura	Sitio histórico
Iglesia de Palo Quemado “María Crucifixa”	Sigchos	Arquitectura	Histórica/Vernácula

Nota: (PDOT SIGCHOS, 2019-2023), **Elaborado por:** Nataly Pilatasig

10.1.9.2 Actividades recreacionales

Respecto a las actividades recreativas, se han identificado 8 que son llevadas a cabo por entidades de servicios no turísticos en el cantón. Esto ocurre debido a la falta de entidades turísticas oficialmente establecidas. El detalle de estas actividades se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 31 *Actividades Recreacionales en el Cantón Sigchos*

Actividades	Tipos de Turismo	Lugar de Practica
Trekking (caminata)	Aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Rutas Sigchos – Chugchilán – Quilotoa • Isinliví – Chugchilán – Quilotoa
Ciclismo	Aventura	Rutas del cantón Sigchos
Camping	Ecoturismo	Cañón del Toachi Chugchilán
Avistamiento de aves	Ecoturismo	Rutas El Triunfo – Campo Alegre las Pampas
Senderismo	Ecoturismo	Ruta Tangan
Escalada	Aventura	Columnas de Tangan
Cayoning	Aventura	Cascada la Florida – Palo Quemado
Casa Museo del Árbol	Turismo naranja	La Florida – Palo Quemado

Nota: Información tomada del (Plan de Turismo Sigchos, 2022)

10.1.9.3 Alojamiento

En el cantón cuenta con 13 establecimientos de alojamiento siendo la parroquia con el mayor número de alojamiento con un total de 6 en la parroquia de Chugchilán, Sigchos con 5 e Isinliví con 2, están comprendidas en hostel, hostería y campamento turístico.

Tabla 32 *Servicio de Alojamiento*

Alojamiento	Parroquia	Categoría	Clasificación
San Miguel	Sigchos	1 estrella	Hostal
Dino's	Sigchos	1 estrella	Hostal
Starlight	Sigchos	Categoría única	Campamento turístico
El Trapiche	Sigchos	3 estrellas	Hostería
San José de Sigchos	Sigchos	5 estrellas	Hostería
El Vaquero	Chugchilán	1 estrella	Hostal
Cloud Forest	Chugchilán	2 estrellas	Hostal
Mama Hilda	Chugchilán	3 estrellas	Hostal
El Conejito	Chugchilán	1 estrella	Hostal
La Rosita	Chugchilán	1 estrella	Hostal
Black Sheep	Chugchilán	3 estrellas	Hostería
Taita Cristóbal	Isinliví	1 estrella	Hostal
Llullullama Mountian	Isinliví	3 estrellas	Lodge

Nota: Información tomada del Catastro de Establecimientos turísticos 2025, Elaboración Propia

10.1.9.4 Alimentos y bebidas

Es necesario mencionar que dentro del catastro de turismo se encuentra registrado 2 establecimientos ubicados en las parroquias de Isinliví y Sigchos.

Tabla 33

Servicio de Alimentos y Bebidas Registrados en el MINTUR

Establecimiento	Parroquia	Categorización	Clasificación
Taxoloma Saloon	Isinliví	1 copa	Bar
La Mizza	Sigchos	2 copas	Discoteca

Nota: Información tomada del Catastro de Establecimientos turísticos 2025, Elaboración

Propia

Sin embargo el cantón cuenta con 30 establecimientos entre restaurantes, paraderos, mercados y cafeterías que brindan este servicio, cabe mencionar que ninguno de estos establecimientos está registrado en el Catastro del MINTUR.

Tabla 34 *Servicio de Alimentos y Bebidas*

Establecimiento	Cantón	Nro. Mesas	Nro. Plazas
Restaurante María Martha	Sigchos	4	16
Comidas Rápidas “Al Paso”	Sigchos	2	8
Venta de jugos Naturales Susanita	Sigchos	2	8
Restaurante N/N	Sigchos	2	8
Picantería “ESTHERSITA”	Sigchos	2	8
Restaurante Mi Kuna	Sigchos	6	24
Comida rápida “Papitas Express”	Sigchos	2	8
Comidas rápidas y bebidas	Sigchos	2	8
PENKO Catering	Sigchos	9	36
Servicie-Restaurante			
Comidas rápidas “The King”	Sigchos	2	8
Paradero “El Jardín Colgante”	Sigchos	4	16
Servicio de comida	Sigchos	2	8

Ximenita

Mini Picantería	Sigchos	3	12
Heladería Sigchos	Sigchos	5	20
Restaurante “Dinos”	Sigchos	6	24
Picantería “Elvita”	Sigchos	3	12
Restaurante María	Sigchos	3	12
Marisquería Terán	Sigchos	8	32
Asadero “El Leñero”	Sigchos	8	32
Comidas rápidas	Sigchos	2	8
Marisquería “Tiburón			
	Sigchos	6	24
Blanco”			
Restaurante SOTO	Sigchos	5	20
Restaurante extensión			
	Sigchos	8	32
Mi Kuna			
Asadero de Pollos N/N	Sigchos	5	20
Mercado “24 de mayo”	Sigchos	2	8
Servicio de comida			
	Sigchos	3	12
“DOÑA LU”			
Cafetería y restaurante			
	Sigchos	6	24
“PAQUITA”			
Marisquería “DOS			
	Sigchos	4	16
SIRENAS”			
Comida Rápida			
	Sigchos	4	16

“OTOS”

Nota: Información tomada del (Plan de Turismo Sigchos, 2022)

10.1.10 Gastronomía

El turismo gastronómico surge como nueva alternativa de descubrir el mundo gastronómico permitiendo probar sabores distintos que definen a cada zona. Este tipo de turismo está dirigido a todas las personas que deseen experimentar nuevas vivencias gastronómicas. En este contexto, el cantón brinda una variedad gastronómica tanto en su cabecera cantonal como en las zonas rurales que representan una fusión de tradiciones indígenas y mestizas, que se manifiestan en platos tradicionales elaborados con productos andinos que se destacan por su sabor casero, el uso de ingredientes naturales y la conservación de recetas transmitidas de generación en generación, reflejando la identidad cultural (Plan de Turismo Sigchos, 2022).

El cantón por sus variedades de piso climático posee una diversa producción agrícola debido a la variedad de pisos climáticos en las parroquias, se produce productos como: papas, habas, chocho, mora, mortiño, entre otros; mientras que en las parroquias de clima tropical, se desarrollan cultivos como caña de azúcar, plátano, etc.

Tabla 35 *Listado de los principales platos tradicionales del Cantón Sigchos*

Platos y Bebidas	Tipo de Plato y Bebida	Cantón	Parroquia donde se consume
Cuy asado	Tradicional	Sigchos	Sigchos
Hornado	Tradicional	Sigchos	Sigchos
Fritada	Tradicional	Sigchos	Sigchos
Locro de Zapallo	Tradicional	Sigchos	Isinliví
Locro de zambo	Tradicional	Sigchos	Sigchos

Zambo de dulce	Tradicional	Sigchos	Isinliví
Locro de cuy	Tradicional	Sigchos	Isinliví
Runaicho	Tradicional	Sigchos	Sigchos
	Tradicional	Sigchos	Sigchos
Chicha de Jora			
Jugos Naturales con	Tradicional	Sigchos	Sigchos
huevo de paloma			
Vino de mortiño	Contemporánea	Sigchos	Sigchos
Panela	Tradicional	Sigchos	Las pampas, Sigchos
Caldo de gallina criolla	Tradicional	Sigchos	Palo Quemado, Sigchos
Yahuarlocro	Tradicional	Sigchos	Isinliví, Sigchos

Nota: Información tomada del (Plan de Turismo Sigchos, 2022), Elaboración propia

10.1.10.1 Transporte

10.1.10.2 Transporte Público

En el cantón, el sistema de transporte es de gran importancia para las comunidades, porque facilitan el tránsito de mercadería y persona. Posee un terminal terrestre, que se utiliza por 5 cooperativas de transporte interprovincial e Inter parroquial. Adicional cuenta con tres compañías de transporte, cada una con rutas y horarios legalmente establecidos.

Tabla 36 *Servicio de Transporte de Público*

Operadora	Tipo de transporte
Reina de Sigchos	Interprovincial
Transporte Ilinizas	Interprovincial
Transporte Saquisilí	Interprovincial
Trans Isinliví	Inter Parroquial

Ranchera

Inter parroquial

Tomado de: (Plan de Turismo Sigchos, 2022)

10.1.10.3 Camionetas

De igual manera, se han registrado 3 prestadores de servicios de carga liviana.

Tabla 37 *Compañía de camionetas de Sigchos*

Compañía de transporte	Tipo de transporte
Laguitoa S. A	Camionetas
S.A Licamancha	Camionetas
Camionetas mixtas S. A	Camionetas

Nota: (Plan de Turismo Sigchos, 2022)

10.1.10.4 Guías

Respecto a la guianza y agencias de viajes, el cantón Sigchos no dispone de agencia, sin embargo, dispone de guías locales y especializados en Patrimonio que ofrecen sus servicios cuando las hosterías lo requieren y se encuentran certificados por MINTUR.

Tabla 38

Guías Turísticos Cantón Sigchos

	Clasificación	Cantón	Parroquia
Nombres			
Ortega Terán	Guía Local	Sigchos	Sigchos
Manuel Humberto			
Yobani			
Chitalogro Chigue	Guía Local	Sigchos	Sigchos
José			
Guamán Oña Luis	Guía Local	Sigchos	Chugchilán
Fernando			

Días Quijos Franklin Damián	Guía Especializado en Patrimonio	Sigchos	Las Pampas
Rivadeneira Quijos Mayra Estefanía	Guía Especializado en Patrimonio	Sigchos	Palo Quemado

Nota: Información tomada del Catastro Nacional Guías de Turismo 2024, Elaboración Propia

10.2 CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA

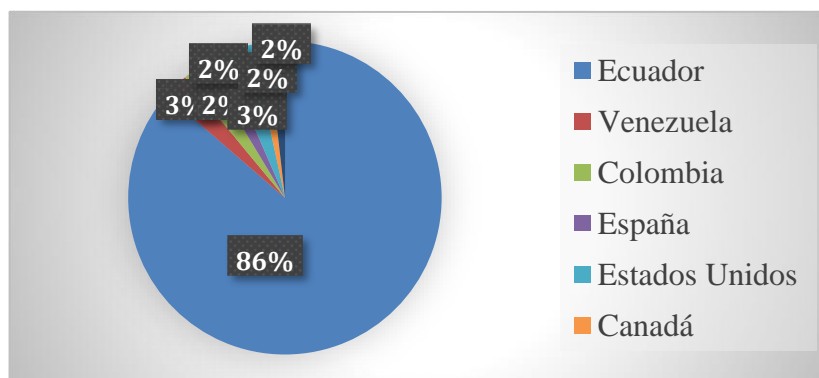
10.2.1 *Análisis e interpretación de datos*

Para identificar el interés de los turistas que visitan los cantones Pujilí y Sigchos, se aplicaron 383 encuestas, compuesta por 20 preguntas con 4 variables que son demográfico, socioeconómico, motivaciones y referencias, fue diseñada específicamente para recopilar los datos necesaria para el diseño de productos turísticos gastronómicos que satisfagan las necesidades de los visitantes., entre ellos a turistas extranjeros, nacionales y locales. La recopilación de información se realizó en diferentes puntos de alta afluencia turística, como El Mercado Nuevo de Pujilí, Zumbahua (Restaurantes y mercado), las columnas de Tangan y Mercado 24 de mayo en Sigchos.

La encuesta nos brindara información que servirá como base fundamental para el desarrollo del diseño de productos turísticos gastronómicos que no solo respondan a las necesidades de los visitantes, sino también que fortalezca la cultura y economía de ambos cantones.

Figura 3

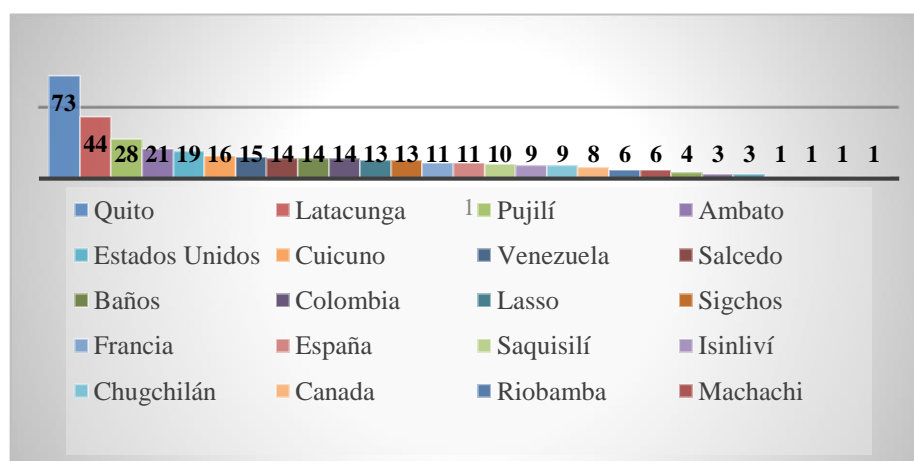
Nacionalidad



De acuerdo con el gráfico, el 86% de los participantes son nacionales, lo cual el 14% son extranjeros. La mayor parte de la información recolectada proviene de turistas locales y nacionales, y solo una pequeña parte corresponde a los turistas extranjeros. Es relevante para la planificación de productos porque permite identificar que el público objetivo principal está constituido por ecuatorianos, no obstante el porcentaje de turistas extranjeros representa una oportunidad de expansión y diversificación.

Figura 4

Lugar de residencia



Según los datos recopilados mediante las encuestas aplicadas, se identifica una presencia significativa de turistas extranjeros siendo que el 19% provienen de Estados Unidos, el 15% de Venezuela, mientras que el 14% de Colombia, el 11% de Francia y con un 11% de

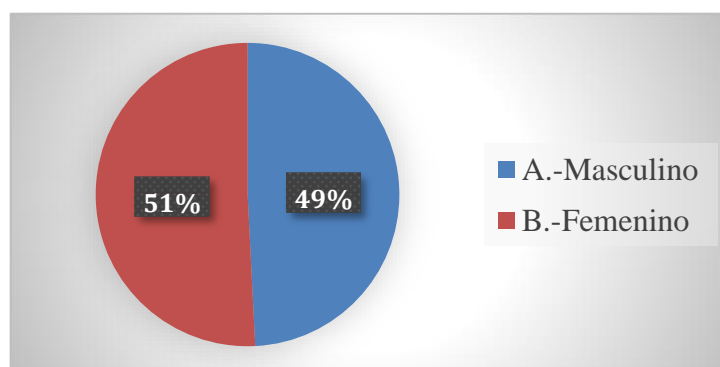
España. Estos resultados reflejan que los cantones poseen un importante potencial para atraer visitantes extranjeros interesados en conocer su cultura, paisajes y especialmente la gastronomía.

En cuanto al turismo nacional, la mayoría de los encuestados, representan el 73% provenientes de Quito, lo que representa una parte importante, Latacunga con un 44%, y Ambato con el 21%, favorecidas por una cercanía geográfica, de esta manera nos indica que hay una fuente significativa de turistas. Además se registró la presencia de turistas de otras ciudades como Salcedos, Baños, Lasso, Saquisilí, Riobamba, Guayaquil, Loja, Santo Domingo, Otavalo y Cayambe, lo que evidencia que los cantones tienen el potencial de atraer visitantes de diversas regiones del país.

En la encuesta también participaron residentes de los propios cantones con el 28% proviene de Pujilí, el 13% de Sigchos, y tanto Isinliví como Chugchilán el 9% de cada uno. Estas cifras reflejan el interés de la comunidad local por disfrutar la oferta turística de la zona y por involucrarse activamente en las actividades que se desarrolla en su territorio.

Figura 5

Género

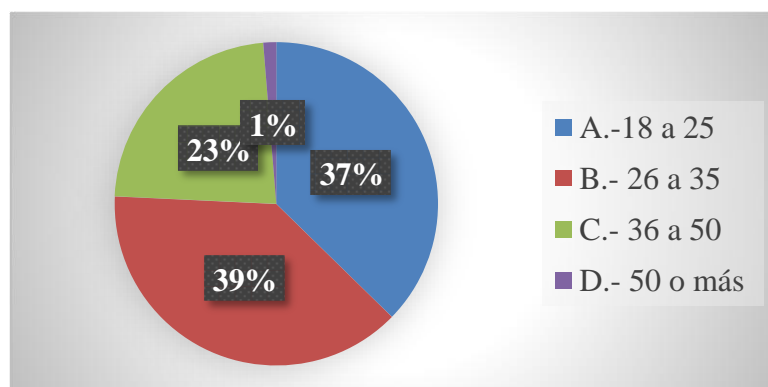


A partir de los datos analizados, se evidencia una distribución casi equitativa entre los géneros, el 51% de los encuestado son mujeres, mientras que el 49% son hombres. Esto es

relevante al momento de diseñar los productos gastronómicos con actividades inclusivas y participativas sin distinción de género.

Figura 6

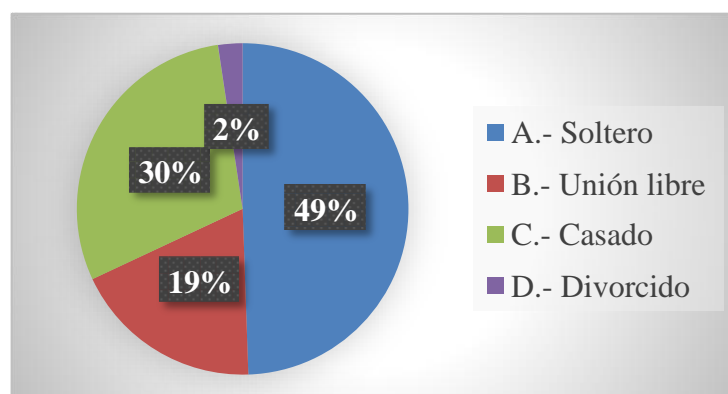
Edad



Se determina que la edad de los participantes oscila entre los 18 a 50 años, tendiendo como el 39% los encuestados tienen una edad de 26 a 35 años, seguido por el 37% va desde los 18 a 25 años y el rango de edad más bajo es del 23% va desde 36 a 50 años, así se puede deducir que la mayoría de los turistas en los cantones son jóvenes, adultos que buscan descubrir nuevos lugares y realizar diversas actividades.

Figura 7

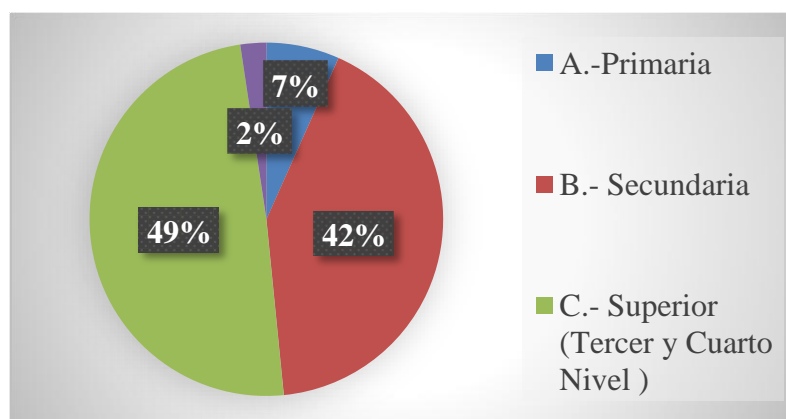
Estado Civil



A partir de los resultados, indica que las que la mayoría de los encuestados que visitan el cantón son solteros con el 49% lo que demuestra que buscar vivir nuevas experiencias, seguido con el 30% casados, quienes indican interés en realizar actividades en pareja o en un entorno familiar, con el menor porcentaje tenemos con el 19% unión libre, que busca vivencias en pareja con variedad de actividades de ocio y tan solo el 2% son divorciados, estas personas puede estar buscando nuevas experiencias vivenciales.

Figura 8

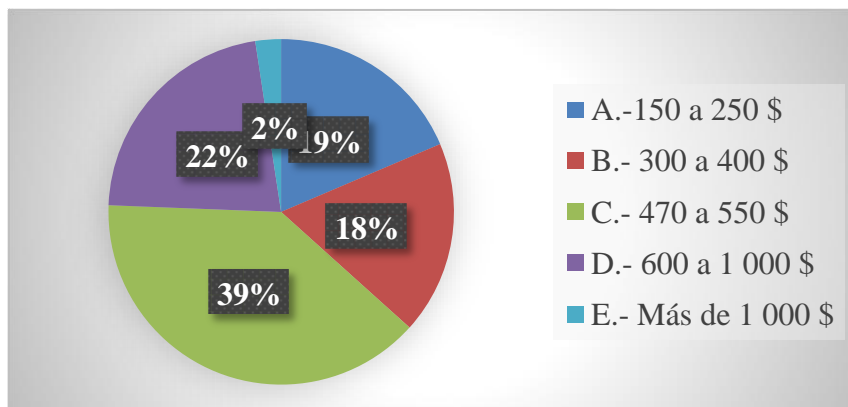
Nivel de Educación



De acuerdo con la información del gráfico, en relación con el nivel de educación, el 49% de los participantes terminaron la Educación Superior (Tercer Nivel y Cuarto Nivel), el 42% solo tiene la educación secundaria, mientras que el 7% la primaria y el 2% no posee educación. Esta distribución indica que la mayoría de los visitantes de los cantones poseen un nivel de educación medio a alto, lo que podría afectar sus interés y expectativas durante su estancia.

Figura 9

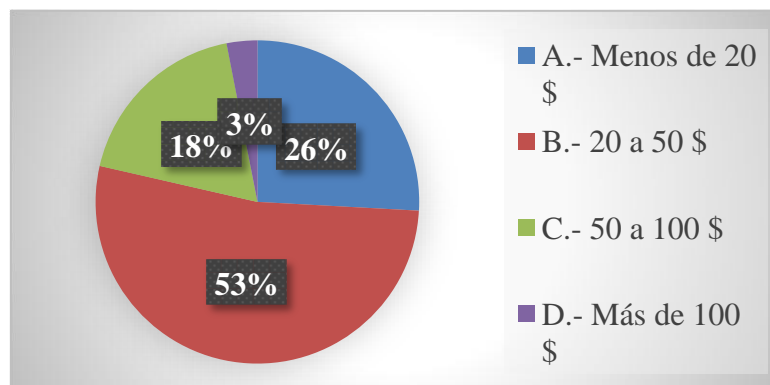
Promedio mensual de ingreso



Los datos reflejan que, el 39% de los encuestados perciben un mensual de 470 a 550 USD, corresponde al salario básico, el 22% percibe un sueldo desde los 600 a 1 000 USD, el 19% perciben de un ingreso bajo de 150 a 250 USD, grupo formado principalmente por estudiantes y por último el 2% perciben de un rango económico alto de más de 1 000 USD.

Figura 10

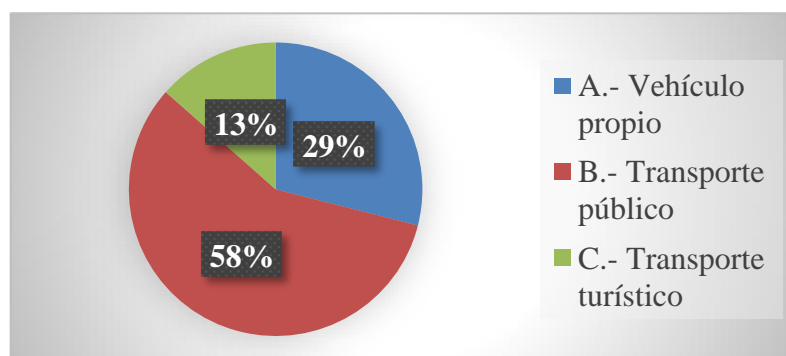
¿Cuál es el gasto promedio durante el viaje en el cantón?



En la representación gráfica se observa que el 53% de los participantes gastan entre 20 a 50\$ durante su visita a los cantones, 26% gasta menos de 20\$, seguido con el 18% gasta entre 50 a 100\$. Al final, el 3% gasta más de 100\$. Estos datos indica la importancia de diseñar diversas actividades y experiencias turísticas que sea accesible para todos los visitantes.

Figura 11

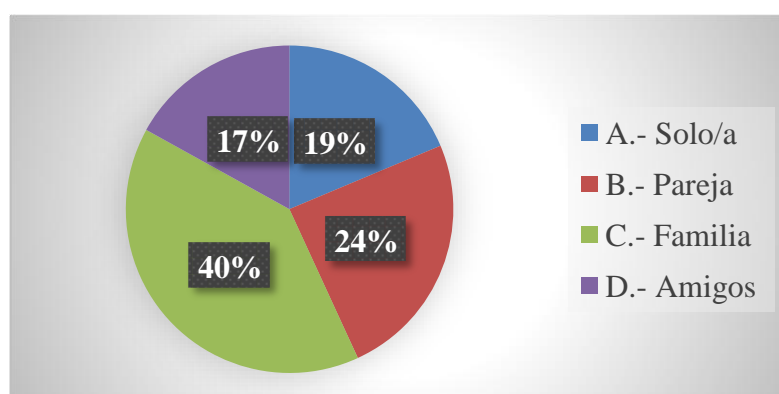
¿Qué medio de transporte suele utilizar cuando viaja?



En el gráfico se puede observar que el 58% se moviliza dentro de los cantones utilizando el transporte público, lo que refleja la accesibilidad a sitios turísticos y la frecuencia, mientras que el 29% ocupan su vehículo propio, lo que está relacionado con mayor comodidad o flexibilidad en los recorridos y el 13% utiliza el transporte turístico, generalmente contratado a través de agencias de viajes o paquetes, lo cual sugiere una búsqueda de servicio más eficaz.

Figura 12

¿Con quién visita el cantón?

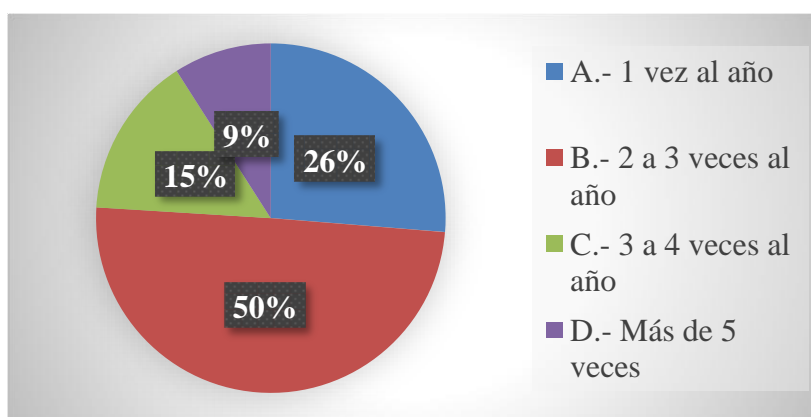


Se evidencia en el gráfico, que el 40% de los encuestados viajan en familia, lo que demuestra que los cantones son adecuados para realizar diferentes actividades familiares y el 24% en pareja, lo que podría fomentar nuevas vivencias, por otro lado el 19% señaló que

viajan solos, esto demuestra que prefieren compartir experiencias con otras personas y tan solo el 17% realizan viajes de amigos, este grupo podría mostrar interés en actividades más activas y lúdicas.

Figura 13

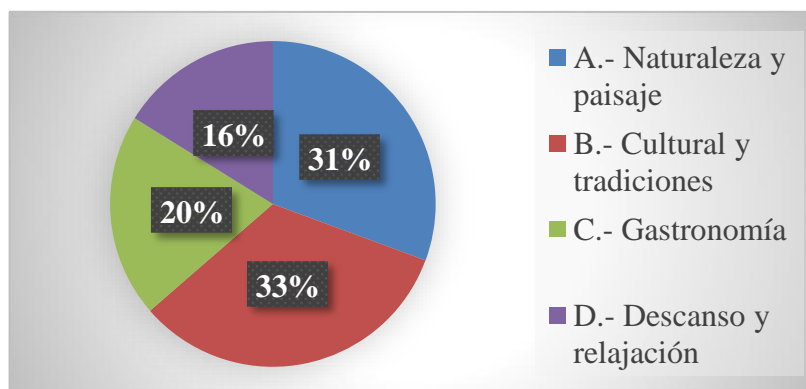
¿Con que frecuencia suele viajar?



En el gráfico muestra los resultados en relación con la frecuencia de viaje, que el 50% de los encuestados realizan viajes 2 a 3 veces al año, el 26% una vez al año, no obstante el 15% entre 3 a 4 veces al año, y el 9% señalo que realiza viajes más de 5 veces al año. Estos resultados reflejan una variada frecuencia de viaje diversa entre los turistas que visitan los cantones.

Figura 14

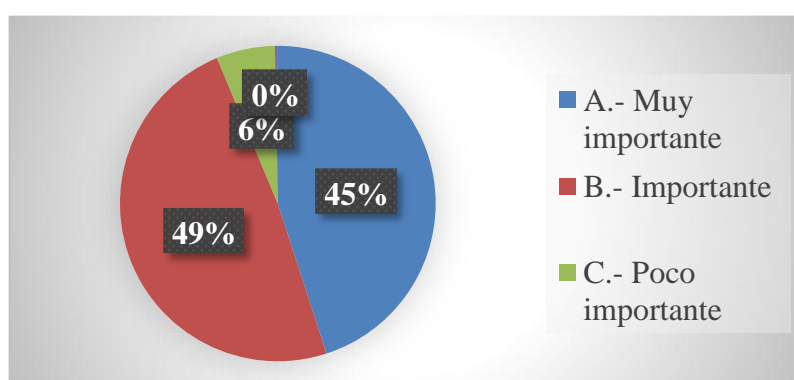
¿Qué le motivo a visitar el cantón?



De las encuestas realizadas a 382 personas, el 33% de encuestados respondieron que su principal motivación para visitar los cantones es por la cultura y tradiciones, lo por tanto los cantones son destinos que posee diversidad de actividades, mientras que el 31% viaja por naturaleza y paisaje esto se debe a que los cantones son puntos estratégicos para llegar a los sitios más visitados como es la laguna de Quilotoa, el otro 20% viaja por la gastronomía, en los cantones se puede encontrar una variedad de platos tradicionales, y con el mínimo de 16% viajan por descanso y relajación donde los turistas buscan salir de sus rutinas diarias para poder realizar actividades de ocio y recreación que los ayude a relajarse.

Figura 15

¿Qué tanto influye la gastronomía al momento de elegir un destino?

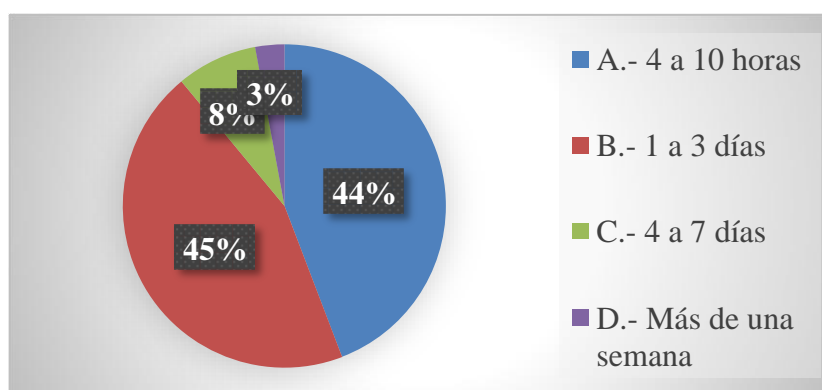


Según lo representado en el gráfico, el 49% de las encuestas opinan que la gastronomía tiene una influencia de manera moderada al momento de elegir un lugar turístico,

el 45% expreso que la gastronomía es un factor importante en su elección de viaje, únicamente el 6% expreso que les importa poco. Es importante resaltar que los encuestados afirmo que la gastronomía no influye en lo absoluto al momento de elegir un destino.

Figura 16

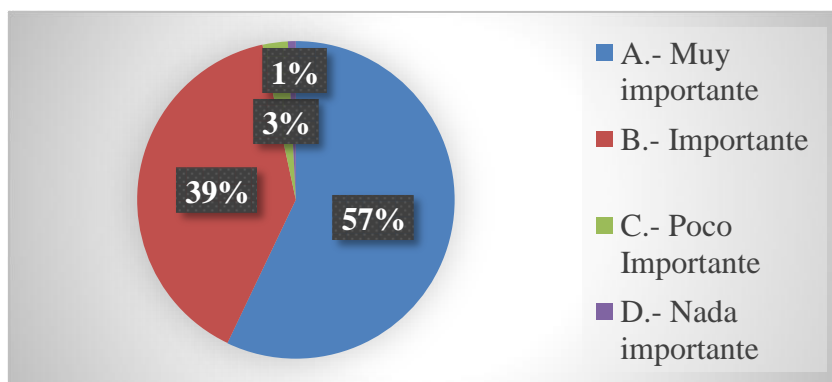
¿Cuánto tiempo estima permanecer en el cantón durante su visita?



Como se observa en el gráfico, el 45% de los participantes en la encuesta indico que generalmente se quedan 1 a 3 días, en cambio el 44% se queda de 4 a 10 horas, el 8% se queda únicamente de 4 a 7 días, y el tan solo 3% permanecen más de una semana en los cantones. Esta información refleja que la mayoría de los visitantes realizan visitas breves. Sin embargo, la presencia de un grupo minoritario que realiza estadías largas que existen oportunidades de desarrollar y diversificar la oferta turística.

Figura 17

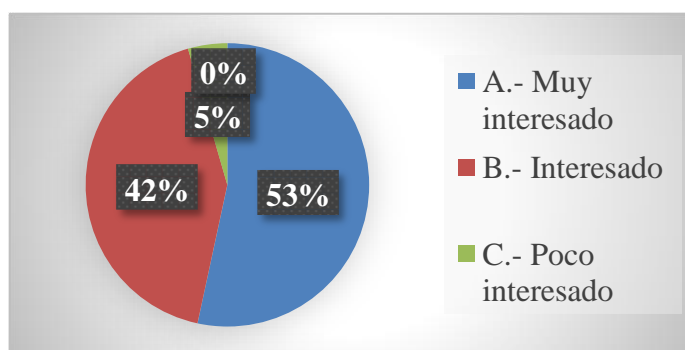
¿Qué tan importante considera el diseño de productos turísticos enfocados en la gastronomía para enriquecer la experiencia del visitante en el cantón?



En el gráfico indica que, el 57% de los encuestados considera que es muy importante el diseño de productos turísticos enfocados en la gastronomía para así poder enriquecer la experiencia que buscan los visitantes, mientras que el 39% lo consideran importante y el otro 3% lo considera poco importante y con el mínimo de 1% les parece nada importante. Sin embargo la mayoría de los turistas valoran significativamente la gastronomía en los cantones.

Figura 18

Si se diseñara un producto turístico gastronómico que ofrezca experiencias auténticas y tradicionales en el cantón, ¿Qué tan interesado estaría usted en participar?

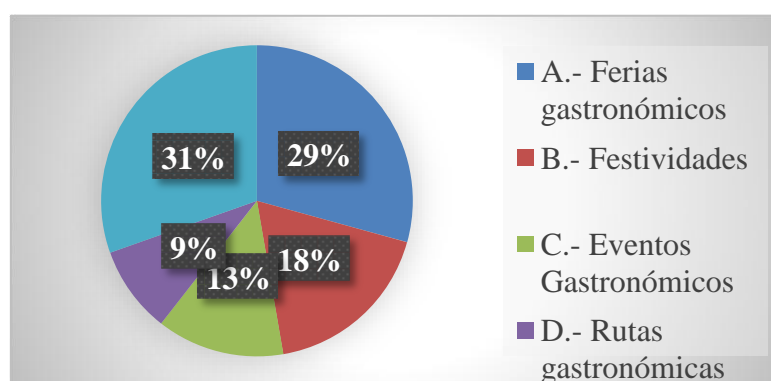


De las 382 encuestas realizadas, el 53% indicó que estarían muy interesados en participar en un producto gastronómico que ofrezca experiencias auténticas y tradicionales, mientras que el 42% de los encuestados respondieron que están interesados en participar. Solo el 5% indicó poco interés y ninguno señaló desinteresado total, esto indica que están

interesados en participar, esto resalta la necesidad de diseñar un producto que incorpore estas características.

Figura 19

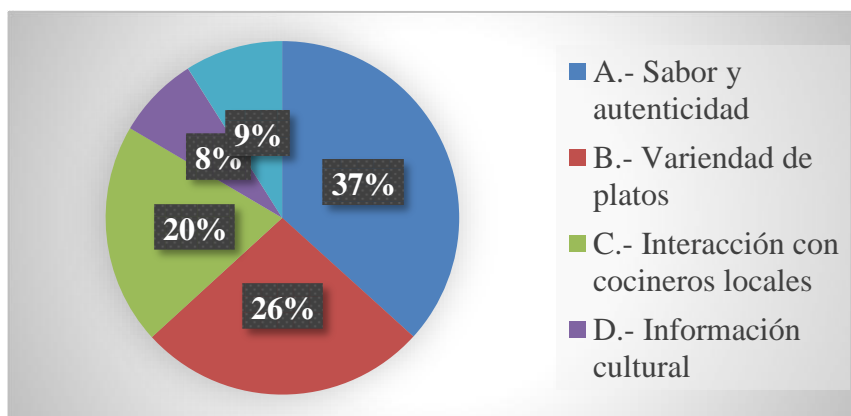
¿Cuál de los siguientes productos gastronómicos le gustaría que se implementé en el cantón?



El gráfico ilustra que, el 31% de los participantes muestran interés en el diseño de un circuito gastronómico, lo que está vinculado con que la mayoría solo se queda un día recorriendo los cantones, el 29% expresó su preferencia por las ferias gastronómicas, el 18% festividades, el 13% eventos gastronómicos y solo el 9% rutas gastronómicas. A pesar de que estos últimos productos obtuvieron un porcentaje inferior muestra el resultado de interés que genera en el diseño de diversos productos turísticos gastronómicos.

Figura 20

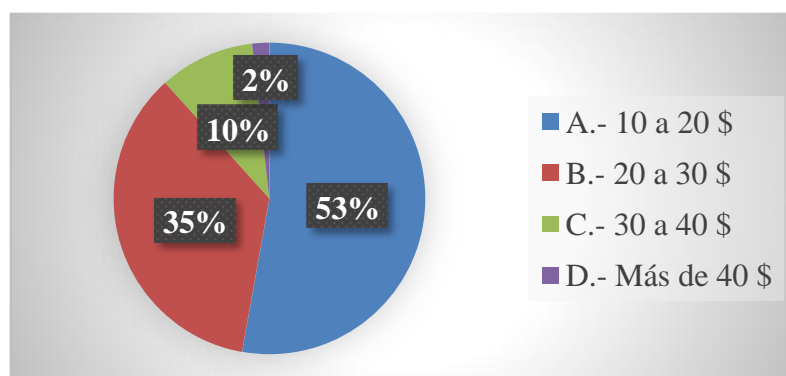
¿Qué valoraría más en un producto turístico gastronómico?



De acuerdo con el gráfico, el 37% de los participantes valorarían más el sabor y autenticidad de la comida en el diseño de un producto gastronómico, el 26% respondió que valorarían la variedad de platos que ofrecen los cantones, mientras que el 20% requieren la interacción con los cocineros locales de los cantones, el 9% por los precios accesibles y con la minoría del 8% de encuestados valorarían la información cultural que les puedan brindar y conocer un poco más sobre la gastronomía.

Figura 21

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por experiencias gastronómica?

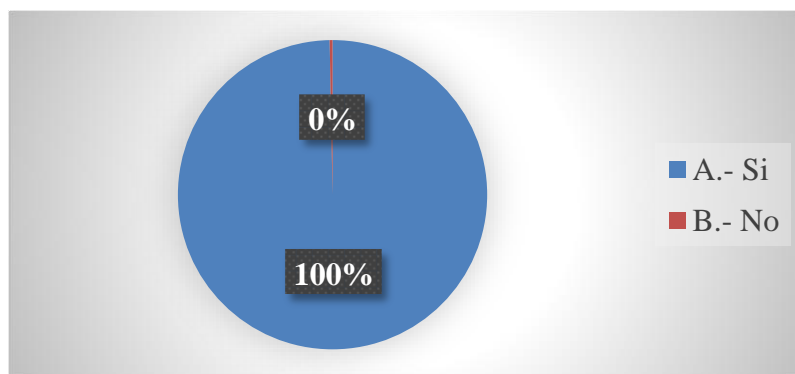


Como se observa en el gráfico, el 53% expresó que estaría dispuesto a pagar de 10 a 20 \$ por un circuito gastronómico, el 35% indicó que estarían dispuestos a pagar de 20 a 30 \$. Por otro lado, el 10% pagaría de 30 a 40 \$, y solo el 2% de los participantes expresaron que están dispuestos a invertir más de 40 \$. Estos precios, establecidos por pax, son accesibles.

para el público objetivo, que son turistas locales, nacionales y extranjeros con ingresos medios y altos, este segmento no solo valora la alimentación, sino la experiencia, que incluye la calidad del servicio, el rescate de la identidad cultural y la autenticidad gastronómica, por lo cual están dispuestos a invertir en este tipo de experiencias.

Figura 22

¿Considera que la creación de un producto turístico gastronómico contribuiría a mejorar la economía local y atraer más turismo al cantón?



De las encuestas realizadas a 383 participantes, representa el 100% de los encuestados, el 100% respondió que Si contribuirá de una manera positiva el incremento de la economía y a su vez atraer más visitantes a los cantones con el diseño de productos turísticos gastronómicos.

Una vez finalizadas las encuestas en los cantones de Pujilí y Sigchos donde se destaca una gran variedad de gastronomía tradicional, se obtuvo información relevante para el diseño de producto turístico gastronómico.

El resultado muestra que existe un gran interés por parte de los visitantes por la gastronómica local, ya que valoran mucho las recetas tradicionales, el uso de los ingredientes propios de la zona y en especial su forma de preparación de cada uno de los platos. Además, los encuestados señalaron que el diseño de productos turísticos gastronómicos representaría

una buena oportunidad de fortalecer la identidad cultural, conservar sus tradiciones y de igual manera generando nuevas fuentes de ingresos económicos.

10.3 CARACTERÍSTICA DE LA OFERTA

En el cantón Pujilí se diseñó un circuito turístico gastronómico por parte del GAD, el cual se quedó como una propuesta realizada en el año 2023, se trataba de visitar las plantaciones de papas, maíz, melloco y ser participe en talleres de preparación de alimentos en las parroquias de Guangaje y Zumbahua. De igual manera se realiza la venta de comida rápida, dulces y emprendimientos alrededor del parque central de Pujilí en las actividades que realizan para las fiestas de cantonización.

En Sigchos se ha consolidado el Festival del Zapallo, es un evento emblemático del cantón que se celebra cada año por la cosecha de este producto, considerado un ingrediente esencial en la gastronomía local. La décima edición se celebró el 26 y 27 de abril, lo que indica que esto inicio alrededor del año 2015, este festival se lleva a cabo en la plaza central de Sigchos donde los agricultores compiten exhibiendo los zapallos más grandes y de mayor peso, además se ofrece la degustación de platos elaborados a base de zapallo como los bizcochos y dulces.

Los cantones Pujilí y Sigchos se destacan por la riqueza de su gastronomía. La mejor forma de descubrir y disfrutar sus sabores y tradiciones es visitando los mercados, puestos y locales de comida, que ofrece una variedad de platos.

Las características principales son:

Tabla 39 Características de la oferta gastronómica

Características	Descripción
	Las gastronomías de los cantones se distinguen mucho por ser muy tradicional,

Autenticidad y tradición

está basada en recetas que se han transmitido de una generación a otra

manteniendo viva la cultura y las técnicas de preparación de los platos autóctonos como: el cuy, hornado y fritada.

Uso de productos locales

La gastronomía es preparada con ingredientes frescos y locales, como papas, maíz, habas, melloco, ocas, cebolla, ajo. Así mismo, se utiliza carnes criollas provenientes de animales que son criados de manera natural en los hogares que le da un sabor único a cada uno de los platos.

Los platos son preparados en diferentes métodos y técnicas que aún muy pocas personas la conservan como son: alimentos preparados en leña utilizando las ollas de barro que le da un sabor auténtico y diferente, La preparación en hornos

Métodos y técnicas tradicionales de cocción

Actividades relacionadas a la gastronomía

tradicionales utilizando ingredientes naturales como hierbas y especias locales de igual manera se utiliza monteras o piedras para triturar y realizar aliños, el ají o salsas.

Los turistas suelen participar en diferentes actividades que les permite conocer y disfrutar de la cultura local a través de la comida como:

Degustación de los platos tradicionales, visita a los mercados, participación en talleres y

visitas a fincas o haciendas para observar el proceso de producción de los ingredientes, la cosecha y crianza de animales.

Variedad de oferta gastronómica

La oferta gastronómica de los cantones es muy variada en los platos y debidas tradicionales representativos de su cultura, lo que ayuda a atraer a más turistas extranjeros y nacionales.

Nota: Características de la oferta Elaboración Propia

Se seleccionaron 4 restaurantes representativos que ofrecen los platos tradicionales en el cantón Pujilí que se encuentran registrados en el MINTUR, los cuales fueron elegidos por su reconocimiento que no solo se destaca en la calidad de su preparación sino también por su capacidad de atraer a residentes y turistas interesados en conocer la gastronomía tradicional.

Tabla 40 *Oferta Gastronómica Pujilí*

Restaurante	Plato más vendido	Platos tradicionales principales	Platos cotidianos
Runa Ñan	✓ Trucha al ajillo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Locro de papa ✓ Sopa de quinua ✓ Trucha a la plancha ✓ Fritada 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lomo de la casa ✓ Filete de pollo ✓ Ensalada de Quinua ✓ Ensalada COBB
Restaurante Pakary	Sisa ✓ Caldo de Gallina	✓ Habas, queso y choclo	✓ Carne apanada

	✓ Asado de borrego	✓ Locro de papa	✓ Pollo a la plancha
		✓ Bandeja andina	✓ Pollo en salsa de champiñones
		✓ Fritada	✓ Trucha con salsa de champiñones
		✓ Truchas a la plancha	✓ Filete en salsa de champiñones
			✓ Trucha al ajillo
			✓ Sopa de quinua
Karu Ñan	✓ Parrillada de borrego	✓ Cuy asado	✓ Locro de papa
		✓ Caldo de gallina	✓ Churrasco
		✓ Fritada	
		✓ Caldo de gallina criolla	
Fanny Lu Paradero	✓ Tilapia frita	✓ Yahuarlocro	✓ Seco de pato
Los Guarumos	✓ Borrego asado	✓ Seco de gallina	✓ Seco de chivo
		✓ Maito	

Nota: Elaboración Propia

Con el fin de identificar oferta gastronómica en el cantón Sigchos, se seleccionaron varios establecimientos registrados en el catastro del GAD que son representativos que destacan su compromiso con la preparación de los platos tradicionales y conservar sus recetas.

Tabla 41 *Oferta Gastronómica Sigchos*

Platos tradicionales

Restaurante	Plato más vendido	Platos cotidianos principales
Restaurante María Martha	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Churrasco ✓ Cuy asado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Caldo de gallina ✓ Sopa de quinua ✓ Fritada ✓ Seco de pollo ✓ Seco de carne ✓ Carne apanada ✓ Caldo de pata
Picantería “ESTHERSITA”	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tilapia frita 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sopa de Quinua ✓ Sancocho ✓ Caldo de gallina ✓ Ceviche de camarón ✓ Seco de pollo ✓ Carne asada ✓ Seco de carne
Restaurante Kuna	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trucha al ajillo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Locomo de papa ✓ Sopa de quinua ✓ Trucha a la plancha ✓ Lomo de la casa ✓ Filete de pollo ✓ Ensalada de Quinua
Paradero “El Jardín Colgante”	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Parrillada de borrego 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trucha al ajillo ✓ Cuy asado ✓ Caldo de gallina ✓ Fritada ✓ Fritada ✓ Hornado ✓ Sopa de quinua ✓ Locomo de papa ✓ Churrasco
Mini Picantería	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seco de gallina 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuy asado ✓ Locomo de zapallo ✓ Camarones apanados ✓ Caldo de pata

Restaurante “Dinos”	✓ Locro de zapallo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Locro de cuy ✓ Yahuarlocro ✓ Fritada ✓ Dulce de zambo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Caldo de pata ✓ Seco de pollo ✓ Carne a la plancha
Picantería “Elvita”	✓ Cuy asado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fritada ✓ Caldo de gallina ✓ Yahuarlocro ✓ Locro de zapallo ✓ Cuy asado ✓ Hornado ✓ Caldo de gallina 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seco de pollo ✓ Carne asada ✓ Caldo de pata ✓ Camarón apanado
Restaurante María	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fritada ✓ Yahuarlocro 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seco de gallina ✓ Dulce de zambo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Churrasco ✓ Sopa de quinua
Restaurante SOTO	✓ Locro de cuy	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Locro de zambo ✓ Locro de zapallo ✓ Fritada ✓ Hornado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Locro de papa ✓ Seco de carne ✓ Carne asada

		✓ Cuy asado	✓ Seco de gallina	
		✓ Fritada	✓ Yahuarlocro	✓ Carne asada
		✓ Hornado	✓ Locro de zambo	✓ Seco de carne
		✓ Caldo de gallina	✓ Dulce de zambo	✓ Seco de pollo
			✓ Locro de cuy	✓ Churrasco
Mercado “24 de mayo”		✓ Locro de zapallo	✓ Locro de cuy	✓ Sopa de quinua
Servicio de comida “DOÑA LU”		✓ Locro de zapallo	✓ Fritada	✓ Caldo de gallina
			✓ Hornado	✓ Pinchos
			✓ Dulce de zambo	

Nota: Elaboración Propia

10.4 DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GASTRONÓMICOS

10.4.1 DISEÑO DEL CIRCUITO GASTRONÓMICO “SUMAK MIKUY RAYMI”

10.4.1.1 Definición de aspectos generales del circuito

Para el diseño del circuito gastronómico nos enfocamos en visitar todas sus plazas donde se ofrecen una variedad de platos tradicionales. Para esto seleccionamos los lugares donde los turistas pueden degustar la auténtica comida Pujilense, siempre teniendo en cuenta las necesidades, intereses y expectativas de los visitantes. El objetivo es crear un circuito que se adapte perfectamente a lo que busca el turista.

Figura 23

Logotipo del circuito gastronómico



Nota: Elaboración propia

10.4.2 Descripción de los elementos del logotipo

10.4.2.1 Elementos

- ✓ **Montañas y el cielo:** Representa a la zona geográfica andina, las nubes y el cielo simbolizan la conexión con la naturaleza y los ciclos climáticos.
- ✓ **Campos multicolores:** Representa los cultivos tradicionales andinos y la armonía con la Pachamama.
- ✓ **Productos agrícolas:** Simboliza la abundancia agrícola y el valor de los alimentos nutricionales como: maíz, papas, habas, melloco, oca, mashua, etc.

10.4.2.2 Colores

- ✓ **Rojo y naranja:** Simboliza la fuerza, energía, el fuego y el sol.
- ✓ **Amarillo:** Simboliza Abundancia, cosecha y riqueza.
- ✓ **Verde:** Simboliza la fertilidad, esperanza y la naturaleza viva.
- ✓ **Azul:** Representa los ríos y lagunas, agua, cielo y vida.
- ✓ **Café:** Representa a la madre tierra, los cultivos, los trabajos realizados por los habitantes de la zona.

10.4.2.3 Texto “SUMAK MIKUY RAYMI”

En Kichwa, significa:

- ✓ **Sumak:** Bonito, sabroso o hermoso.
- ✓ **Mikuy:** Comida, Alimento.
- ✓ **Raymi:** Fiestas, celebraciones.

Por lo tanto, el nombre completo se traduce como “**Fiesta de la buena comida**” o “**Celebración del buen comer**”. Tanto los elementos, colores y el texto representan la soberanía alimenticia de la cultura andina, así como el respeto por la tierra y los saberes ancestrales. De este modo se representa la celebración de los alimentos como parte de la identidad de los pueblos originarios del Ecuador.

10.4.3 Políticas del producto

Para llevar a cabo el circuito, aplicaremos las siguientes políticas:

- ✓ Establecer las normas de buenas prácticas de higiene y atención al cliente.
- ✓ Aplicar prácticas adecuadas de manejo de residuos en todos los puntos, así contribuyendo con la sostenibilidad y reduciendo el impacto ambiental. ✓ Garantizar que los espacios sean accesibles para todo tipo de visitantes.
- ✓ Impulsar desarrollo económico local.

10.4.4 Objetivo del producto

El propósito de desarrollar este producto turístico es cumplir:

- ✓ Visibilizar al cantón Pujilí como un potencial turístico y gastronómico.
- ✓ Fomentar la conciencia gastronómica en la población local y visitantes.
- ✓ Impulsar el desarrollo económico.

10.4.4.1 Definición del recorrido

Primer circuito: Sumak Mikuy Raymi

Duración: 3 horas y 10 minutos

Enfoque: El recorrido está diseñado para la población local y los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Pujilí.

Detalles del circuito:

El circuito gastronómico en el cantón Pujilí ha sido diseñada para ofrecer a los visitantes una experiencia enriquecedora y auténtica, que les permita conocer y valorar la riqueza que posee el cantón. Los atractivos seleccionados se han considerado de manera estratégica para asegurar una secuencia coherente, lo que permite al turista iniciar el recorrido visitando los patrimonios culturales e históricos, para luego deleitar de la gastronomía tradicional y culminar con una visita panorámica del cantón.

El circuito inicia en el parque central de Pujilí, es el punto de concentración para los visitantes. Aquí se encuentra la Iglesia Matriz de Pujilí, cuya infraestructura fue reconstruida después del terremoto de 1787 y finalizada en 1819. Este espacio es considerado adecuado, ya que permite contextualizar al visitante sobre el origen histórico y religioso del cantón. Además de su valor arquitectónico, contiene detalles artísticos que reflejan la herencia cultural local.

Luego nos dirigimos al Parque Central considerado el epicentro de las principales actividades y manifestaciones culturales de Pujilí, como es el Corpus Christi. En este lugar se desarrollan desfiles, presentaciones artísticas, actos religiosos y cívicos, siendo un espacio clave para los visitantes para disfrutar de las tradiciones y la vida cotidiana del cantón.

Posteriormente, nos dirigimos al Palacio Municipal, es una edificación colonial representativa de la arquitectura del cantón. Este lugar alberga pequeños museos folklóricos, históricos y cívicos, además cuenta con la biblioteca “Simón Bolívar”.

A continuación, se visita el Mercado Nuevo de Pujilí, donde los turistas pueden observar las actividades comerciales y gastronómicas. Este punto está ubicado estratégicamente en la mitad del recorrido donde pueden observar los platos y bebidas tradicionales como el hornado, morcilla, togro, fritada, jugos naturales y el chaguarmishqui. Además se realizará una parada donde los visitantes de forma opcional pueden degustar algunos de estos productos.

Después de la actividad gastronómica, se continua hacia la Plaza Sucre, es un espacio emblemático donde los habitantes realizan sus actividades diarias, sociales y comerciales. En este punto se refleja la vida cotidiana de los habitantes que permite al turista conocer como interactúan los ciudadanos en su propio entorno se le considera el corazón social y cultural del cantón.

Finalmente, el recorrido culmina en las gradas del Sinchahuasin, donde se encuentra el mirador “Churuloma”. Este lugar ha sido seleccionado para el cierre del circuito porque ofrece una vista panorámica de todo el cantón, permitiendo a los visitantes apreciar el paisaje. Aquí se encuentra el escudo del cantón y la fecha de cantonización. El ascenso de las 600 gradas es el cierre simbólico.

Figura 24

Mapa del recorrido



Nota: Elaboración propia

10.4.4.2 Gastos Tabla

42

Gastos y costos para el circuito

Circuito	Costo	N° de personas	Costo total
Guía local	\$ 9	30	\$ 270
Box Lunch	\$ 3	30	\$ 90
Degustación (Opcional)	\$4		\$4
Publicidad			\$ 200
	Total		\$ 560

Nota: Elaboración propia

El costo total del circuito gastronómico es de \$560, monto que cubrirá los principales aspectos logísticos de la actividad. Este monto se divide entre 30 personas que será el número que se manejará por cada salida, resultando un valor de \$19 por pax, cabe recalcar que la

degustación tiene un valor adicional de \$4 por persona y es opcional, permitiendo que el turista elija si desea incluir esta experiencia en su recorrido.

10.4.4.3 Recopilación de información y reconocimiento del circuito

Utilizando las salidas de campo se identificaron los sitios que formaran parte del circuito, permitiendo recopilar información relevante de cada sitio para compartir datos importantes durante el recorrido a los visitantes.

Tabla 43 *Información de los puntos del circuito*

Puntos	Descripción
Iglesia Matriz de Pujilí	Este marcara el inicio del recorrido la
Parque central “Luis Fernando Vivero”	iglesia fue construida en 1680 constituye San Sebastián y coro, criptas y bóvedas y las obras de artes religiosas como: pinturas, esculturas y retablos. Se encuentra frente al Parque Central, al lado occidental consta de un atrio construido de piedra.
	El segundo punto será el parque que es el epicentro de las celebraciones más importantes de Pujilí como es el Corpus Christi y de las ferias de emprendimientos. Es un espacio público localizado en el centro de la ciudad, frente a la Iglesia la Matriz es un lugar emblemático de Pujilí rodeado de árboles y espacios verdes ideal para el descanso y ofrece un ambiente tranquilo.
 <p>una de las cuatro iglesias más antiguas del Ecuador, el estilo del templo es Romano, destacándose la cruz latina, fuertes muros y bóvedas de cañón. Fue reconstruida después del terremoto de 1787 y terminada en 1819. La iglesia alberga detalles históricos y artísticos importantes: tallados de madera en la sala capitular, cúpula de</p>	El tercer punto será el palacio municipal es

Palacio Municipal



reconstruido y restaurado. Es un espacio utilizado para eventos culturales y celebraciones musicales o de danza especialmente en festividades como el Corpus Christi. Se destaca por su torreón y techo de teja.

considerado una de las edificaciones coloniales más representativas del cantón destacando su belleza arquitectónica. Fue inaugurado en 1901, después de una construcción que comenzó en 1899. Tras

un terremoto en 1996, el edificio fue

El cuarto punto será el mercado nuevo de Pujilí donde se puede encontrar una gran variedad de platos tradicionales como el:

Mercado Nuevo de Pujilí

hornado, morcilla, togro, fritada, llapingacho, tortillas de maíz, jugos naturales,



Chaguarmishqui. Es una obra moderna que busca integrar equipamientos, promover la identidad cultural de la ciudad. Se encuentra en el corazón de la

ciudad, además de generar fuentes de empleo y ser un polo de desarrollo económico para la ciudad.

Plaza Sucre



El quinto punto será la plaza sucre es un lugar donde los habitantes se reúnen, conversan y realizan actividades diarias, es considerada el corazón de la vida social, cultural y comercial de la ciudad.

Este será nuestro último punto será el Sinchahuasin se eleva a una altura de 3 000 msnm. Desde este punto se puede

obtener una vista panorámica de la ciudad.

Además

Sinchahuasin se encuentra el mirador “Churuloma” con un columpio temático, también se puede apreciar el escudo y la fecha de cantonización en la cima, esta escalinata cuenta con 600 escalones y es un mirador natural.



Nota: Elaboración propia

10.4.4.4 Itinerario

Tabla 44

Itinerario del Circuito Gastronómico

Hora	Lugar	Actividad	Duración
9:50 am	Punto de Concentración (Iglesia matriz de Pujilí)	Recibimiento de los 10 minutos turistas e indicaciones generales Visita de sitio sobre su 30 minutos arquitectura	
10:00 am	Iglesia matriz de Pujilí	Recorrido por la iglesia	
10:30 am		Fotografía	
10:30 am		Recorrido guiado	30 minutos
11:00 am	Parque “Luis Fernando Vivero”	Fotografía Visita a restaurantes tradicionales	

11:00 am		Recorrido guiado	
	Palacio Municipal de Pujilí	Fotografía	
11:30 pm			
Visita de sitio	30 minutos		
11:35 am	Mercado nuevo de Pujilí	Recorrido guiado	50 minutos
		Degustaciones	
12:10 pm		Fotografías	
		Caminata	20 minutos
		Fotografía	
12: 15 pm	Plaza Sucre de Pujilí	Observación de la	
12: 40 pm		actividad comercial	
		Caminata	30 minutos
12:40 pm		Recorrido	
13:10 pm	El Sinchahuasin	Fotografía	
13:10 pm	Finalización del circuito	Despedida	

Nota: Elaboración propia

El circuito incluye

- ✓ Box lunch
- ✓ Guía

No Incluye

- ✓ Comidas o bebidas extras
- ✓ Propinas
- ✓ Gastos adicionales
- ✓ Transporte
- ✓ Degustación (opcional)

Recomendaciones

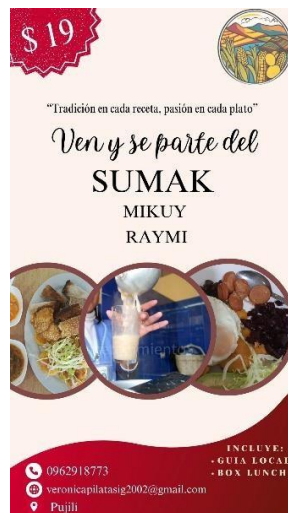
- ✓ Ropa y calzado adecuado
- ✓ Gorra
- ✓ Bloqueador solar
- ✓ Agua

10.4.4.5 Difusión del circuito

En la promoción del circuito se elaboró un afiche promocional, el cual fue compartido a través de diferentes plataformas como: Tik Tok, WhatsApp y Facebook, con el fin de llegar a un público más amplio generando interés en el producto.

Figura 25

Afiche y Publicidad



Nota: Elaboración propia

10.4.5 DISEÑO DE LA FERIA TURÍSTICA GASTRÓNOMICA “SIGCHOS MUSHUK MIKUY”

10.4.5.1 Etapa 1: Organización y Planificación (Pre-Feria)

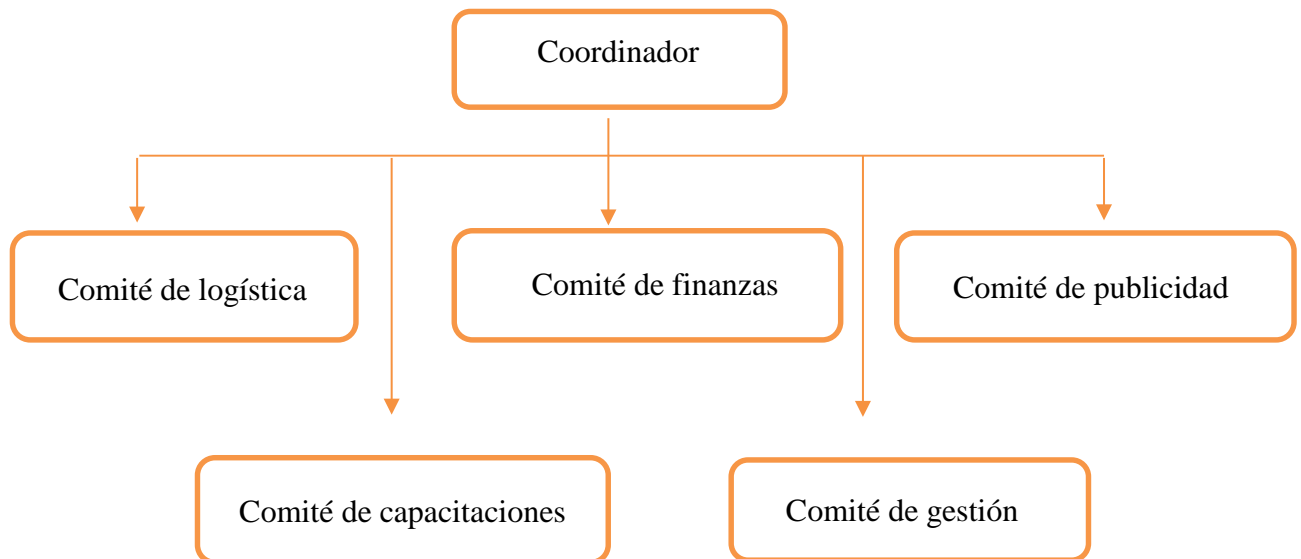
Esta etapa incluye las actividades que se llevaran a cabo previo a la ejecución de la feria gastronómica, se definirá las responsabilidades concretas que cada comité tiene que desempeñar.

10.4.5.2 Grupo Organizador

El grupo organizador será quienes dirija la feria gastronómica que se presenta a continuación las comisiones establecerán las actividades que se llevara a cabo durante la feria.

Figura 26

Comité de trabajo



Nota: Elaboración Propia

Coordinador

Es el líder y el encargado de supervisar todas las actividades.

- ✓ Coordina y controlar todas las actividades relacionadas con la organización de la feria gastronómica.
- ✓ Toma de decisiones y buscar estrategias favorables juntamente con los demás miembros del equipo.
- ✓ Determinar objetivos y metas para la feria.
- ✓ Resolver las dificultades y toma de decisión en tiempo real durante la feria.

10.4.5.3 Logística

Se encarga de planificar, organizar y supervisar todos los aspectos operativos para el desarrollo de la feria.

- ✓ Verificar la distribución correcta y señalización de los espacios que corresponde 18 m² a cada establecimiento.
- ✓ Coordinar todos los insumos necesarios como la disponibilidad de sillas, mesas y carpas.
- ✓ Supervisar el suministro de los servicios básicos durante toda la feria.
- ✓ Implementar un plan de seguridad para los visitantes con personas de seguridad.

10.4.5.4 Finanzas

Se encarga de administrar y controlar todos los recursos económicos durante el desarrollo de la feria y también le corresponde la búsqueda de auspiciantes.

- ✓ Elaborar el presupuesto general de la feria.
- ✓ Coordinar los gastos y pagos a los diferentes comités.
- ✓ Elaborar el registro contable de cada gasto de la feria.
- ✓ Búsqueda y gestión de patrocinadores para obtener fondos a través de alianzas.
- ✓ Rendir cuentas al finalizar la feria.

10.4.5.5 Publicidad

Es el responsable de dar a conocer el evento eso se puede realizar mediante diferentes redes sociales y medios de comunicación para lograr los objetivos.

- ✓ Elaborar estrategias de marketing enfocados en la promoción de la feria.
- ✓ Diseñar y distribuir el material publicitario como folletos y carteles y otros medios visuales.
- ✓ Organizar la difusión de la feria en diferentes plataformas digitales.
- ✓ Coordinar entrevistas en diferentes medios de comunicación.

10.4.5.6 Capacitaciones

Tiene la responsabilidad de organizar y coordinar las actividades formativas dirigidas a las personas inscritas para la feria con la finalidad de mejorar la calidad de la oferta y garantizar una experiencia positiva al visitante.

A través de las capacitaciones se busca fortalecer los conocimientos previamente adquiridos, así como las habilidad y destrezas en la manipulación de los alimentos y en la aplicación de las buenas prácticas, sin descuidar la atención al cliente.

10.4.5.7 Temas de la capacitación

Los temas que se tratarán en la capacitación serán los siguientes:

- ✓ Buenas prácticas de manufactura
- ✓ Atención al cliente
- ✓ Costos y gastos de producción
- ✓ Marketing

Estas capacitaciones se llevarán a cabo 4 meses antes de la ejecución de la feria gastronómica, con el fin de garantizar la calidad de los servicios y la atención al cliente eficiente.

10.4.5.8 Gestión

Están encargadas de las actividades a desarrollar dentro de la feria.

Tabla 45 Aspectos del comité de gestión

Áreas designadas	Función
Protocolo	Inauguración y cierre de la feria.
Suministros básicos	Asegurar la disponibilidad de agua, electricidad y sistema de drenaje adecuado para todos los stands.
Logística	Verificación del número de stands, asegurando una distribución correcta y señalización clara de los espacios.
Personal de seguridad y emergencia	El cuerpo de policía, agentes de tránsito y los bomberos son encargados de la seguridad de los ciudadanos y mantener el orden público. De igual manera se cuenta con el personal de la Cruz Roja encargados de asistir los primeros auxilios y emergencias.
Permisos correspondientes	Contar con los requisitos y permisos adecuados para el desarrollo de la feria.

Personal designado para la limpieza antes, durante y después de la feria.

Personal de limpieza

Equipo responsable de evaluar los resultados alcanzados, medir el impacto generado y analizar el grado de participación en la feria gastronómica.

Monitoreo Post-Feria

Nota: Elaboración propia

10.4.5.9 Planificación Pre-Feria

Se establece el objetivo que se requiere alcanzar en la feria, considerando necesario que los comités antes señalados establezcan criterios al momento de planificar la feria.

10.4.5.10 Desarrollo de la propuesta

Para garantizar una organización adecuada de la feria, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos antes de su ejecución.

Tabla 46 *Planificación del producto*



Planificación

Nombre de la feria

“Sigchos Mushuk Mikuy”

Logotipo o marca

Descripción del logotipo

Elementos

- ✓ **Montañas y el cielo:** Representa a la zona geográfica andina, las nubes y el cielo simbolizan la conexión con la naturaleza y los ciclos climáticos.
- ✓ **Campos agrícolas:** Representa los cultivos tradicionales como base económica de la zona.
- ✓ **Productos agrícolas:** Simboliza la abundancia agrícola y el valor de los alimentos nutricionales como: maíz, papas, habas, melloco, oca, mashua, etc.

Colores

- ✓ **Naranja:** Simboliza la fuerza, energía, el fuego y el sol.
- ✓ **Amarillo:** Simboliza Abundancia, cosecha y riqueza.
- ✓ **Verde:** Simboliza la fertilidad, esperanza y la naturaleza viva.
- ✓ **Azul:** Representa los ríos y lagunas, agua, cielo y la vida.
- ✓ **Café:** Representa a la madre tierra, los cultivos, los trabajos realizados por los habitantes de la zona.

Texto “SIGCHOS MUSHUK MIKUY”

En Kichwa, significa:

- ✓ **Sigchos:** Nombre del cantón anfitrión
- ✓ **Mushuk:** Nuevo.
- ✓ **Mikuy:** Comida.

La feria se realizará cada año el 21 de julio en las fiestas de cantonización, donde se presentará un cronograma de actividades y se

Fecha de realización debe cumplir con las capacitaciones es un requisito necesario durante los 4 meses antes del desarrollo de la feria.

La oferta de la feria “Sigchos Mushuk Mikuy” será conformado por personas involucrados en el ámbito gastronómica, se

Público Objetivo encuentran una variedad de platos tradicionales y cotidianos, los cuales se va a dar conocer por sus características como el:

ingredientes, sabor, autenticad, historia y técnicas utilizadas para preparar los platos.

La demanda está dirigida principalmente a la población local así como a turistas nacionales y extranjeros interesados en la gastronomía que puede estar compuestas por familias, grupos de amigos, trabajadores locales, comerciantes que buscan espacios para degustar de alimentos frescos.

La feria se desarrollará en el parque central del cantón Sigchos, para realizar la feria se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

✓ Accesibilidad

Ubicación

- ✓ Seguridad
- ✓ Sonido
- ✓ Servicio higiénico
- ✓ Servicios básicos
- ✓ Zona de parqueo

Stand

La comisión será responsable de su entrega el día que se realizara la feria, por lo cual los

✓ Infraestructura stands tendrán las mismas

dimensiones de 18m2 para cada participante.

Nota: Elaboración propia

10.4.5.11 Ficha de Inscripción

La ficha de inscripción está dirigida a quien deseen participar en la feria gastronómica y podrá ser completada presencialmente.

Figura 27

Ficha de Inscripción

FICHAS DE INSCRIPCIÓN
NOMBRES COMPLETOS:
DIRECCIÓN:
TELEFONO:
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO QUE VA A OFERTAR:



Nota: ficha de inscripción

10.4.5.12 Reglamentos

Los dueños de los stands acudan en el día, hora y sitio establecido por el comité responsable. Para participar en la feria gastronómica, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- ✓ La ficha de inscripción y el certificado de la capacitación.
- ✓ Cumplir con las normas de higiene.
- ✓ Cumplir con los horarios establecidos.
- ✓ Tener responsabilidad y compromiso de cuidar los implementos del stand.
- ✓ Mantener en buen estado los alimentos.

Uniforme

- ✓ Camisa blanca
- ✓ Delantal
- ✓ Malla y gorro de cocina
- ✓ Pantalón negro
- ✓ Calzado cerrado

- ✓ Guantes quirúrgicos
- ✓ Toalla de mano

Equipos

Sera responsabilidad del comité organizador suministrar a todos los participantes lo siguiente:

- ✓ Carpa de 6x6 (dos establecimientos por carpa)
- ✓ Agua
- ✓ Luz
- ✓ Sillas y mesas
- ✓ Tachos de basura
- ✓ Mantel blanco para cada stand
- ✓ Mesas rectangulares para cada stand

Seguridad e higiene

- ✓ Lavado de mano frecuente
- ✓ Área limpia
- ✓ Almacenamiento adecuado
- ✓ Control de aforo
- ✓ Monitoreo constante

10.4.5.13 Etapa 2: Desarrollo de la feria

- ✓ **Lanzamiento de la feria:** Se realiza con el objetivo de asegurar una amplia participación de expositores, población local, turistas nacionales y extranjeros, esto se realizará 15 días antes de la feria es decir el 6 de julio asegurando una adecuada promoción del evento. Los medios de difusión previo al lanzamiento que se utilizara son los siguientes: redes sociales del Gad (Facebook, Instagram y Tik Tok), afiches, pancartas, invitaciones digitales por grupos de WhatsApp. El medio de difusión

posterior al lanzamiento de la feria será de la siguiente manera: cobertura en vivo en redes sociales, videos promocionales realizados por los participantes y la experiencia de los turistas o visitantes. Esto se encargará de realizar el comité de publicidad.

- ✓ **Inauguración de la feria gastronómica:** Estará bajo la coordinación de las autoridades del GAD de Sigchos encabezado por el alcalde, el técnico de turismo y la directora de la Carrera de Turismo.
- ✓ La realización del evento está previsto para el 21 de julio a partir de las 10:00 am hasta las 14:00, las actividades que se llevará a cabo será la presentación del mejor plato, degustaciones y el recorrido.
- ✓ Se realizará encuesta de satisfacción a los visitantes, con el objetivo de tener recomendaciones para los próximos eventos.

A continuación se presenta el cronograma:

Tabla 47 *Cronograma de la Feria Gastronómica*

Hora	Actividad
10:00 am	Inauguración de la feria gastronómica de Sigchos.
10:30 am	✓ Palabras de bienvenida a cargo del comité publicidad
	✓ Intervención del alcalde
10:30 am	✓ Intervención de la directora de la Carrera de turismo Recorrido por los stands
11:30 am	✓ Explicación de la elaboración de los platos. Presentación de los platos tradicionales
11:30 pm	✓ Participación de los expositores
12:30 pm	✓ Breve explicación de la preparación de los platos para ser calificado por el jurado

	Degustación gastronómica
12:30 am	✓ Los visitantes o turistas podrán degustar de los platos tradicionales ofertados en la feria.
13:30 pm	
	Finalización de la feria
13:30 pm	✓ Palabras de agradecimiento por parte de los organizadores
14:00 pm	✓ Premiación al mejor plato tradicional.

Nota: Elaboración propia

10.4.5.14 Premiación del mejor plato

Como parte de la feria Gastronómica de Sigchos, se llevará a cabo la premiación al mejor plato con el objetivo de reconocer la creatividad, autenticidad, sabor y presentación en la preparación del plato tradicional.

10.4.5.15 Jurado calificador

El jurado estará conformado por las siguientes personas

- ✓ Técnico de turismo de GAD Sigchos.
- ✓ Chef invitado con experiencia gastronómica tradicional.
- ✓ Representante de la comunidad local.

10.4.5.16 Cualidades para ser el plato ganador

Para ser seleccionado como plato ganador debe cumplir los siguientes parámetros o criterios:

- ✓ Autenticidad y tradición.
- ✓ Uso de ingredientes locales.
- ✓ Sabor y textura.
- ✓ Presentación y creatividad.
- ✓ Valor nutricional.

10.4.5.17 Premio al mejor plato

El ganador recibirá:

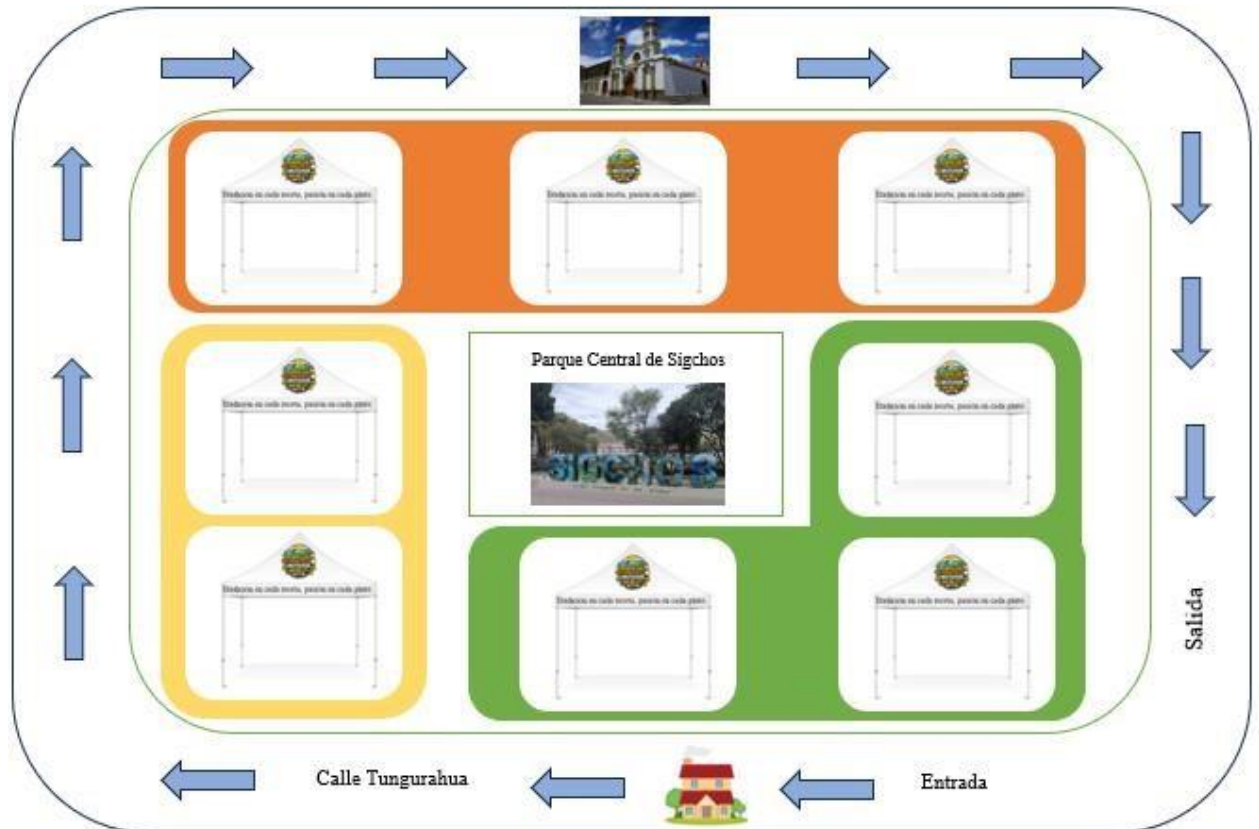
1er lugar. - un reconocimiento económico de \$200

2do lugar. - inscripción gratuita en la siguiente edición de la feria.

3er lugar. – un diploma por parte del GAD de Sigchos.

Figura 28

Croquis de la Feria Gastronómica



Nota: Elaboración propia

La feria gastronómica se dividirá en 3 áreas como es:

Platos Tradicionales: En esta área se ubicarán los restaurantes que ofrezcan platos tradicionales, elaborados a base de recetas ancestrales transmitido de generación en generación.

	Temas			
	complementarios de la			
	capacitación:			
	✓ Costos y gastos de producción	X X		
	✓ Marketing			
	Nombre de la feria		X	
	Diseño de logo y afiches		X	
	Equipamiento y montaje			X
	Costo de producción		X	
	Inauguración y lanzamiento de la feria			X
Etapa 2: Desarrollo de la feria	Encuesta a los visitantes y control X actividades			
	Encuesta de satisfacción a los			
Etapa 3: Monitoreo Post-Feria visitantes	expositores y Informe general			X
				x

Nota: Elaboración propia

10.4.5.18 Etapa 3: Monitoreo Post-Feria

Una vez concluido el evento, se llevará a cabo una encuesta tanto de los expositores y a los turistas, lo cual permitirá conocer el grado de satisfacción de la organización, beneficios económicos y publicidad, para saber si llego a cumplir con el objetivo de la feria, permitiendo mejorar los aspectos para eventos futuros.

10.4.5.19 Gastos relacionados a la feria

Tabla 49

Gasto y Costos de la Feria Gastronómica

Comisión	Actividades/gastos	Monto estimado
Promoción	Afiches	350
	Redes Sociales	
Protocolo	Información	200
	Señalización	
	Inauguración y clausura	
	Seguridad	
Montaje stand	Mano de obra	600
	Instalaciones eléctricas	
	Desmontaje	
Evento Gastronómico	Promoción y difusión de la feria	500
	Equipo de sonido	
	Decoración	
Costo total		1650

Nota: Costo de la feria

10.4.5.20 Costo de inscripción y entradas

Tabla 50

Costos de inscripción y entradas

	Valor	Concepto
Inscripción de los	\$ 12,38	expositores
Entrada	\$ 3.85	

Nota: Elaboración propia

El costo total de inversión para la feria gastronómico es de \$ 1 650 distribuido en las distintas áreas para su desarrollo, dicho monto será cubierto el 30% por los 40 expositores, quienes cancelaran una inscripción individual de \$12.38, y en un 70% por lo visitantes, a través del valor de las entradas fijado en \$ 3.85, considerando una asistencia de 300 personas. Este número de asistentes fue tomado como referencia la lata afluencia registrada en la décima edición del Festival del Zapallo, donde participaron más de 2 500 personas, incluyendo agricultores, emprendedores y turistas acudieron al evento.

11 IMPACTOS

11.1 Impactos sociales

La creación de los productos turísticos gastronómicos en los cantones Pujilí y Sigchos podría tener múltiples impactos positivos. En primer lugar, contribuiría a la generación de nuevas fuentes de empleos para la población locales además la implementación de un circuito y una feria gastronómica fomentará la preservación de la gastronomía, tradiciones y la identidad cultural de los cantones, fortaleciendo al mismo tiempo la conservación del entorno natural y cultural.

Así mismo, estos productos turísticos podrían atraer más visitantes interesados en explorar nuevas cosas como la degustación de la gastronomía, la observación de las manifestaciones culturales y el conocimiento de la historia local que posee los cantones, lo que permite estimular el desarrollo a los cantones. En conjunto, el diseño del circuito y la feria gastronómica representaría una gran ayuda para los habitantes al promover el crecimiento económico de una manera positiva y aprender a valorizar los patrimonios culturales.

La creación de estos productos turísticos no solo destacará la importancia gastronómica sino también facilitará la promoción de los atractivos culturales y naturales de los cantones, fortaleciendo su identidad.

11.2 Impacto económico

El circuito y la feria gastronómica representan dos productos claves, estas iniciativas tienen el potencial de generar un impacto económico positivo para las comunidades aledañas promoviendo el desarrollo del sector turístico. La implementación de estos productos fomentara la diversificación de la oferta turística, lo que ayudara a incrementar el flujo de visitantes y la generación de empleo.

11.3 Impacto técnico

Esta investigación tiene un impacto técnico positivo mediante la aplicación de metodologías técnicas, instrumentos que facilitaron el proceso de levantamiento de información, procesamiento y análisis de resultados. Se aplicaron las herramientas como el manual de diseño de rutas del SENA y el manual para organizadores de ferias del PROMOCAP, que facilitaron el diseño de los productos turísticos como el circuito gastronómico en el cantón Pujilí y la feria gastronómica en el cantón Sigchos, estos productos fueron diseñados con aspectos culturales, gastronómicos destacando el uso de ingredientes locales y su preparación. Este trabajo representa una base sólida para futuras investigaciones y representa un recurso valioso para los residentes de los cantones, instituciones educativas, turistas nacionales y extranjeros, interesados en conocer la gastronomía tradicional de los cantones.

12 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1 Conclusión

Pujilí, ubicado dentro de la provincia de Cotopaxi, cuenta con una extensión de 1 280 km² su población es de 66 980 habitantes, distribuidos en 6 parroquias rurales y 1 parroquia urbana, los habitantes se dedican a la agricultura, ganadería, construcción y comercio, en Pujilí existe 23 atractivos culturales complementando con la planta turística cuenta con 14 establecimientos de alojamiento, 18 establecimientos de alimentos y bebidas, en la gastronomía encontramos 18 platos y bebidas tradicionales, 4 transportes públicos, 4 transportes turísticos, 9 camionetas y 23 guías de los cuales 5 Guías Nacionales Especializados en Patrimonio y 18 Guías locales. Sigchos, ubicado dentro de la Provincia de Cotopaxi, cuenta con una extensión de 1357 84 km², su población es de 18 460 habitantes, distribuidos en 4 parroquias rurales y 1 parroquia urbana, los habitantes se dedican a la ganadería, agricultura, comercio, manufactura y construcción, en Sigchos existe 23 culturales complementando con la planta turística cuenta con 13 establecimientos de alojamientos, 2 establecimientos de alimentos y bebidas registrados por el MINTUR, sin embargo el cantón cuenta con 30 establecimientos que se encuentran registrados únicamente en el catastro del cantón, en la gastronomía se encuentra 14 platos y bebidas tradicionales, 5 transporte públicos, 13 camionetas y 5 guías de las cuales 2 son guías nacionales especializados en patrimonio y 3 guías locales.

Se concluye que existe una demanda significativa para un circuito y la feria gastronómica en los cantones Pujilí y Sigchos, porque los encuestados manifestaron interés en participar en los productos turísticos ya mencionados, especialmente actividades relacionadas a la cultura y tradiciones. El medio de transporte que más usan para trasladarse es el transporte público, porque viajan en familia 2 a 3 veces al año, la gastronomía influye mucho

al momento de escoger el destino turístico, lo que más valoran de los productos gastronómicos es el saber y la autenticidad. La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$ 10 a \$ 20 por la experiencia gastronómica, de las opciones el 31% eligió el circuito gastronómico y el 29% la feria gastronómica. La oferta gastronómica de los cantones es un elemento clave para el turismo local, en el cantón Pujilí el GAD propuso en circuito turístico gastronómico en el 2023, enfocado en visitar los cultivos y participar en talleres en las parroquias de Guangaje y Zumbahua, de igual manera se realiza la venta de comida rápida, dulces y emprendimientos alrededor del Parque Central de Pujilí estas actividades se realizan en las fiestas de cantonización. En el cantón de Sigchos se realiza el Festival del Zapallo, que se celebra desde el 2015 desde entonces se ha consolidado como un evento emblemático, donde los agricultores realizan competencias del zapallo más grande. Los cantones se destacan por la autenticidad de sus recetas, el uso de productos locales, métodos tradicionales de cocción y una variedad de oferta gastronómica. Ambos cantones poseen establecimientos que ofrecen platos tradicionales que atraen a los residentes, turistas nacionales y extranjeros en conocer la riqueza gastronómica.

Finalmente, para el diseño de productos turísticos gastronómicos se tomó como base el manual de diseños de rutas turísticas SENA que está compuesta por 5 fases, lo que permitió crear el circuito gastronómico en el cantón Pujilí denominado “SUMAK MIKUY RAYMI”, fase 1.- definición de aspectos generales, se describió los elementos del logotipo juntamente a las políticas y el objetivo del producto. Fase 2.- definición del recorrido, se seleccionaron lo atractivos que se visitarán en el circuito gastronómicos son: Iglesia Matriz de Pujilí, Parque “Luis Fernando Vivero”, Palacio Municipal de Pujilí, Mercado Nuevo de Pujilí, Plaza Sucre y El Sinchahuasin. Fase 3.- recopilación de información y reconocimiento del circuito, se establecieron las actividades que se realizara durante el recorrido son: Visitas a los sitios históricos, fotografías, degustaciones y el recorrido guiado con una duración de 3 horas y 10

minutos, se elaboró un itinerario para cumplir con el tiempo establecido y el recorrido. Fase 4.- prueba del circuito gastronómico, aquí se deberá tener en cuenta elementos básicos para tener un buen circuito, antes de presentar el circuito se hará una prueba piloto, lo que incluye el tiempo del recorrido entre cada atractivo, también se evaluará el estado en el que se encuentra los servicios turístico, el punto de concentración es en la Iglesia de Pujilí y finalizara en las gras del Sinchahuasin, con un costo de \$19 por persona, que incluye el box lunch y el guía local, es importante aclarar que el precio de la degustación debe cancelar cada persona en los sitios donde lo realizarán, esto es opcional fase 5.- difusión del circuito, se hará publicidad en diferentes medios de comunicación para tener un público más amplio generando interés del mismo. Para la feria gastronómica se utilizó el manual para organizadores de ferias del PROMOCAP en el cantón Sigchos denominado “SIGCHOS MUSUK MIKUY”, esto comprende las tres etapas, fase 1.-pre feria, se estableció 6 comisiones que deberán cumplir con cada una de sus funciones como coordinador, logística, finanzas, capacitaciones, logística y ejecución, de igual manera se realizó una buena planificación para desarrollo de la feria, fase 2.- desarrollo de la feria, se elaboró el lanzamiento, la inauguración se realizara en el parque central del cantón que iniciará a las 10:00 am y culminara a las 14:00 pm., y la premiación al mejor plato cumpliendo con el cronograma de actividades y fase 4.-post feria, se realizará una encuesta a los expositores y turistas con el fin de conocer el grado de satisfacción, la feria tiene un enfoque tradicional que rescata la gastronomía y la identidad cultural del cantón, esta feria incluye la exposición y venta de platos tradicionales, cotidianos y emprendimientos gastronómicos que tiene un costo de inscripción de \$12.38 y de entrada un valor de \$3.85. Los dos productos turísticos se realizarán cada año en las fiestas de cantonización para incrementar la afluencia de visitantes. Los valores cubrirán únicamente los gastos logísticos de los productos turísticos sin obtener ninguna ganancia.

12.2 Recomendaciones

Se recomienda a los GAD'S actualizar los datos sobre el número de turistas que visitan los cantones, dado que es la entidad encargada de recolectar información no solo de los visitantes, sino también de los productos gastronómicos existentes, porque estas entidades son consideradas como actores claves para recabar información.

Se recomienda proceder con la implementación de los productos turísticos en los cantones, aprovechando la alta demanda y el interés de los encuestados, para fortalecer la economía y beneficiar a los habitantes locales.

Se recomienda interesarse más en la creación de productos turísticos ya sean estos gastronómicos o de otros indoles dentro de los cantones y realizar un seguimiento constante de la satisfacción al cliente a través de encuestas, lo que permitirá realizar mejoras en la experiencia del local, visitante y el turista.

13 BIBLIOGRAFÍA

Ante, A., & Cabascango. (Agosto de 2023). *Repositorio UTC*. Obtenido de Repositorio UTC:

<https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/493e10c7-60f8-4c09-a864-298049cccdeb/content>

Arias, S. (25 de Noviembre de 2020). *Historia y evolución de la Gastronomía del Ecuador* .

Obtenido de Historia y evolución de la Gastronomía del Ecuador :

https://camaradecomercioempresarial.org/wpcontent/uploads/wpcfto_files/58996a1cccafd8ba431f4739846951declase%201%20-%20Luis%20Arias.pdf

Aspeé, J. (27 de Junio de 2024). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet:

<file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet->

LaEntrevistaYLaEncuestaComoEpistemologiaDelDialogo-9670082%20(1).pdf

Bermeo, P. L. (Diciembre de 2020). *Revista interamericana de ambiente y turismo* . Obtenido de Revista interamericana de ambiente y turismo:

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2020000200175

Bravo, L. P. (Septiembre de 2020). *Scielo*. Obtenido de Scielo:

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009

Cabanilla, E. (2011). *Metodología para elaboración de un estudio por encuestas de la satisfacción del turista*. Obtenido de Metodología para elaboración de un estudio por encuestas de la satisfacción del turista:

<https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ea43a8e5-37a2-4377-aa43-6ad1eb0733a3/content>

Cajal, A. (18 de Diciembre de 2018). Obtenido de

<file:///C:/Users/User/Downloads/Investigaci%C3%B3n%20de%20Campo.pdf>

Canto, H. A. (02 de Agosto de 2018). *Scribd document*. Obtenido de Scribd document:

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

Carvajal, Á. (04 de Novimebre de 2024). *La capilla cultural* . Obtenido de La Capilla cultural : <https://lacapillacultural.com/la-gastronomia-como-patrimonio-cultural-la-evolucionde-las-cocinas-tradicionales/>

Catastro de guías turísticas . (2024). *MINTUR*. Obtenido de MINTUR:

<https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>

Cedeño, K. L. (9 de Diciembre de 2017). *Reposito UTEQ* . Obtenido de Reposito UTEQ :

<https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/15ad2313-7feb-4d52-bb7baa8067a67629/content>

CEUPE magazine. (2022). Obtenido de CEUPE magazine : <https://www.ceupe.com/blog/quees-la-oferta-turistica.html>

Chaparro, C. (09 de Enero de 2018). *Patrimonio Cultural Tangible Retos y estrategias de gestión*. Obtenido de Patrimonio Cultural Tangible Retos y estrategias de gestión: <https://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/03/Chaparro-Camila.-Patrimonio-cultural-tangible.pdf>

Chávez, E. N. (21 de Diciembre de 2023). *Uleam*. Obtenido de Uleam: <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4898/1/ULEAM-HH-0013.pdf>

Choloquina, M. (Agosto de 2024). *Repositorio UTC*. Obtenido de Repositorio UTC: <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ea43a8e5-37a2-4377-aa43-6ad1eb0733a3/content>

Constitución del Ecuador . (20 de Octubre de 2008). Obtenido de Constitución del Ecuador : https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Cultura y Turismo . (2 de Octubre de 2023). Obtenido de Cultura y Turismo : https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/keb_argit_23_kultura_turismoa/es_def/adjuntos/KEB-OVC_2023_Cultura-y-turismo.pdf

Diálogo Cantonal de Pujilí. (17 de Febrero de 2018). Obtenido de Diálogo Cantonal de Pujilí: <https://contratosocialecuador.org/images/publicaciones/CCE/DC-Pujili.pdf>

Dulzaides, M. E. (Abril de 2024). *ACIDEM*. Obtenido de ACEDIM: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000200011

Escalada, M., & Soto, S. F. (2022). *Espacio Editorial* . Obtenido de Espacio Editorial :

<https://trabajosocialtres.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/10/el-diagnosticosocial-escalada-y-el-de-travi.pdf>

Espínola, J. P. (24 de Octubre de 2024). *Editorial Etecé* . Obtenido de Editorial Etecé :

<https://concepto.de/metodo-inductivo/>

Falcón, V. L. (11 de Diciembre de 2019). *Memoria Académica UNLP*. Obtenido de Memoria Académica UNLP:

https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf

Falcón, V. V. (01 de Septiembre de 2018). *SSRN*. Obtenido de SSRN:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3554856

Freire, E. E. (Mayo de 2023). *La enseñanza de las ciencias* . Obtenido de La enseñanza de las ciencias : <https://pablolatapisarre.edu.mx/revista/index.php/rmiie/article/view/50/43>

GADMIC Pujilí. (2022-2025). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí*.

Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí:

file:///C:/Users/User/Downloads/PRODUCTO%20_PLAN%20DE%20DESARROLLO.pdf

García, J. A. (2020). *Scielo* . Obtenido de Scielo :

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000400007

Gayubas, A. (4 de Marzo de 2025). *Editorial Etecé*. Obtenido de Editorial Etecé:

<https://concepto.de/tecnicas-de-investigacion/>

Guerrero, J. M. (Agosto de 2022). *Repositorio UTC* . Obtenido de Repositorio UTC :

<https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/10b29b53-8e7e-4566-8490-7d63c917b831/content>

Guzmán, A. (21 de Mayo de 2024). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet:

<file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaInfluenciaDeLaGastronomiaEnElMundo-9690951.pdf>

Hernández, C. L. (30 de Mayo de 2024). *Revista Mexicana de Opinión Pública* . Obtenido de Revista Mexicana de Opinión Pública:

<https://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/88492>

Huaire, I. (2019). *Acta Académica* . Obtenido de Acta Académica :

<https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/30.pdf>

ILERNA . (30 de Enero de 2024). Obtenido de ILERNA : <https://www.ilerna.es/blog/lademanda-turistica>

Jácome, M. Á., & Patiño, K. (Agosto de 2022). Obtenido de

https://docs.google.com/document/d/1VezlBoAOVmOKhWNjxXssdlZ71DBvUIPK/edit?usp=drive_link&oid=104264924396423729785&rtpof=true&sd=true

Jervis, T. M. (27 de Agosto de 2020). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder:

<https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

Ley de Patrimonio Cultural. (2 de Octubre de 2007). Obtenido de Ley de Patrimonio Cultural:

https://mail.inpc.gob.ec/pdfs/lotaip2015/Enero/a_2_reglamentopatrimoniocultural.pdf

Ley de Turismo. (29 de Diciembre de 2014). Obtenido de Ley de Turismo:

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

López, A. (3 de Mayo de 2022). *Rockcontent*. Obtenido de Rockcontent:

<https://rockcontent.com/es/blog/disenio-de-productos/>

López, P. L. (27 de Agosto de 2019). *Scielo* . Obtenido de Scielo:

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Martínez, Á. F. (22 de Marzo de 2022). *EUROINNOVA*. Obtenido de EUROINNOVA:

<https://es.linkedin.com/pulse/innovaci%C3%B3n-gastron%C3%B3mica-%C3%A1lvaro-fern%C3%A1ndez-euroinnova->

Medina, M. (30 de Noviembre de 2023). *Editorial Inudi*. Obtenido de Editorial Inudi:

<https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1#:~:text=Un%20instrumento%20de%20investigaci%C3%B3n%20es,%2C%20pruebas%20estandarizadas%2C%20entre%20otros.>

Medrano, S. A. (15 de Diciembre de 2020). *Vistazo*. Obtenido de Vistazo:

https://www.vistazo.com/enfoque/la-gastronomia-un-iman-turistico-para-el-ecuador-CDVI214341?utm_source=chatgpt.com

MINTUR. (2019). Obtenido de MINTUR : <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/>

Moncayo, L. M. (21 de Diciembre de 2020). *Revista de Investigación Académica sin Frontera*

. Obtenido de Revista de Investigación Académica sin Frontera :

[https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/344/493#:~:text=Seg%C3%BAn%20barrera%2C%20\(1999\)%2C,y%20le%20otorga%20su%20nombre](https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/344/493#:~:text=Seg%C3%BAn%20barrera%2C%20(1999)%2C,y%20le%20otorga%20su%20nombre)

Mones, M. (1 de Agosto de 2023). *EMCEBAR*. Obtenido de EMCEBAR :

<https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/gastronomia/que-es-la-gastronomia/>

- Montecinos, A. (06 de Julio de 2016). *GASTROPEREGRINO*. Recuperado el 26 de Julio de 2025, de GASTROPEREGRINO:
<https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismogastronomico/>
- Mora, J. A. (04 de Mayo de 2023). *Scielo Books*. Obtenido de Scielo Books:
https://books.scielo.org/id/rqvz2/pdf/gutierrez-9786289558272-03.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Nasimba, C. (1 de Diciembre de 2018). *Artículo de revisión* . Obtenido de Artículo de revisión: https://www.researchgate.net/profile/Nasimba-Maribel/publication/333221285_Articulo_de_revision_DISENO_DE_PRODUCTOS_TURISTICOS_Y_SUS_FACILIDADES/links/5ce2cde7299bf14d95aa8667/Articulode-revision-DISENO-DE-PRODUCTOS-TURISTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf
- Nohlen, D. (14 de Agosto de 2020). *Biblioteca Unam*. Obtenido de Biblioteca Unam:
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/13/6180/5.pdf>
- Núñez, M. A. (12 de Noviembre de 2024). *PDOT PUJILÍ*. Obtenido de PDOT PUJILÍ:
https://www.municipiopujili.gob.ec/pujili/wp-content/uploads/2024/12/PDOT-GADM-de-Pujili-_6-nov.pdf
- OMT. (Octubre de 2021). Obtenido de OMT: <https://www.coe.int/es/web/culturalroutes/world-tourism-organization>
- OMT. (03 de Diciembre de 2021). Obtenido de OMT:
<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/turismo-gastronomico-un-aliado-deldesarrollo-sostenible/>

ONU Turismo . (2024). Obtenido de ONU Turismo :

<https://www.unwto.org/es/desarrolloproductosturisticos#:~:text=Seg%C3%BAAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20ONU,espec%C3%ADfico%20de%20inter%C3%A9s%2C%20que%20representa>

Oñate, L. O. (4 de Junio de 2020). *CIDTI*. Obtenido de CIDTI:

<https://istvicenteleon.edu.ec/investigacion/2020/06/04/g03/>

Ortega, C. (2019). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:

<https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-la-informacion/>

Ortega, C. (2020). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-lainformacion/>

Ortega, C. (2023). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:

<https://www.questionpro.com/blog/es/metodologia-de-la-investigacion/>

Panadero, S. (06 de Agosto de 2021). *Instituto de Gestión Cultural y Artística* . Obtenido de

Instituto de Gestión Cultural y Artística : <https://igeca.net/blog/389-patrimoniomaterial-e-inmaterial-definicion-diferencias-y-ejemplos>

PDOT PUJILÍ. (2023-2027). Obtenido de PDOT PUJILÍ:

https://www.municipiopujili.gob.ec/pujili/wp-content/uploads/2024/12/PDOT-GADM-de-Pujili-_6-nov.pdf

PDOT SIGCHOS. (15 de Febrero de 2019-2023). Obtenido de PDOT SIGCHOS:

<https://gadmsigchos.gob.ec/RendicionCuentas2015/Planificacion%20POA%20al%20PDOT.pdf>

Pérez, M. (Febrero de 2018). *UAEH* . Obtenido de UAEH :

https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/LITE/LECT65.pdf

Plan de Turismo Sigchos. (2022). Obtenido de Plan de Turismo Sigchos:

<https://gadmsigchos.gob.ec/PAGINA2022/SIGCHOS%20PDT%20FINAL%202022.pdf>

Prado, R. L. (2018). *Museo Arqueológico Nacional* . Obtenido de Museo Arqueológico

Nacional : <https://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html>

Reyes, L. (5 de Octubre de 2020). *Universidad Simón Bolívar* . Obtenido de Universidad

Simón Bolívar : <https://bonga.unisimon.edu.co/server/api/core/bitstreams/2af35a4b-2abf-4f78-a550-0a4e4764e674/content>

Rivas, H. (7 de Junio de 2022). *SERNATUR*. Obtenido de SERNATUR:

[401405151manualdeestinosselementosparalagestiondedestinosuristicos1pdfpdf](#)

Rojas, R. D. (7 de 01 de 2018). *Revista Espacios*. Obtenido de Revista Espacios:

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n22/a18v39n22p15.pdf>

Ruiz, J. R. (14 de Junio de 2024). *Revista de Estudios Empresariales* . Obtenido de Revista de

Estudios Empresariales : <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-SaboresYSensaciones-9669126.pdf>

Sánchez, E. L. (3 de Julio de 2023). *Entorno Turístico* . Obtenido de Entorno Turístico :

<https://www.entornoturistico.com/que-son-los-festivales-gastronomicos-y-cual-es-suimportancia/>

Scielo. (02 de Abril de 2020). *Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del*

turismo y sus nuevos enfoques . Obtenido de Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques :

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200070

SECTUR. (2022). Obtenido de SECTUR :

<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Silva, D. (7 de Junio de 2022). *Artículo Zendesk*. Obtenido de Artículo Zendesk:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/como-elabora-encuesta/>

Suasnavas, S. (Febrero de 2024). *Repositorio UTC*. Obtenido de Repositorio UTC:

<https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/714fe712-3a1c-4d92-a505-28044214fd60/content>

Tapia, L. C. (27 de Julio de 2020). *Bienestar Poder Judicial* . Obtenido de Bienestar Poder

Judicial : [https://bienestar.pjud.cl/wp-](https://bienestar.pjud.cl/wp-content/uploads/documentos/contenidoshijos/Enfermedades-Asociadas-a-una-Mala-Alimentaci%C3%B3n.pdf)

[content/uploads/documentos/contenidoshijos/Enfermedades-Asociadas-a-una-Mala-Alimentaci%C3%B3n.pdf](https://bienestar.pjud.cl/wp-content/uploads/documentos/contenidoshijos/Enfermedades-Asociadas-a-una-Mala-Alimentaci%C3%B3n.pdf)

Tenorio, H. B. (08 de Agosto de 2019). *Circuito Gastronómico*. Obtenido de Circuito

Gastronómico: <https://repositorio.une.edu.pe/server/api/core/bitstreams/02995eed-948a-42d6-ad65-e4ed614e6a42/content>

Two Many Chefs Gastroshock. (2023 de Julio de 2023). Obtenido de Two Many Chefs

Gastroshock: <https://www.twomanychefs.com/oferta-gastronomica-que-es-tipos-ydiseno/>

UNEMI . (2019). Obtenido de UNEMI:

https://sga.unemi.edu.ec/media/archivocompendio/2021/07/19/archivocompendio_2021719134718.pdf

Urrestra, S. R. (2020 de Abril de 2020). *Yanuk Revista Gastronómica* . Obtenido de Yanuk

Revista Gastronómica :

<https://revistayanuk.wixsite.com/yanuk/post/patrimoniogastron%C3%B3mico-y-su-relaci%C3%B3n-con-la-cultura>

Velásquez Ana, E. G. (Febrero de 2020). *Revistas Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores* . Obtenido de *Revistas Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores* :

<https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/articulo/view/2142/2198>