



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA INCLUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA
DEL CANTÓN ZARUMA, PROVINCIA DE EL ORO, COMO
OFERTA TURÍSTICA LOCAL”**

AUTORA:

Cruz Feijoo, Noelia Esthefania

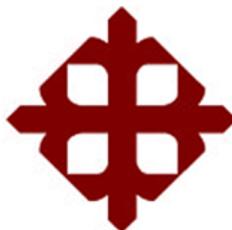
**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

Lcda. Nadia Roxana Acosta Ramírez, Mgs

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Noelia Esthefanía, Cruz Feijoo**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

Lcda. Nadia Roxana Acosta Ramírez, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Noelia Esthefanía Cruz Feijoo

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la inclusión de la gastronomía del cantón Zaruma, Provincia de El Oro, como oferta turística local** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

LA AUTORA

Noelia Esthefanía, Cruz Feijoo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Noelia Esthefanía Cruz Feijoo

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la inclusión de la gastronomía del cantón Zaruma, Provincia de El Oro, como oferta turística local**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016

LA AUTORA:

Noelia Esthefanía, Cruz Feijoo

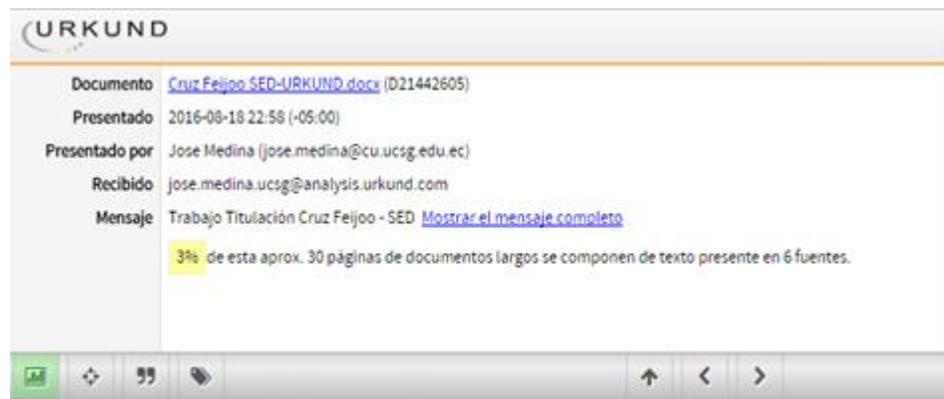


**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

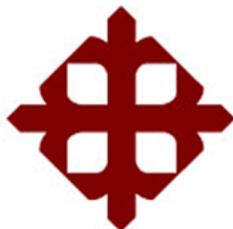
Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta para la inclusión de la gastronomía del cantón Zaruma, Provincia de El Oro, como oferta turística local**, presentado por la estudiante **Cruz Feijoo, Noelia Esthefanía**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 3% por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Lcda. Nadia Roxana Acosta Ramírez, Mgs

TUTORA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Lcda. Grace Mogollón Claudett, Mgs.

OPONENTE

f. _____

Lcda. Nadia Acosta Ramírez, Mgs.

TUTOR

f. _____

Ing. José Medina Crespo, Mgs.

DIRECTOR DE CARRERA O DELEGADO

f. _____

Ec. Luis Albán Alaña, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA

Agradecimiento

Al Ser Supremo, por darme la fuerza para continuar el arduo recorrido en mi carrera universitaria y por permitirme seguir con vida.

A mi Padre, que en el poco tiempo que estuvo me guió, ayudó en mis tareas universitarias y se dedicó a transmitirme sus conocimientos.

A mis maestros que a lo largo de la carrera universitaria compartieron sus conocimientos y experiencias, para aplicarlos en mi vida profesional.

A mi tutora de tesis por el tiempo y paciencia en el desarrollo de mi tesis.

Al Consejo Provincial de El Oro y el Departamento de Turismo de Zaruma por facilitarme recursos para la investigación y estudio.

NOELIA CRUZ

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente:

A Dios por una nueva oportunidad de vida.

A mi Madre; por su amor, apoyo y ayuda constante hacia mi formación.

A mi Padre; mi gran inspiración, que sin duda era quien me ayudaría en esta etapa, lo siento tan cerca y estoy segura que se sentirá orgulloso de su Hija.

A mi esposo, por estar conmigo en aquellos momentos de estudio.

Para Theito, Liam David y Alex, personas importantes en mi vida, mi motivación, gracias a ustedes sigo perseverando para lograr mis objetivos y concluir este trabajo de titulación con mucho éxito.

NOELIA CRUZ



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Cruz Feijoo Noelia Esthefanía	

Lcda. Nadia Acosta Ramírez, Mgs.

TUTORA

Índice General

Resumen.....	xvi
Introducción.....	1
Antecedentes	2
Planteamiento del problema	4
Formulación del problema.....	5
Justificación del tema	5
Objetivos.....	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos	7
CAPITULO I.....	8
1. Marco Teórico	8
1.1.Marco referencial	8
1.1.1.Desarrollo de la gastronomía en América Latina	8
1.2. Marco teórico	9
1.2.1.Turismo gastronómico	9
1.2.2.Generalidades del Turismo desde el siglo XX.....	10
1.2.3.Gastronomía.....	11
1.2.4.Gastronomía en el Ecuador.....	11
1.2.5.Oferta turística local.....	12
1.3.Marco Conceptual	13
1.3.1.Promoción gastronómica	13

1.3.2.Desarrollo Turístico	13
1.3.3.Oferta turística:	14
1.3.4.Demanda turística:	14
1.3.5.Gastronomía:.....	14
1.3.6.Oferta Gastronómica:.....	14
1.4.Marco Legal.....	15
CAPÍTULO II.....	19
2. Marco Metodológico	19
2.1.Metodología de la Investigación.....	19
2.2.Tipo de Investigación: Descriptiva.....	19
2.3.Enfoque de la investigación.....	20
2.4.Diseño de la Investigación.....	20
2.4.1.Técnicas de recolección de datos	20
2.4.2.Población y Muestra	21
2.5.Investigación de campo y análisis de resultados	23
2.5.1.Análisis de resultados	23
2.5.2.Resultados de la encuesta aplicada	24
2.5.3.Interpretación de Resultados.....	37
2.5.4.Transcripción de las entrevistas	39
2.5.5.Análisis de Entrevistas.....	41

CAPÍTULO III	42
3.Estudio de mercado	42
3.1.Análisis FODA del proyecto	43
3.2.Análisis PETA	44
3.3.Descripción de la oferta.....	50
3.4.Descripción de la demanda.....	54
3.5.Análisis de la situación actual de Zaruma	55
3.6.Identificación de los platos típicos del cantón Zaruma	57
3.7. Beneficiarios del trabajo de investigación.....	62
CAPÍTULO IV	65
4.LA PROPUESTA	65
4.1.Influencia de la gastronomía como oferta turística	65
4.2.Plan de promoción turística:	67
4.2.1.Diseño de la Estrategia.....	68
4.3.Presupuesto de Propuesta:	75
4.4.Análisis de impactos del proyecto	76
4.4.1.Impacto Económico	76
4.4.2.Impacto Social	77
Conclusiones	78
Recomendaciones	79
Listado de Referencias	80

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Aplicación de encuesta</i>	24
Tabla 2. <i>Indicadores de empleo</i>	46
Tabla 3. <i>Proforma presupuesta 2016- Subprograma: Turismo</i>	48
Tabla 4. <i>Proforma presupuesta 2016- Subprograma: Turismo (Bienes y Servicios para inversión)</i>	49
Tabla 5. <i>Descripción de la oferta</i>	51
Tabla 6. <i>Descripción de la demanda</i>	55
Tabla 7. <i>Identificación de platos típicos</i>	57
Tabla 8. <i>Diseño de estrategia de promoción</i>	68
Tabla 9. <i>Diseño de estrategia de publicidad</i>	69
Tabla 10. <i>Presupuesto del Sitio Web</i>	75
Tabla 11. <i>Presupuesto del Proyecto de promoción</i>	75

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Ubicación de Zaruma	2
<i>Figura 2.</i> Género del informante	24
<i>Figura 3.</i> Edades por encuestado	25
<i>Figura 4.</i> Nivel académico por encuestado.....	26
<i>Figura 5.</i> Lugar de procedencia	27
<i>Figura 6.</i> Percepción de afinidad a la actividad turística.....	28
<i>Figura 7.</i> Frecuencia de actividad turística por encuestado.....	28
<i>Figura 8.</i> Tolerancia al tiempo de viaje	29
<i>Figura 9.</i> Aspecto a elegir al comer en un paseo turístico.....	30
<i>Figura 10.</i> Frecuencia de visitas a Zaruma.....	30
<i>Figura 11.</i> Preferencias al realizar actividades turísticas en Zaruma	31
<i>Figura 12.</i> Nivel de conocimiento de la identidad turística de Zaruma.....	32
<i>Figura 13.</i> Conocimiento de la gastronomía de Zaruma	33
<i>Figura 14.</i> Percepción de interés acerca de las opciones gastronómicas de Zaruma	33
<i>Figura 15.</i> Tendencia en cuanto a la capacidad de pago por un plato típico de Zaruma	34
<i>Figura 16.</i> Preferencias turísticas en cuanto a otras alternativas en Zaruma.....	35
<i>Figura 17:</i> Nivel de interés en visitar el cantón Zaruma	35
<i>Figura 18:</i> Preferencias en cuanto a medios de información de la oferta turística.....	36

<i>Figura 19:</i> Ejemplo de marca gastronómica de Zaruma	70
<i>Figura 20:</i> Imágenes que representan a Zaruma.....	71
<i>Figura 21:</i> Ejemplo de vallas publicitarias.....	72
<i>Figura 22:</i> Ejemplo de diseño de Página Web	74

Índice de Apéndices

A. Formato de encuestas	85
B. Formato de entrevistas.....	88
C. Fotos de Salida de Campo	90
<i>Figura 23.</i> Realización de entrevistas.....	87
<i>Figura 24.</i> Realización de encuestas.....	87
<i>Figura 25.</i> Asistencia en la Feria Gastronómica.....	88
<i>Figura 26.</i> Aplicación de encuestas a visitantes	88
<i>Figura 27.</i> Exposición de dulces típicos de Zaruma.....	89
<i>Figura 28.</i> Exposición de gastronomía típica de Zaruma	89
<i>Figura 29.</i> Turistas Degustando la gastronomía.....	90
<i>Figura 30.</i> Tour que ofrece la ciudad de Zaruma	90
<i>Figura 31.</i> Visita a restaurante Zarumeño	91
<i>Figura 32.</i> Visita a restaurante Zarumeño	91
<i>Figura 33.</i> Visita a restaurante Zarumeño	92

Resumen

La gastronomía del cantón Zaruma es una actividad que por su alto potencial influirá al desarrollo turístico. Con la intención de destacar lugares gastronómicos, sus platos típicos y de qué manera aportan para el crecimiento del sitio se crean estrategias que hagan posible una mejor promoción y difusión de los platos tradicionales. Una forma interesante de impulsar esto es a través de estrategias promocionales resaltando el tradicional arte culinario del cantón.

En este trabajo planteamos la inclusión de la comida típica como oferta turística del cantón Zaruma. Se realizará el análisis de los distintos lugares considerados turísticos gastronómicos con sus platos tradicionales zarumeños, de esta forma informar y direccionar al turista nacional e internacional los sitios donde son elaborados y expuestos al público, logrando potencializar el desarrollo turístico del cantón Zaruma, como efecto fortalece la tradición gastronómica, mantiene nichos de mercado, y sobre todo se fortifica la economía y el nivel de vida siendo la población los involucrados y comprometidos a cuidar los recursos naturales y culturales con entusiasmo y responsabilidad.

Con este estudio se puede dar iniciativas a las organizaciones encargadas del desarrollo del cantón Zaruma; con la presentación de un exitoso análisis que favorezca el propósito de establecer un enfoque estratégico promocional y a su vez las autoridades competentes visualicen los beneficios que impulsa la modalidad gastronómica como oferta turística local.

Palabras claves: Gastronomía, inclusión, desarrollo, platos típicos, oferta turística local

Introducción

En el presente trabajo se realiza un plan de promoción enfocado a la inclusión de la gastronomía como oferta turística local para los visitantes nacionales y extranjeros del cantón, el mismo que tiene como objeto informar y direccionar con mayor facilidad al turista al lugar donde son elaborados y expuestos al público brindar un servicio de calidad a los turistas; para ello se busca contar con el apoyo de la comunidad y de todos los que laboran en el sector turístico-gastronómico.

Capítulo 1. En este capítulo, se plantean teorías de los diferentes autores que sostiene la investigación. Relacionado al marco conceptual constituyen los términos empleados en la investigación. Además del marco legal estructurados para el estudio

Capítulo 2. Este capítulo corresponde al desarrollo de la metodología de investigación. Se aplicó una investigación de campo, de tipo descriptivo-deductivo, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, se establece la población y se calcula la muestra de estudio, además se realiza las técnicas de recolección de datos. Presenta el análisis e interpretación de los resultados de las técnicas aplicadas a la población.

Capítulo 3. Corresponde al estudio de mercado, análisis FODA, PEST, descripción de la oferta y demanda del proyecto, análisis de la situación actual de Zaruma, y la identificación de los platos típicos del cantón.

Capítulo 4. Se expone en el capítulo la propuesta que plantea el proyecto, la influencia de la gastronomía como oferta turística, beneficiarios, los impactos que presenta el trabajo de investigación. Adicional abarca las conclusiones y recomendaciones.

Antecedentes

Zaruma es una ciudad declarada Patrimonio Cultural del Ecuador por su impresionante riqueza histórica, paisajística, arquitectónica y humana, entornos de privilegio en comparación a otras ciudades y a otros bienes nacionales.

Su nombre proviene de las voces nativas (quechuas): Sara= maíz y huma = cabeza. Cabeza de maíz, nombre que se ha dado debido al maíz existente y al oro de las minas, cuyo color se asemeja al de una mazorca de maíz. (Guía turística de la provincia de El Oro, 2009)

El Cantón Zaruma se encuentra ubicado en el Callejón Interandino, al suroeste del Ecuador, y al sureste de la Provincia de El Oro, extremo oriental, a 3°41' latitud Sur y 79°36' longitud Occidental, se asienta en las faldas de Vizcaya, desprendida de la Cordillera de Chilla. Su superficie es de aproximadamente 643.50 km² y posee una altura que varía de 900 a 1200 metros sobre el nivel del mar. (Guía turística de la ciudad de Zaruma, 2010)

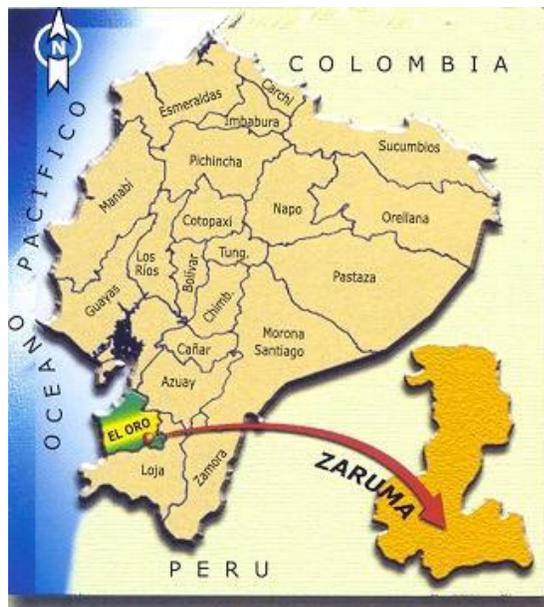


Figura 1. Ubicación de Zaruma. Tomado de Wikipedia, 2010

Considerando la antigüedad de Zaruma, analizando los atractivos de gran interés cultural y su relevancia ambiental, en 1990 el Ministerio de Educación y Cultura declara a Zaruma como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado Ecuatoriano. (Gobierno Municipal Zaruma, 2009 – 2014)

Zaruma mantiene una arquitectura con una influencia neoclásica y es a través de sus costumbres, tradiciones y exquisita gastronomía donde expresa su cultura, contiene sorprendentes cuentos y leyendas, que forman un Centro Histórico de única belleza; todas estas características culturales le permite a Zaruma estar inscrita en la lista indicativa de la UNESCO como ciudad elegible Patrimonio Cultural de la Humanidad.

La comida es un símbolo esencial de la cultura, trasciende el espacio y el tiempo se constituye al mismo los usos y costumbres desde tiempos pasados. Zaruma reconocida por sus costumbres y tradiciones gastronómicas exclusivas forman parte vital de la identidad, recorrer los espacios y caminos de la geografía zarumeña es adentrarse en restaurantes de comida tradicional, en la intimidad de la cocina es una forma de redescubrir la identidad local y sentir su vitalidad; por ello hablar de gastronomía, de hecho, no se entiende únicamente el conjunto de alimentos o platos típicos de una localidad, sino que abarca un concepto mucho más amplio que incluye las costumbres alimentarias, las tradiciones, los procesos, las personas y los estilos de vida que se definen alrededor de la misma.

Debido a sus atractivos es un sitio con gran afluencia de turistas, por lo tanto surge la razón de aprovechar su potencialidad. El resultado que busca este trabajo de investigación es la mejoría visible de la calidad de vida de los pobladores de Zaruma, consiguiéndolo a través de una serie de estrategias y actividades, las mismas que ayudarán en la promoción turística de la ciudad convirtiéndolo en uno de los principales sitios para ser visitado en la provincia de El Oro, diferenciándose por la atención a los turistas. El objetivo del proyecto está enfocado en promocionar y difundir la gastronomía típica como oferta turística local.

Una de las medidas que impulsa este proyecto es la necesidad de obtener otras fuentes de ingresos para los habitantes de Zaruma, que no provengan sólo de la minería ya que es un recurso agotable y el cantón posee tanto patrimonio cultural, arquitectónica, de historia y natural, qué si es explotado de forma sustentable el turismo sería la principal actividad para obtener recursos.

Planteamiento del problema

La gastronomía típica se está afirmando como una fuente de riqueza cultural para el desarrollo turístico a través del conocimiento y degustación de la cocina local percibimos una experiencia cultural y sensorial.

Zaruma poseedor de privilegiados factores como flora, fauna, variedad de paisajes, senderos, y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventura, cultural y por qué no gastronómico; no se ha podido posesionar como un destino muy cotizado a nivel nacional e internacional. La falta de promoción del legado culinario que le pertenece a Zaruma, se debe tomar como un problema que tiene la comunidad por el desconocimiento de la gastronomía que existe en el cantón. La comunidad al conocer sobre el beneficio de promocionar su gastronomía típica en la oferta turística del cantón se proyecta para impulsar el desarrollo y emprendimiento turístico gastronómico.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Zaruma mantienen distintos programas con actividades dirigidos a la promoción turística, pero su enfoque es directamente a los atractivos naturales y culturales; considerando que Zaruma se mantiene llena de sabores. Su gastronomía es rica y abundante que es apetecida por propios y extraños sería un imán para atraer turistas, su degustación es imprescindible para quienes la visiten, en especial los platos tradicionales, que por años han estado presentes como legado en los hogares zarumeños.

Formulación del problema

Según lo indicado, el problema de investigación se fundamentará específicamente en la inclusión de la gastronomía típica como oferta turística del cantón Zaruma.

¿Cómo contribuye la gastronomía típica del cantón Zaruma, Provincia de El Oro en la oferta turística local?

Justificación del tema

Esta investigación a realizar es muy conveniente ya que ayuda a obtener resultados sobre cómo la inclusión de la gastronomía incide en la oferta turística del cantón; y teniendo los recursos necesarios se deben explotar de tal manera que sea la adecuada, creativa y novedosa; para así hacer de Zaruma una ciudad reconocida y visitada por turistas nacionales y extranjeros. Se determinará la cantidad de personas que visitan Zaruma, referidos por la gastronomía, por este motivo, se elaborará un estudio que determine la importancia de incluir la gastronomía típica de Zaruma, posesionando los sabores tradicionales de los productos originarios de esta tierra como parte de su oferta turística.

Si el resultado de la investigación es factible, se recomienda promocionar a Zaruma con su eminente gastronomía ya que beneficiará al cantón, recibiendo mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros; se puede desarrollar nuevas alternativas de turismo donde los visitantes no solo disfrutarían de platos típicos, sino que también conocerían sitios tanto naturales como culturales.

La investigación es crucial para la elaboración de un diagnóstico sobre la situación actual del patrimonio cultural alimentario en Zaruma, además de estadísticas de la población, infraestructura y cuáles son los atractivos turísticos que se podrían encontrar en ella. Con la promoción y difusión de la gastronomía beneficiará al cantón

como punto potencial estratégico para generar mayores ingresos y reconocimiento nacional e internacional; por consecuente fortalecerá el desarrollo económico del sector, siendo un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras y de restauración, aportando así a esta ciudad poco reconocida gastronómicamente. También representa una oportunidad única para dinamizar regiones rurales, ya que genera inversiones y oportunidades de empleo para la comunidad local.

Es necesario indicar, que es eficaz informar sobre los platos típicos que son elaborados a base de productos procedentes del cantón, para enfocarlos como oferta turística. Bajo esta pauta mencionamos al proyecto Patrimonio Alimentario que consiste en *“revalorizar la gastronomía ecuatoriana a nivel local y promocionarlo a escala internacional”*; los proyectos que están ejecutando el Ministerio de Cultura y Patrimonio tienen por objetivo el rescate de las manifestaciones culturales de esta manera fortalecer la identidad Nacional y la Interculturalidad (Patrimonio, 2013)

En uno de sus objetivos generales el PLANDETUR 2020 manifiesta:

Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

Este estudio busca aportar a este objetivo, identificando el impacto que puede ocasionar la comida típica de Zaruma; como oferta turística del cantón y potenciar a nivel nacional e internacional, rescatando las recetas tradicionales de este cantón rico en historia y con una mezcla de culturas que ha contribuido a sus costumbres culinarias actuales.

Objetivos

Objetivo general

Determinar la gastronomía típica y su influencia como oferta turística del cantón Zaruma, Provincia de El Oro.

Objetivos específicos

1. Identificar el patrimonio gastronómico, manifestaciones culturales, atractivos naturales, costumbres de la gente, a través de observaciones, encuestas y entrevistas a fin de elaborar un informe que muestre la realidad de lo existente en el cantón Zaruma.
2. Determinar la afluencia, motivos de visita, tiempo de estadía y criterios de los turistas nacionales y extranjeros que llegan el Cantón Zaruma a fin de presentar un cuadro estadístico de los resultados obtenidos.
3. Caracterizar la gastronomía típica del cantón Zaruma, para promocionar como oferta turística.

CAPITULO I

1. Marco Teórico

1.1. Marco referencial

1.1.1. Desarrollo de la gastronomía en América Latina

Al referirnos a la gastronomía de América, es hablar de gran diversidad de alimentos, componentes, técnicas, y sobre todo la influencia socio económico y cultural, pero las fundamentales son la: gastronomía indígena y la que aportaron los europeos de ambas nació la cocina criolla que, a su vez, se vio enriquecida con la llegada de inmigrantes europeos y asiáticos entre finales del siglo XIX y el primer tercio del XX.

La influencia e incorporación de los españoles a la alimentación de los originarios indígenas es un proceso interesante, puesto a que se refiere a cómo los españoles, con el objetivo de continuar con sus costumbres alimentarias, trajeron nuevos alimentos como plantas, especias, animales además de sus preparaciones.

La evolución de mestizaje cultural se inició en América; desde la conquista se vivió un proceso de transculturización y cambio en la modalidad alimentaria a través del continente. Por medio de este fenómeno social y cultural fue el principio del cambio a la forma de alimentarse, en donde se propicia el inicio del cambio que nos definiría como lo que hoy conocemos como gastronomía latinoamericana. El continente Americano tiene el mismo punto de partida, pero cada proceso se desarrolló de forma particular en cada lugar. Y el punto en el cual se diferencia los productos de cada región es por su clima y suelos; es por esta razón que un producto determinado mantiene distintas formas de preparación en cada país latinoamericano.

La representación de los ingredientes en la elaboración de los platos típicos, se evidencia en la mezcla de elementos locales, indígenas, africanos y europeos, y que a lo largo del tiempo, se ha adoptado las culturas de Asia y el Medio Oriente; además se ha integrado e incorporado a la mesa ingredientes extranjeros a consecuencia de los movimientos migratorios, que en la mayoría de los casos se han adaptado a la cocina americana y ya no resultan ajenos.

Al referirnos a la gastronomía de América, es hablar de gran diversidad de alimentos, componentes, técnicas, y sobre todo influencias culturales y socio económico, pero las fundamentales son la: gastronomía indígena y la que aportaron los europeos. De ambas nació la cocina criolla que, a su vez, se vio enriquecida con la llegada de inmigrantes europeos y asiáticos entre finales del siglo XIX y el primer tercio del XX.

1.2. Marco teórico

1.2.1. Turismo gastronómico

Al tomar la decisión de un viaje turístico, generalmente el destino es el principal elemento a considerar, es decir, a dónde se quiere ir y por qué y, esta decisión incluye también la elección del resto de los elementos que hacen posible el viaje: el transporte, el alojamiento, la comida, las diversiones, etc.

El turismo gastronómico constituye:

“El desplazamiento de personas denominadas como turistas, excursionistas o visitantes cuya motivación principal es la gastronomía e involucra el desplazamiento a restaurantes desde el lugar de residencia, el deguste de un plato, trasladarse hacia un destino para conocer la preparación de alimentos y llevar a cabo una ruta

gastronómica con la finalidad de instruirse con mayor profundidad sobre la gastronomía. (Oliveira, 2011)

1.2.2. Generalidades del Turismo desde el siglo XX

El turismo ha estado presente desde que comenzó la humanidad. Cuando nos referimos a los nómadas hablamos de los primeros turistas. Su evolución se ha presentado a la par con el hombre, sus necesidades y características, lo cual provoca su importancia mundial; es aquella manifestación social capaz de generar el desplazamiento de grupos de personas o individuos en un tiempo inferior a un año; disfrutar, descansar, cuidados de la salud, manifestaciones culturales, gestiones de negocios son sus principales motivaciones, implica el traslado de su entorno habitual a otro, durante el viaje no desempeñan actividades lucrativas ni remuneradas, forjando interrelaciones sociales, económicas y culturales de gran importancia.

Dentro de la investigación realizada Ledhesma (2016) informa que:

El turismo es todo espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, con la motivación de descansar, divertirse. El turismo es complejo y multidisciplinar que comprende secciones económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas e involucra simultáneamente al sector empresarial, estatal, no gubernamental, profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas.

A partir del S. XX la humanidad viaja por diversos motivos: trabajo, estudio, exploraciones, eventos, ocio, comercio, por descubrir y experimentar lugares diferentes al entorno cotidiano; actualmente con la evolución del turismo; el turista tiene a disposición el internet para consultar, reservar y comprar sus posibles destinos de viaje.

1.2.3. Gastronomía

“La gastronomía es el arte de preparar platillos de la manera más perfecta posible, tanto en su condimentación como en su presentación, es el arte y la ciencia del buen comer y como arte requiere de la interacción de los cinco sentidos” (Fuentes 1995).

Sin embargo el término gastronomía ha evolucionado con el paso de los años, por lo que nuevos autores como Cecilia Gutiérrez afirman que: la gastronomía no debe ser relacionada únicamente con el arte de cocinar sino que también se deben tomar en cuenta varios componentes culturales como ejes centrales de la comida, para la autora la gastronomía es “El estudio de la relación entre cultura y alimento” (Gutiérrez, 2012).

En nuestro país esta definición acoge gran representatividad. Las cuatro regiones naturales conocidas como costa, sierra, amazonia y región insular es una de las principales causales de la gran diversidad de pueblos ancestrales y nacionalidades que aquí habitan incluso desde épocas precolombinas. Una de las manifestaciones de esa diversidad es evidente en la gastronomía de cada uno de estos lugares.

1.2.4. Gastronomía en el Ecuador

La gastronomía ecuatoriana se ha visto enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas así como la variedad de especias y productos que existen en el país. La mezcla de la herencia indígena y europea ha fundamentado una conciliación que se centra en la sazón y creatividad, que constantemente se ha renovado a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales. A esta combinación tan singular se la ha definido como Comida Criolla.

El libro Ecuador Culinario- *Saberes y Sabores* indica que:

“Cada provincia se caracteriza por una variedad de platos y bebidas, que representan la riqueza de su tierra y la cultura de su gente. Realidad que posiciona al Ecuador como un potencial destino culinario, capaz de ofrecer una variedad de experiencias alrededor de su comida tradicional”. (MINTUR, 2012)

Ecuador posee su propia personalidad culinaria más allá de las influencias peruana y colombiana. Referirse a la gastronomía ecuatoriana es manifestar las mezclas entre los productos originarios de España y los que se producen en el Ecuador; según el historiador ecuatoriano Jorge Núñez Sánchez a base del maíz, papas y porotos se establece el arte culinario ecuatoriano tanto la región Sierra como la Costa poseen un papel importante; pero la Costa cuenta con mayor diversidad de productos como yuca, maní, camotes, cacao, coco, aves, pescados y mariscos.

1.2.5. Oferta turística local

La oferta turística es un conjunto de bienes y servicios turísticos que los que conforman el sector ofrecen a determinados precios. Referirse a Ecuador es hablar de sus hermosos lugares y gente cálida. Ecuador tiene un inventario de 1.635 atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales.

Ecuador considerado como un país de contrastes, localizado entre los 17 países más diversos del mundo. Se debe recalcar que el 19% (48.710 km²) del territorio nacional ha sido declarado como área protegida del subsistema Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (47 en total); está atravesado por los hotspots Chocó de Darién y Andes Tropical, considerados como los de mayor diversidad endémica alrededor del mundo. (Caiza Roberto, Molina Edison, 2012).

La oferta turística según la ha definido Cooper (1993) representa una amalgama de atractivos e instalaciones de apoyo que presentan varios elementos comunes y para que tenga éxito, los componentes de la fusión necesitan tener calidad equivalente. Básicamente un destino sustenta su oferta en los siguientes componentes: atractivos, accesibilidad entre las que se encuentra el transporte local, terminales de transporte; amenidades pudiéndose agrupar los establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, entretenimiento y finalmente el apoyo de servicios en la forma de organizaciones locales (p.28).

1.3. Marco Conceptual

1.3.1. Promoción gastronómica

La promoción es entendida como una herramienta para dar a conocer las bondades y atractivos de alguna zona con potencial turístico. Entendiendo la gastronomía como un componente intangible de la cultura de una sociedad se considera lo que dice (Acerenza, 2002)

1.3.2. Desarrollo Turístico

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados. Tales como la creación de empleos o la generación de ingresos” (Pearce, 1991:p.14)

1.3.3. Oferta turística:

Según la OMT (1998):

La **oferta turística** se define como el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

1.3.4. Demanda turística:

Según la OMT (2016):

La **demanda turística** se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades

Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado.

1.3.5. Gastronomía:

“Constituye el arte de elegir, elaborar y servir la comida de calidad. Además es un término utilizado para indicar la inclinación a comer de manera exquisita” (Concepto de gastronomía, 2014)

1.3.6. Oferta Gastronómica:

“Considerando a la gastronomía como un componente único, a través del cual se exhibe un sinnúmero de platos típicos a los clientes”. (Moncayo, 2014)

1.4. Marco Legal

Bajo los lineamientos de la investigación y como soporte teórico de varios conceptos determinados por el marco legal del presente trabajo, nos remitiremos al título II acerca de los derechos del buen vivir contenidos en la Constitución de la República del Ecuador (2008):

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

TÍTULO II

DERECHOS

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Sección quinta

Cultura

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros.

1.- Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

El régimen de desarrollo contenido en la carta magna (2008) contiene las directrices que el estado tiene que garantizar en el ejercicio de sus funciones para con los ciudadanos específicamente acerca de la soberanía alimentaria en su título VI:

Capítulo tercero

TÍTULO VI

RÉGIMEN DE DESARROLLO

Soberanía alimentaria

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

El régimen del buen vivir de la constitución en su sección quinta, indica cual es la finalidad del sistema nacional de cultura y como ésta y sus demás formas o manifestaciones forman parte del patrimonio tangible e intangible de la nación.

Título VII
RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

Sección quinta

Cultura

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1.- Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo”

La constitución se refiere al sistema nacional de ciencia, tecnología y saberes ancestrales como uno de los medios por los cuales el estado garantizara su difusión y recuperación, impulsando la producción nacional:

CAPÍTULO I

Inclusión y equidad

Sección octava

Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales

Art. 385. El sistema nacional de ciencia, tecnología, Innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente,

la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

2.- Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.

Finalmente podemos citar el título II y el capítulo IV sobre la Ley de turismo donde se menciona aquello considerado como actividades turísticas:

LEY DE TURISMO

TÍTULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

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

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.

CAPITULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional.

CAPÍTULO II

2. Marco Metodológico

2.1. Metodología de la Investigación

La modalidad por la cual se plantea el desarrollo de la investigación fue de tipo:

Investigación de Campo: “Constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación.”. (Generalidades de metodología de la investigación, 2010)

Es así que de lo expuesto, se considera que la investigación llevada a cabo en este proyecto de titulación ha sido de campo, debido a que se ha realizado un diagnóstico de la situación actual de Zaruma, para determinar su gastronomía típica se aplicaron las modalidades de campo, ya que el estudio se realiza en el mismo lugar donde se produce el problema investigado, que a su vez permite obtener contacto directo con los individuos relacionados con el objeto de estudio que son los actores principales.

“El método deductivo se plantea como un método lógico para solucionar problemas formulados, la cual consiste en plantear hipótesis mediante posibles soluciones al problema y comprobar con los datos recopilados si se encuentran de acuerdo con aquellas”. (Sánchez, 2012, p. 82)

2.2. Tipo de Investigación: Descriptiva

En este trabajo de titulación se aplica el estudio descriptivo y muestreo probabilístico ya que a través de este tipo de investigación se calcula la población objetivo de Zaruma y de esta manera recopilar información fiable.

Se debe destacar que: según (Bernal, 2006, p. 112), “La investigación descriptiva se define como el acto de representar, reproducir o figurar cosas...; y agrega: Se deben describir más características, distintivos y zonas, situaciones o cosas, o sea, que las hacen reconocibles a los ojos.”

Se eligió el tipo de investigación descriptiva, ya que tiene como objetivo explorar los acontecimientos y manifestaciones de sus costumbres, atractivos, gastronomía, cultura. De esta manera se observará la información requerida.

2.3. Enfoque de la investigación

Bajo el enfoque cualitativo se toman cualidades, costumbres, cultura del cantón Zaruma y respecto al cuantitativo se refiere a la aplicación de técnicas de recolección de datos utilizando fuentes primarias, entrevistas a las autoridades competentes al desarrollo turístico, restaurantes y pobladores; además la aplicación de encuestas a la población objetivo de la ciudad de Zaruma.

El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, en una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema o para responder a preguntas de investigación de un planteamiento del problema (Tashakkori y Teddlie, 2003). Se usan métodos de los enfoques cuantitativo y cualitativo y pueden involucrar la conversión de datos cualitativos en cuantitativos y viceversa (Mertens, 2005).

2.4. Diseño de la Investigación

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

Como herramientas a considerarse para la recolección de información de este trabajo tenemos las siguientes:

Entrevista

La aplicación de este instrumento es con el fin de recabar información e intercambiar ideas y criterios acerca de la factibilidad del proyecto a aplicar; la cual se efectúa a las autoridades responsables del desarrollo turístico del cantón Zaruma.

(Iguzquiza, 2001, p. 17) “La entrevista es una conversación entre dos interlocutores con un propósito cuya temática se refiere a una situación de interacción social que tiene lugar entre el entrevistador y el entrevistado cuando este último responde al cuestionario”

Encuestas

(Iguzquiza, 2001, p. 15) “La encuesta es un procedimiento de recogida de información más económico que el resto de entrevistas. Mediante un cuestionario estandarizado tienen una mayor sensación de anonimato.”

Las técnicas establecidas para esta investigación son las entrevistas, encuestas respectivamente. En primer lugar se destaca que el formato de la encuesta esta dado a través de preguntas cerradas logrando así una tabulación más rápida y eficaz.

Por otra parte en lo referente a la entrevista se realizaron a la autora del libro: “sabores y saberes de la cocina zarumeña”, autoridades de la ciudad de la ciudad de Zaruma.

2.4.2. Población y Muestra

Población

Respecto a los datos que reposan en el INEC (2010), el cantón Zaruma posee **24.097** habitantes; considerados como datos idóneos para determinar y analizar a la población objetivo.

Muestra

Luego de haber establecido la población para el cálculo de la muestra se utiliza la fórmula de población finita, ya que se cuenta con una población de 24.097 habitantes, por lo tanto los parámetros a considerar son los siguientes:

Tipo de muestreo:

Probabilístico - Aleatorio

El muestreo probabilístico – aleatorio es una técnica que es utilizada para el muestreo en probidad de las muestras las cuales son recopiladas en el proceso que brinda a todos los individuos de una población las mismas oportunidades a ser seleccionadas, para ello el investigador debe garantizar que cada individuo tenga las mismas oportunidades de ser seleccionado.

Fórmula de población finita

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

A continuación se muestra el significado de los términos utilizados en la fórmula respectiva, de la siguiente manera.

n: tamaño de la muestra, es la cantidad que se quiere averiguar mediante la resolución de la fórmula.

Z²: nivel de confianza o coeficiente de confianza deseado.

e: corresponde al margen de error en la proporción poblacional.

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

Cálculo:

$$n = \frac{1,96^2 * 24097 * 0,50(0,50)}{0,05^2 * (24.097 - 1) + 0,05^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{3,8416 * 24097 * 0,25}{60,24 + 1,9208}$$

$$n = \frac{23.142,7588}{21,2004}$$

$$n = 378,14$$

Para la realización del cálculo, se tomó como un nivel de confianza el 95% que representa la incertidumbre que se está dispuesto a soportar. Para el margen de error que se puede tolerar se ha considerado en un 5%. La probabilidad de que este fenómeno ocurra está basada en el 50% de posibilidad. Finalizando, el resultado de la obtención de la muestra se reporta con un monto mínimo de **378** personas a encuestar.

2.5. Investigación de campo y análisis de resultados

2.5.1. Análisis de resultados

La encuesta ha sido una de las técnicas de recolección de datos utilizada para el desarrollo del presente trabajo de investigación, la cual fue aplicada de manera aleatoria entre pobladores de Zaruma, visitantes extranjeros, de otras provincias y de la provincia de El Oro para determinar sus preferencias, y la manera en la que influye el reconocimiento de la gastronomía en la oferta turística del cantón Zaruma tal como se detalla en la Tabla 1.

Tabla 1.

Aplicación de encuesta

¿Dónde fue realizada?	Se realizó en la Provincia de El Oro en los cantones Santa Rosa, Piñas, Zaruma
¿A quiénes se encuestó?	Población de El Oro que ha visitado la ciudad; turistas nacionales y extranjeros que se encuentran en Zaruma.
¿Cuándo fue realizada?	Un fin de semana (viernes, sábado y domingo)
¿Para qué se realizó la encuesta?	Con el fin de establecer el comportamiento, preferencia y el grado de aceptación del proyecto de investigación por parte del mercado.

2.5.2. Resultados de la encuesta aplicada

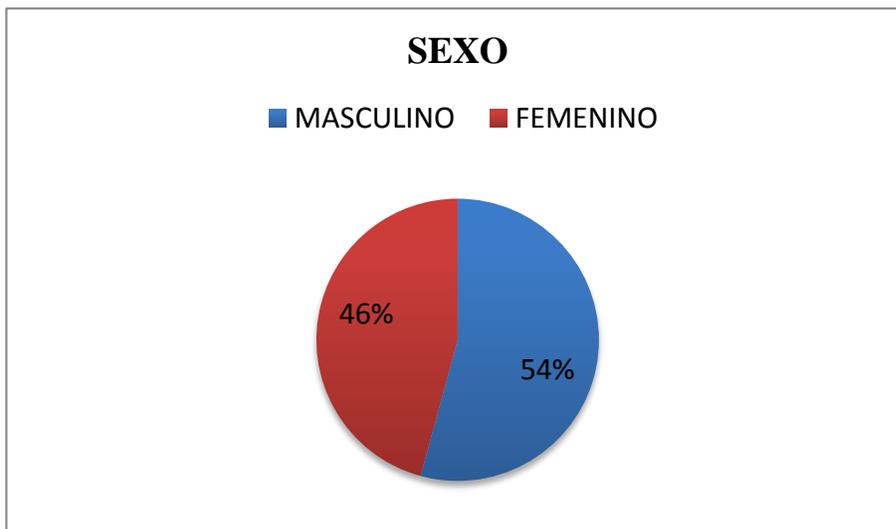


Figura 2. Género del informante

A continuación se detallan los resultados de las encuestas a 378 personas aplicadas en la provincia de El Oro, y a turistas extranjeros y visitantes de otras provincias que se encuentren visitando Zaruma.

En relación a la categoría sexo, tenemos como resultado un **46%** mujeres y un **54%** de hombres, importante para conocer los enfoques de los dos géneros. Este ítem se puede apreciar que las respuestas se encuentran equilibradas para determinar los gustos, preferencias y opiniones de hombres y mujeres.

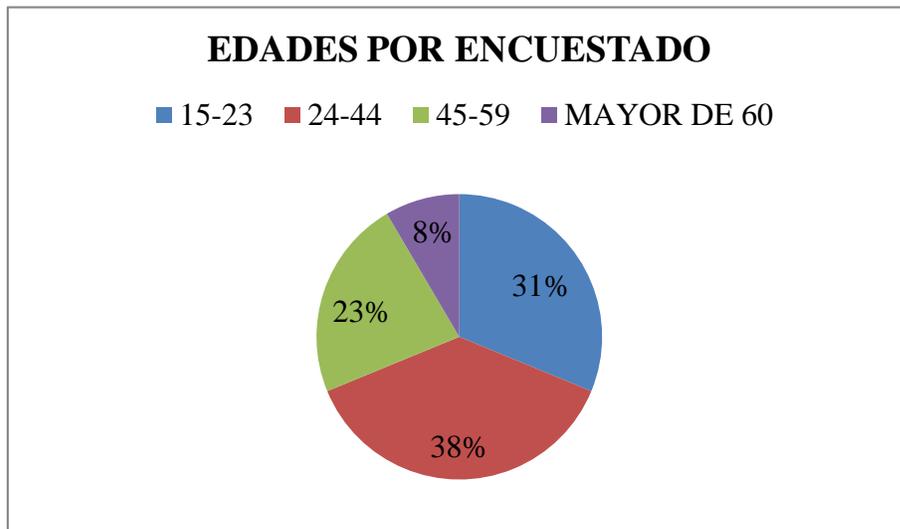


Figura 3. Edades por encuestado

Respecto a los porcentajes obtenidos al rango de edad entre **24 a 44** años con **38%** lideran el porcentaje y **15-23 años** con **31%** quienes obtuvieron una mayor participación en las 378 encuestas, los que nos ayuda a determinar la posible segmentación de mercado.

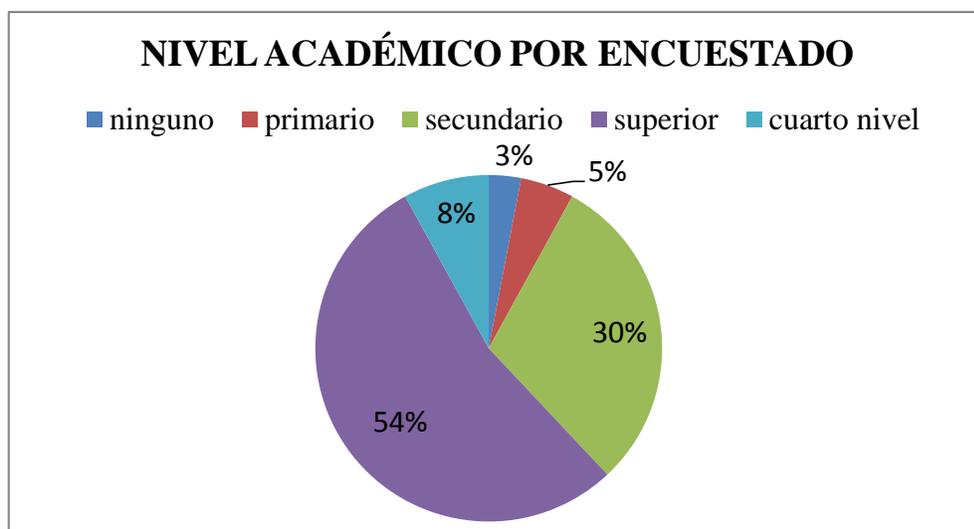


Figura 4. Nivel académico por encuestado

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 54% se encuentran en nivel superior, el 8% de cuarto nivel académico, el 30% de los encuestados su nivel académico es secundario. Esto ayuda a reconocer el nivel de conocimiento, educación y desarrollo de las personas por consecuente su participación sea considerada con más criterio, y comprensión de los objetivos para la ejecución de la propuesta; en menores porcentajes refleja el 5% nivel académico primario y el 3% ninguno.

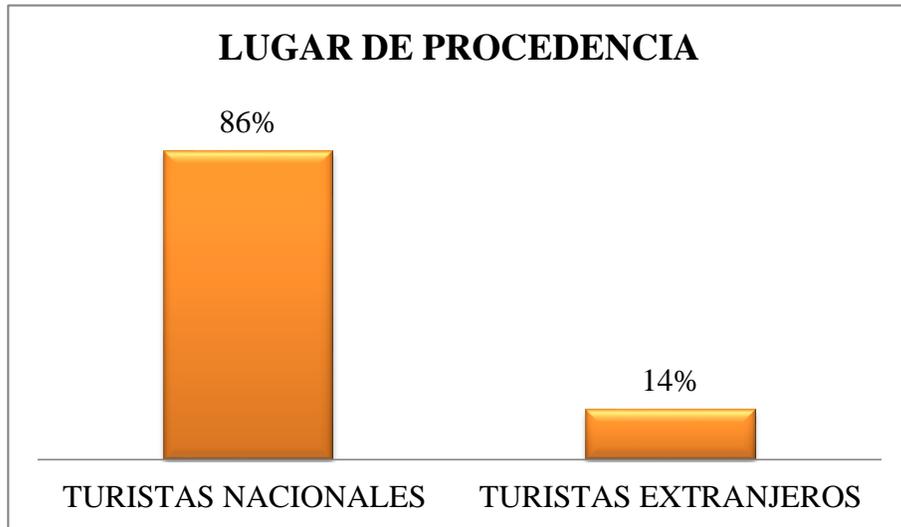


Figura 5. Lugar de procedencia

En este aspecto, tenemos que el porcentaje más alto que son ecuatorianos en su mayoría de diferentes cantones de la provincia de El Oro, Loja, Azuay, Pichincha, y en menores porcentajes procedentes de la provincia de Manabí, Zamora Chinchipe, Tungurahua y Chimborazo; referente al 14% de extranjeros representa a 17 franceses, 8 de Grecia, 15 de Estados Unidos, 14 de España. Determinando el lugar de procedencia, se puede llegar a establecer un tipo de mercado al cual dirigir el proyecto de investigación.

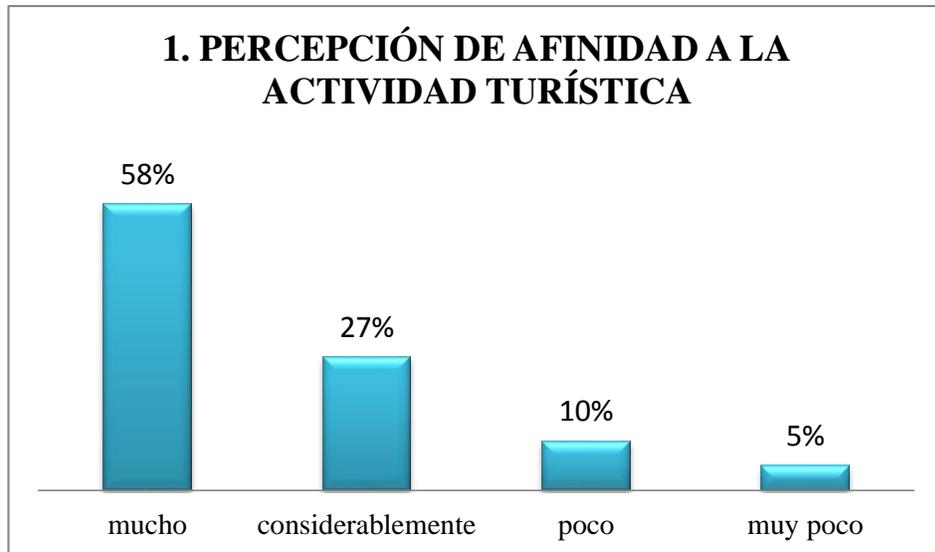


Figura 6. Percepción de afinidad a la actividad turística

En la encuesta aplicada acerca del grado de satisfacción al realizar paseos turísticos en el Ecuador, los encuestados el 58% respondieron: Mucho, el 27% considerablemente y el otro 15% poco y muy poco; a través de esta pregunta podemos conocer la afinidad de los Ecuatorianos al realizar paseos turísticos.

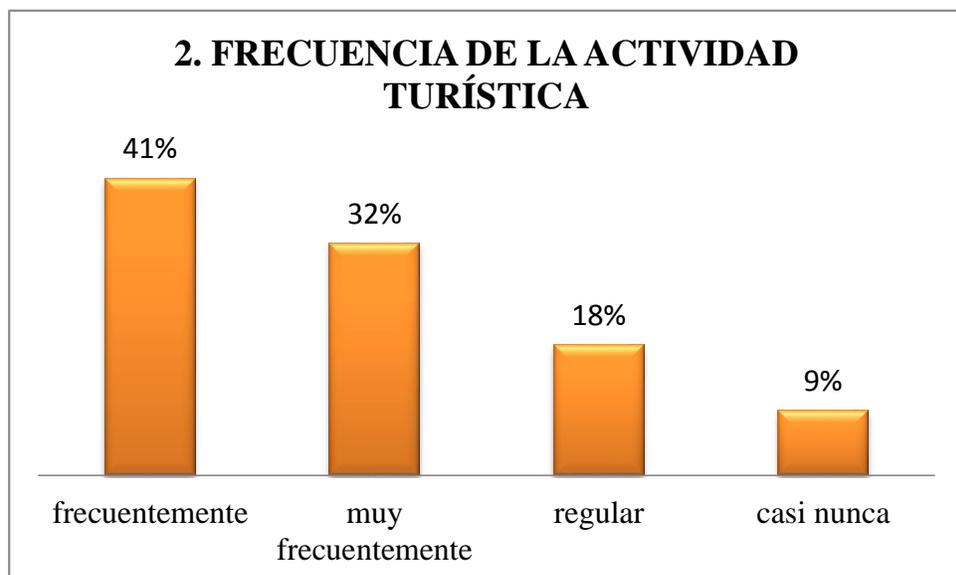


Figura 7. Frecuencia de actividad turística por encuestado

Con relación a la pregunta formulada sobre la frecuencia al realizar paseos turísticos en el país, podemos prescribir que de las 378 personas encuetadas el 41% representa frecuentemente, el 32% muy frecuentemente, el 18% regular y el 9% casi nunca, lo que nos permite considerar que en los porcentajes más altos son frecuentemente y muy frecuentemente que las personas organizan viajes con propósito turístico.

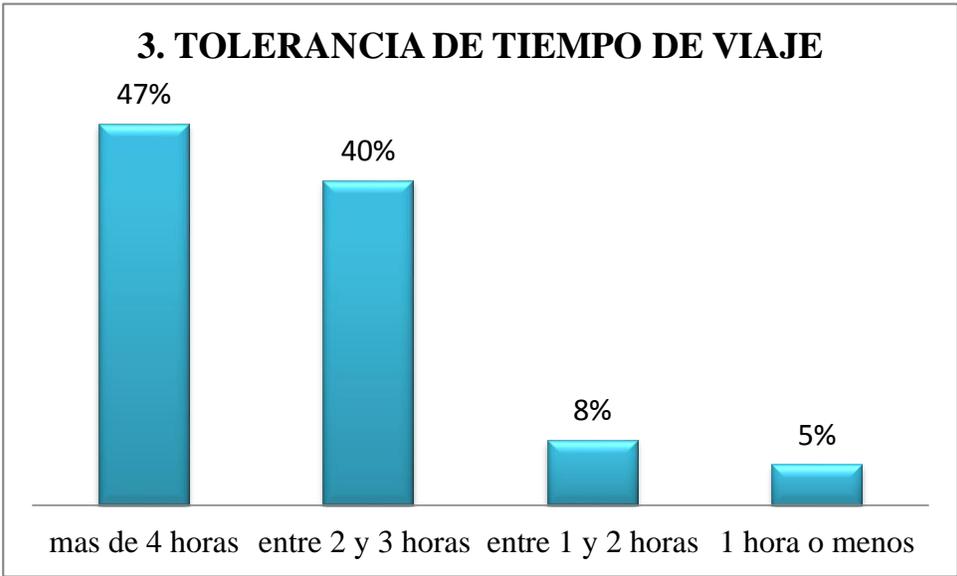


Figura 8. Tolerancia al tiempo de viaje

En relación a la pregunta sobre el tiempo de tolerancia hasta llegar al destino, al realizar paseos turísticos tenemos que en porcentajes mayores el 47% representa más de 4 horas y el 40% entre 2 y 3 horas, nos permite percibir el tiempo de preferencia en la planificación de viajes.

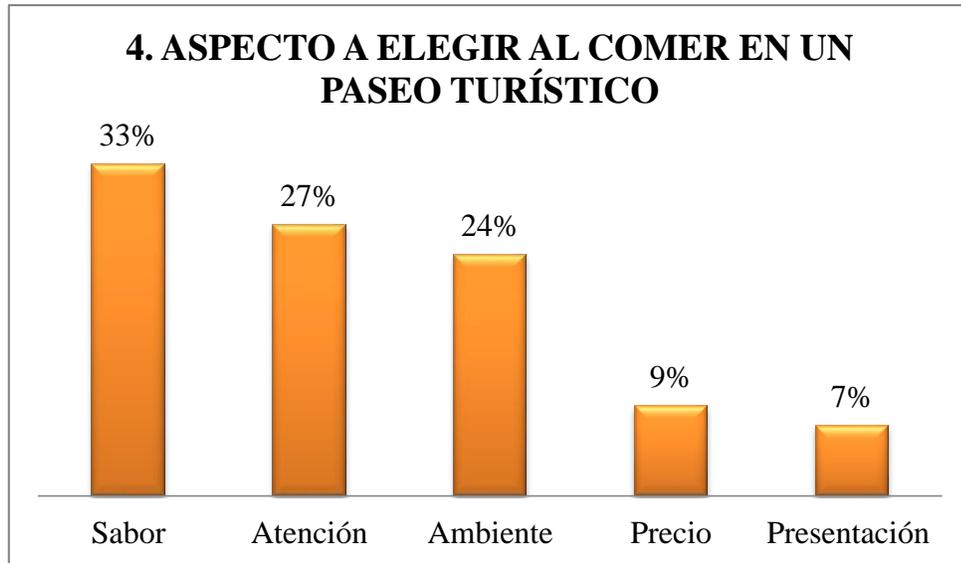


Figura 9. Aspecto a elegir al comer en un paseo turístico.

En el aspecto formulado acerca de la elección al comer en un paseo turístico tenemos con mayor preferencia con 33% el Sabor, el 27% la atención, 24% el ambiente, 9% precio, 7% la presentación, facilitando la información que más relevante a la hora de elegir el sitio para comer.

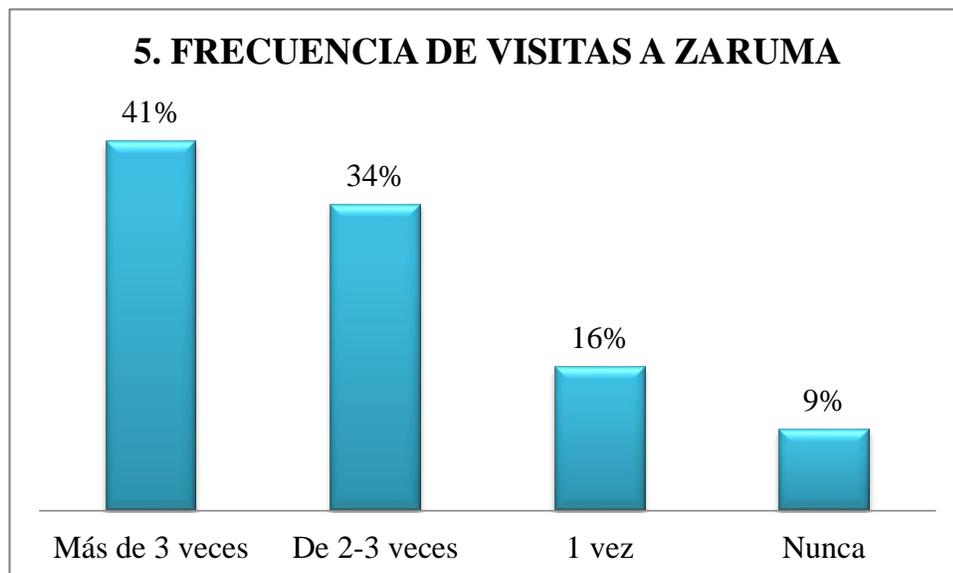
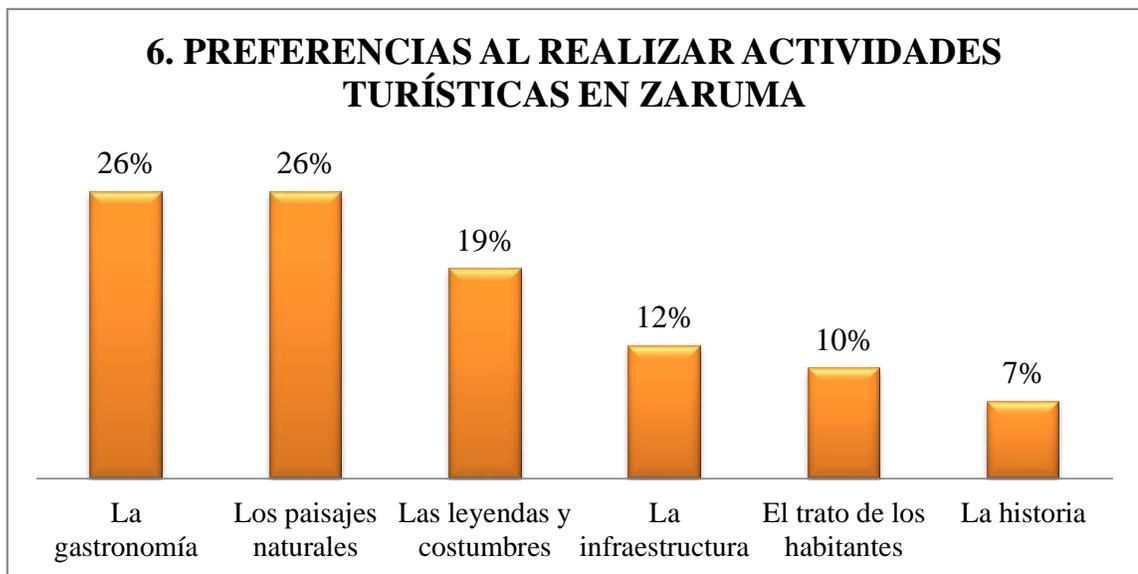


Figura 10. Frecuencia de visitas a Zaruma

Del total de encuestados con el porcentaje más alto del 41% tenemos que más de 3 veces han visitado Zaruma, el 34 % de 2 a 3 veces y en porcentajes menores del 16% 1 vez y el 9% nunca. Con este análisis nos perc0atamos que de los encuestados la mayoría ha visitado Zaruma en diversas ocasiones lo que nos ayuda con respuestas más eficaces acerca de la propuesta.

Figura 11. Preferencias al realizar actividades turísticas en Zaruma

Con el motivo de conocer las preferencias en actividades turísticas en Zaruma de los visitantes, existe una serie de factores que los turistas toman en cuenta al seleccionar un destino, de la población encuestada tenemos una equivalencia entre las preferencias en las actividades turísticas que son el 26% en la gastronomía y paisajes naturales de Zaruma, con un porcentaje menor del 19% se encuentra las leyendas y costumbres, el 12% la infraestructura, sus atractivos de menor acogida por los encuestados es el trato de los habitantes con 10% y la historia con el 7%.



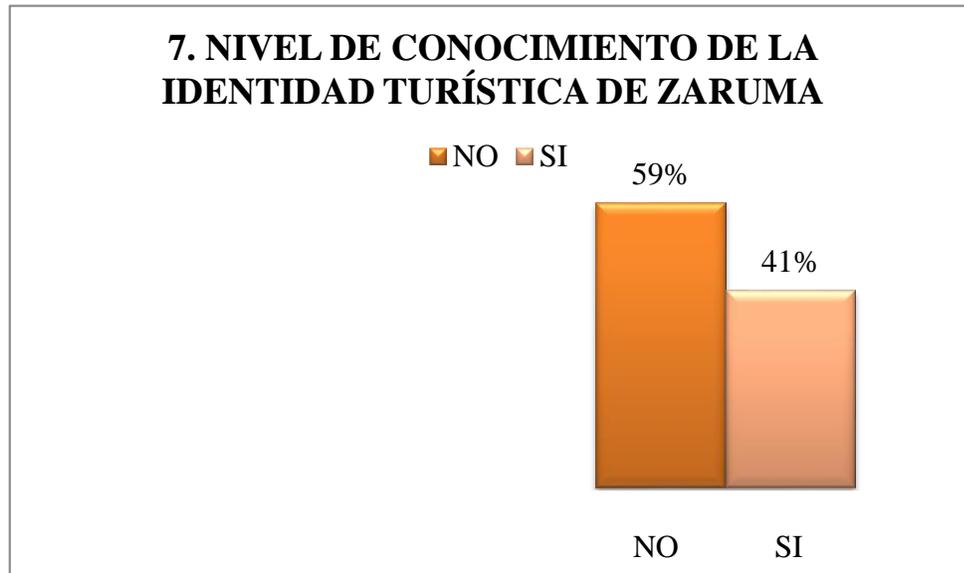


Figura 12. Nivel de conocimiento de la identidad turística de Zaruma

En la encuesta se redactó la pregunta acerca de datos relevantes de Zaruma, ciudad Patrimonio del Estado Ecuatoriano, para percibir el nivel de conocimiento de los encuestados, obteniendo el 59% de desconocimiento; lo cual demuestra que no todas las personas conocen los títulos que realizan a la ciudad, siendo una problemática a tratar con el propósito de informar a la población acerca de Zaruma y su legado, títulos, reconocimientos, e historia que enmarcan la ciudad.

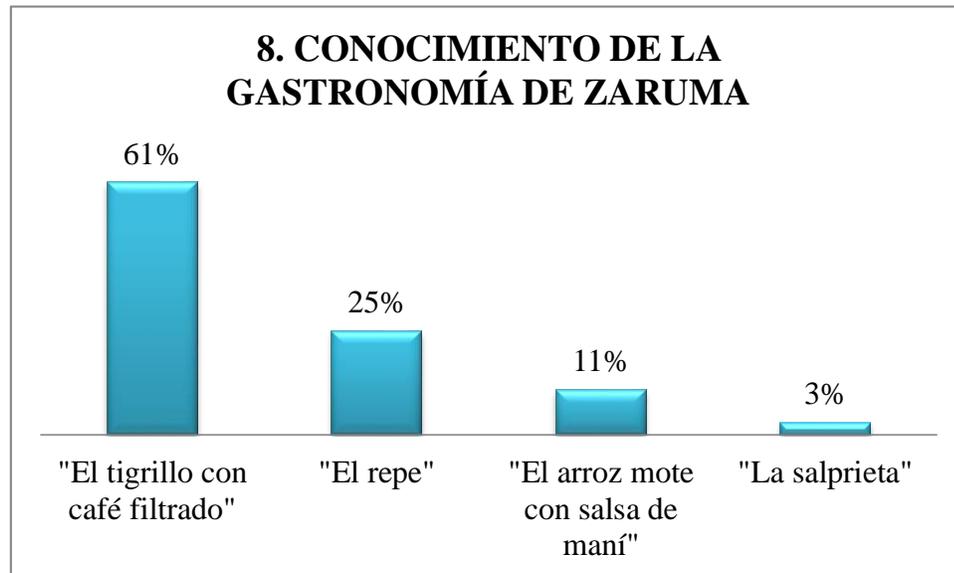


Figura 13. Conocimiento de la gastronomía de Zaruma

Con el propósito de determinar el conocimiento de los encuestados acerca de la gastronomía de Zaruma se citaron algunos platos para la debida identificación como resultado tenemos en mayor porcentaje el 61% el tigrillo con café filtrado, siguiendo el repe con el 25% de y el arroz con salsa de maní con el 11% de identificación.

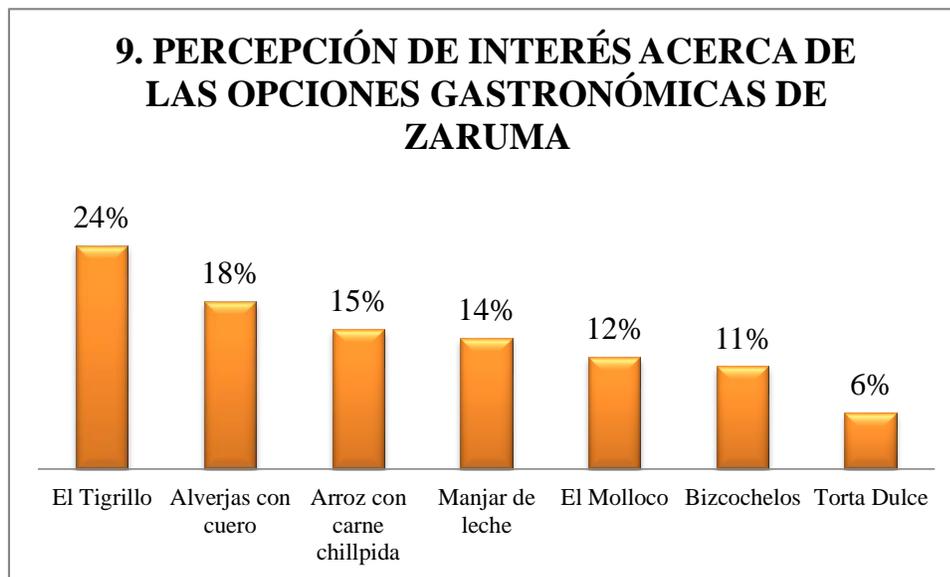


Figura 14. Percepción de interés acerca de las opciones gastronómicas de Zaruma

En el aspecto acerca de las opciones gastronómicas de Zaruma se planteó algunos platos típicos para identificar los de mayor preferencia, liderando el tigrillo con el 24%, con el 18% las arvejas con cuero, el 15% el arroz con carne chilpida en menor aceptación tenemos los dulces con el 14% y la torta dulce con el 6%; referente a desayunos y panes tenemos el molloco con el 12% y los bizcochuelos con el 11% de aceptación.

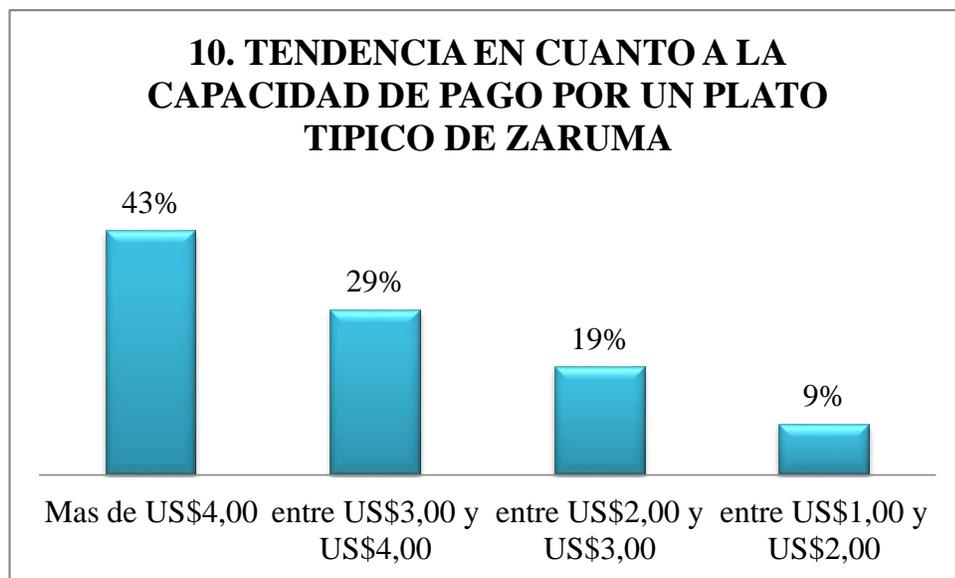


Figura 15. Tendencia en cuanto a la capacidad de pago por un plato típico de Zaruma

En otra de las preguntas formuladas en la encuesta tenemos la preferencia en capacidad de pago de siendo el de mayor porcentaje con el 43% más de \$4,00, lo cual evidencia la preferencia de pago. En menor porcentaje entre \$3,00 y \$4,00 con el 29%, entre \$2,00 -\$3,00 el 19% y entre \$1,00- 2,00 el 9%.

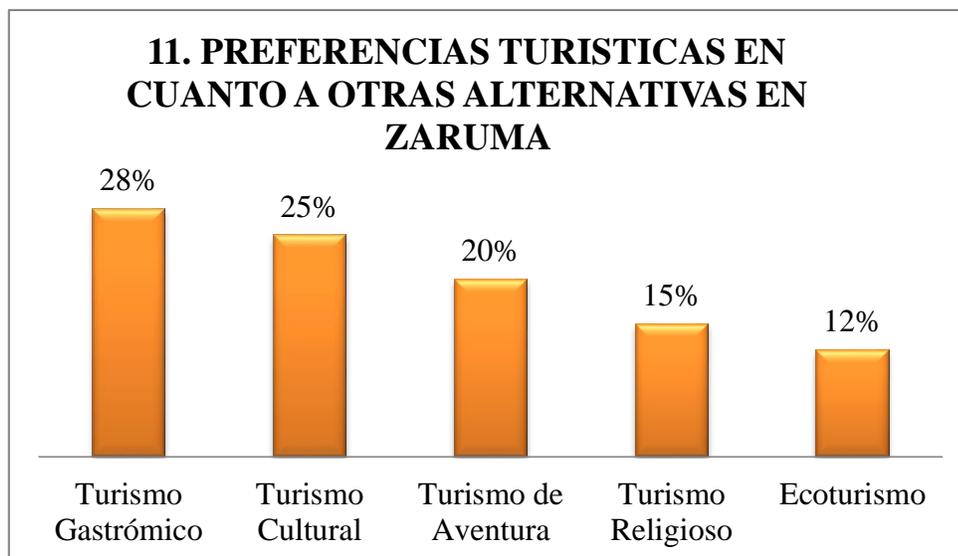


Figura 16. Preferencias turísticas en cuanto a otras alternativas en Zaruma

En relación a la encuesta aplicada podemos apreciar que el Turismo gastronómico tiene mayor preferencia por parte de los encuestados con un 28%, el turismo cultural con el 25%, le sigue el 10% de turismo de aventura, el cual no está desarrollado en la ciudad, el Turismo religioso con el 15% de aceptación y finalmente en menor porcentaje el 12% en la actividad del ecoturismo.

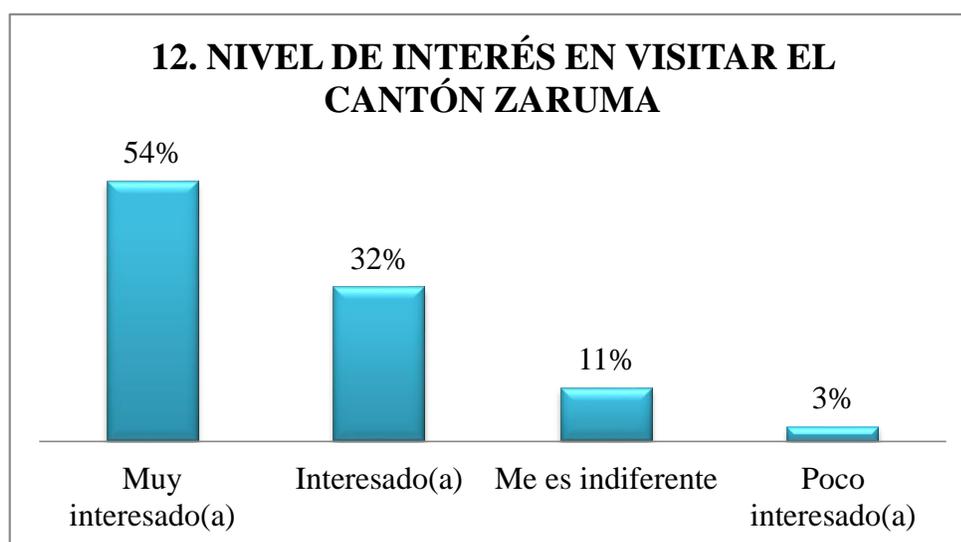


Figura 17: Nivel de interés en visitar el cantón Zaruma

Con el motivo de identificar el grado de interés en visitar Zaruma se redactó la pregunta obteniendo como resultado el 54% muy interesado, el 32% interesado; demostrando que existe un nivel de interés bastante elevado.



Figura 18: Preferencias en cuanto a medios de información de la oferta turística.

Con el interés de conocer los medios por los cuales las personas desean ser informados de la oferta turística de Zaruma y de sus promociones, se realizó esta pregunta en la encuesta que nos arrojó los siguientes resultados; las redes sociales e internet es en su mayoría un medio para hacerle promoción con una aceptación del 33%, además tenemos el 27% de las personas que desean ser informados a través de revistas de oferta turística, por medio de promoción de TV tenemos una aceptación del 21% a través de volantes el 11% y por promoción de radio con el 8%. Demostrando que el internet entre redes sociales y páginas web, como medio de comunicación es el de mayor influencia para informar.

2.5.3. Interpretación de Resultados

Se presentan los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a diferentes personas ecuatorianas y extranjeras que se encontraban de visita en Zaruma y pobladores del cantón. Los resultados de la encuesta aplicada aleatoriamente nos muestran los gustos y preferencia de las personas de acuerdo a su género, lugar de procedencia, edad y actividad laboral o profesional.

Estas personas están en busca de nuevas actividades turísticas para realizarlas junto a sus amigos y familiares. Permite determinar la aceptación que existe en consumir a la gastronomía como actividad prioritaria en sus visitas.

La formulación de la encuesta tiene por objetivo determinar el nivel de aceptación por parte de los visitantes y pobladores de la ciudad de Zaruma, ante la inclusión de la gastronomía como oferta turística; la encuesta fue aplicada mayormente al género masculino y en una mínima diferencia al género femenino. Entre los encuestados en mayor porcentaje del mercado de acuerdo a edad fue gente adulta dentro de un rango de 24 a 44 años siguiendo en pequeñas diferencias porcentuales personas de un rango de 15- 23 años. Relativo al nivel académico en su mayoría fueron de preparación académica superior.

Iniciando la encuesta se desarrolla preguntas acerca del turismo en general. En donde las personas responden en gran medida la afinidad en realizar actividades turísticas, en considerables porcentajes la población contestó que frecuentemente y muy frecuentemente realizan actividades turísticas, proporcionalmente la tolerancia en tiempo de viaje es más de 4 horas, y en menor porcentaje entre 2 y 3 horas.

En lo que concierne al conocimiento de la comida típica de la ciudad, la gran mayoría reconoció al tigrillo con café filtrado como plato típico reconocido y en menores porcentajes el repe y el arroz mote con salsa de maní. Por consiguiente se formuló la pregunta sobre el interés de acuerdo a las opciones gastronómicas, liderando

el tigrillo como opción principal, adicional a ello en porcentajes menores las arvejas con cuero, arroz con carne chillpida.

En la aplicación de las encuestas, se planteó ciertos platos típicos para obtener información precisa sobre los gustos, preferencias sobre los platos que consideran como típicos de la región siendo el tigrillo el plato con mayor interés a degustar. El aspecto más significativo al elegir un sitio para comer es el sabor, la atención y el ambiente.

También fue objetivo conocer la preferencias turísticas en cuanto a Zaruma obteniendo en cifras mayores el turismo gastronómico. En relación a las actividades turísticas a realizarse hubo un equilibrio entre la gastronomía y los paisajes naturales.

Se estableció una pregunta acerca de datos relevantes de la ciudad de Zaruma para estar al tanto del nivel de conocimiento de la población, como resultado se obtuvo en proporciones más altas el desconocimiento de los encuestados acerca de los títulos que posee la ciudad, de acuerdo a estos resultados incentivan aún más a difundir a Zaruma con sus títulos y recursos naturales, culturales, históricos y gastronómicos.

En cuanto a los precios de los platos, las personas se inclinaron más hacia la cantidad de más de \$4, lo cual deberá de ser considerado en el caso de llevar a cabo la propuesta.

Según datos estadísticos de acuerdo al nivel de interés en visitar la ciudad tenemos como resultado en mayor porcentaje “muy interesado”, en consecuencia refleja la atracción de las personas por visitar Zaruma; en frecuencias de visitas según los encuestados mayormente son más de 3 veces y de 2 a 3 veces.

Se desarrolló la última pregunta con la finalidad de conocer la preferencia de los encuestados de acuerdo a los medios de comunicación para estar al tanto de la oferta turística local, adquiriendo como información relevante al internet como mayor preferencia.

Como interpretación acerca de la gastronomía podemos concluir que de acuerdo a la muestra en resultados obtenidos que será factible la aplicación de la propuesta acerca de incluir a la gastronomía como oferta turística; se evidenció la posesión del tigrillo como plato típico, pero adicional a este plato, existen otra variedad de platos que pueden llegar a posesionarse a tal magnitud; y a través de la aplicación de esta propuesta podemos promocionar el legado gastronómico como la variedad de platos que elaboran en Zaruma. A través de la realización de la encuesta se concluye que con su aplicación se logró conseguir el soporte necesario para la implementación exitosa de esta propuesta.

2.5.4. Transcripción de las entrevistas

Realizada a: Ing. Diego Armijos - Técnico de la Unidad de promoción turística-GAD ZARUMA

Entrevistadora: Noelia Cruz Fejoo

Como parte de la investigación de campo que se realizó en Zaruma, se entrevistó, al Ing. Diego Armijos quien desempeña el cargo de Técnico de la Unidad de promoción turística del cantón Zaruma, siendo la persona idónea para disipar dudas acerca de la desarrollo de la gastronomía del cantón.

De acuerdo a las preguntas que se efectuó el Ing. me informó que entre los atractivos turísticos y culturales que incentivan el turismo son: El centro Histórico de Zaruma, La Mina Sexmo, El Museo Municipal y los Miradores.

Los atractivos gastronómicos que causan interés a la población son el tigrillo en mayor magnitud, también las arvejas con cuero, el repe, dulces y el aguardiente.

De acuerdo a la pregunta mencionada referente los atractivos turísticos antes mencionados formen parte de una ruta turística supo informar que se encuentra en proyecto a partir del mes de agosto en este caso será dirigido una ruta generalizada de todos los atractivos de las parroquias, además se está ejecutando una capacitación a las parroquias acerca de la historia de Zaruma.

Acerca de la pregunta sobre proyectos realizados en Zaruma mencionó que se inició el proyecto para la señalética turística pero quedó pendiente por falta de recursos; los proyectos que han realizado es sobre seguridad alimentaria a restaurantes y hoteles de la ciudad, ferias turísticas, gastronómicas, exposiciones en hoteles en la ciudad de Guayaquil, Cuenca; además tienen la iniciativa de inscribir al tigrillo como denominación de origen en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual).

Siendo Zaruma poseedor de atrayente historia, leyendas, cultura y exuberantes paisajes y atractivos naturales a pesar de ello falta mejorar las calles para el acceso a la ciudad, señalética turística, parqueaderos para el lanzamiento de un proyecto turístico. Continuando con la entrevista. Se realizó la pregunta referido a la capacidad de recursos logísticos, hospedaje y alimentación para albergar a un gran número de turistas el entrevistado manifestó: “Zaruma cuenta con 320 plazas que corresponden a 2 Hoteles, 2 Hosterías, 4 Hostales, adicional contamos con casas de alojamiento; cuando hay eventos de gran magnitud, pero se necesita mayor capacidad de plazas para albergar a los visitantes”.

Armijos (2016) indicó que las leyendas y costumbres de Zaruma son un punto muy atrayente en Zaruma”; que impulsan en gran medida el interés turístico. Como parte de las interrogantes planteadas se dio a conocer la propuesta del proyecto y sobre todo a preguntar cuál sería su opinión sobre esta. Manifestó que la propuesta es muy provechosa, ya que Zaruma es una ciudad que posee una gran variedad de platos tradicionales, que es necesario sean promocionados para interés de la población ya que tendrán mayor afluencia de turistas y por ende aporta a la economía de la zona. Originando un motivo de total aceptación ante la propuesta, se procedió a agradecer la atención y brindar tan valiosa información en la entrevista.

2.5.5. Análisis de Entrevistas

El día 18 de Julio del 2016, se realizó la entrevista en la oficina de información turística en la ciudad de Zaruma, al Ing. Diego Armijos, quien dirige el cargo de Técnico de la Unidad de promoción turística del Gobierno Autónomo Descentralizado de Zaruma; con el propósito de plantear la propuesta de investigación, conseguir información acerca del tema turístico- gastronómico de la ciudad, recibir los comentarios que permitirá medir , evaluar la idoneidad y apreciación para implementación de la propuesta.

De acuerdo a la entrevista realizada, se puede concluir que Zaruma es una ciudad que se encuentra en vía de desarrollo, avanzando a través de proyectos que están al alcance del presupuesto del Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad, a pesar de la gran variedad de comida que ofrece y la gran cantidad de visitantes al año; no posee mayor infraestructura ni servicios turísticos adecuados para aumentar el turismo en el sector. Sin embargo se ha desarrollado proyectos que han aportado satisfactoriamente al turismo en la ciudad; pero que no han sido suficientes para potenciar a Zaruma como destino favorito para los turistas, falta apoyo por parte de Gobierno Descentralizado de la Provincia de El Oro, porque cuando fui en busca de material para la investigación del tema tan solo habían pequeños volantes que no causaban estímulo para emprender un viaje a tan valiosa ciudad; por esta razón se avanza a paso lento; además por parte del ministerio de turismo se encuentran enfocados en otros temas, que dejaron postergados los proyectos que se iban a iniciar en el cantón. Pero tomando como estrategia la particularidad gastronómica zarumeña, la posesión cultural y natural, podemos incentivar de manera innovadora a través de los recursos tecnológicos que en los últimos años se han posesionado como un recurso accesible a nivel mundial y con bajo costo; cuya finalidad es que visiten la ciudad y degusten los deliciosos platos que ofrece la localidad; además disfruten de sus atractivos naturales.

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

Se realiza la investigación en páginas web oficiales del Ministerio de Turismo y el Gobierno Municipal de Zaruma y como resultado se obtiene la información necesaria para un análisis de mercado; por medio de esta investigación se conoce acerca de las campañas que promueve dicha entidad; además de la información mediante (guías turísticas del cantón Zaruma, y de la Provincia de El Oro), revistas, volantes acerca del turismo, información general y gastronomía de la ciudad, conjuntamente se aplica las técnicas de recolección de datos planteadas en el trabajo de investigación como son las entrevistas y las encuestas y es a través de estos medios que se plantea el siguiente análisis.

El turismo en el Ecuador mantiene una gran acogida a nivel mundial con esta característica el Ministerio de Turismo ha mostrado un gran interés por desarrollar esta actividad en el país; con esta razón está impulsando por medio de campañas como Viaja primero Ecuador, Ecuador potencia turística, Ecuador ama la vida cuyo objetivo es motivar a los ecuatorianos a descubrir, disfrutar y utilizar las ofertas turísticas que brindan los múltiples atractivos turísticos que tiene el país en sus cuatro regiones, entre sus beneficios que otorgan las campañas es disfrutar del país de manera ágil y relajada, promoviendo el turismo interno y una cultura de hospitalidad.

Relacionado a la gastronomía, Zaruma se distingue por el tigrillo y café filtrado; una de las encuestadas originaria de ahí supo decir: “No hay persona visitando Zaruma, que no desee probar el tigrillo”; por esta razón nos enfocamos en el desarrollo de esta actividad ya que mantiene una variedad de platos, y productos autóctonos; promocionar y difundir Zaruma con la certeza de la agradable sazón y peculiar preparación que identifica a la ciudad.

En los últimos años Ecuador ha recibido un sinnúmero de visitantes extranjeros con motivación turística, además se suscita el turismo interno con aquellas personas, grupos de familias o amigos; que buscan nuevos destinos turísticos, lugares de esparcimiento, diversión y aventura, con el fin tener otro tipo de experiencias y romper la rutina.

Zaruma perteneciente a la Provincia de El Oro, caracterizado por poseer deliciosos platos típicos, espectaculares paisajes, atractivos naturales e interesantes historias. Se ha mantenido con una afluencia de turistas nacionales y extranjeros por motivos históricos-culturales debido al enfoque promocional que se ha realizado, por lo cual en este trabajo de investigación se busca destacar la gastronomía típica de Zaruma como oferta turística local.

3.1. Análisis FODA del proyecto

La aplicación del análisis FODA nos permitirá examinar la situación real del entorno y tener resultados más precisos para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

3.1.1. Fortalezas

- Zaruma tiene una gran afluencia de personas que lo visitan, turistas por diversos motivos aprovechando esta estancia para ofertar su gastronomía.
- Gente amigable.
- Variedad gastronómica.
- Naturaleza viva con biodiversidad florística.
- Belleza paisajística.
- Abundancia de productos típicos
- Calidad de los productos autóctonos
- Fuerte identidad de la gastronomía

3.1.2. Oportunidades

- Variedad de transporte que llevan a los visitantes hacia Zaruma, desde diferentes puntos.

- Desarrollo social de la comunidad.
- Crecimiento del turismo en el cantón.
- Promover el interés de la comunidad en el desarrollo turístico.
- Reconocimiento nacional e internacional de platos genuinos zarumeños.
- Actitud participativa del turista
- Interacción con otros sectores
- La preservación y conservación de las tradiciones gastronómicas.

3.1.3. Debilidades

- Falta de un sistema de promoción del turismo gastronómico que posee Zaruma.
- Los restaurantes no ofrecen toda la comida típica.
- Han posicionado el “tigrillo” y el “café filtrado” como principal plato típico olvidando el resto de su gastronomía.
- Falta de señalización para llegar a los lugares turísticos de Zaruma.
- El paisaje no se aprecia por la falta de mantenimiento en las vías, como el crecimiento de montes.
- Carreteras angostas y falta parqueos para estacionar los vehículos visitantes.
- Falta de ideas innovadoras.
- Poca diversificación de los productos.

3.1.4. Amenazas

- Fuerte competencia por cantones vecinos que también ofrecen comida típica parecida.
- La aculturación presente en Zaruma hace que las personas olviden sus tradiciones, costumbres y demás.
- La falta de apoyo por parte de autoridades enroladas al turismo gastronómico ya sea del mismo lugar o sus dependencias.
- Productores locales poco predispuestos y preparados para la prestación de servicios al turista.

3.2. Análisis PETSА

El análisis PETSА (factores políticos, económicos, tecnológicos, sociales y ambientales), determina los posibles riesgos al ejecutar la propuesta de investigación y al mismo tiempo presenta soluciones oportunas para cumplir con el seguimiento y control de la investigación.

3.2.1. Factores Políticos

El Ecuador manteniéndose como un estado constitucional de justicia, realizó el Plandetur 2020 el cual fue creado con la finalidad de mantener un turismo sostenible; además se evidencia al Ecuador constituyente en una unidad histórica y geográfica de grandes extensiones naturales, su población se mantiene en un ambiente sano e interesado por el bienestar de sus habitantes.

Después de haber realizado un análisis previo, se pudo establecer que el presente trabajo investigativo tiene pertinencia y se relaciona con algunos Objetivos, Políticas y Lineamientos Estratégicos del Plan Nacional del Buen Vivir.

El Plan del Buen Vivir está conformado por doce objetivos de los cuales describiremos aquellos que tengan relación con el proyecto de tesis.

Tercer objetivo “Mejorar la calidad de vida de la población” Que mediante su política pretende “Fomentar el tiempo dedicado al ocio activo y el uso del tiempo libre en actividades recreativas, lúdicas, físicas, deportivas y otras que contribuyan a mejorar las condiciones físicas, intelectuales y sociales de la población” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017).

Que al igual que el presente proyecto de tesis, lo que se pretende lograr a través de la promoción y difusión, es que las personas se involucren más en actividades recreativas y sobre todo en actividades turísticas que pretenden generar nuevas fuentes de trabajo e ingresos para la población que desarrolle dichas actividades, las mismas que estén encaminadas a aprovechar el uso del tiempo libre y por ende estaremos contribuyendo así a mejorar la calidad de vida con los ingresos que estas actividades puedan generar en la economía de la población.

3.2.2. Factores Económicos

El cantón Zaruma ubicado al sureste del Ecuador, constituye como uno de los cantones con mayor importancia y desarrollo en la parte alta de la Provincia de El Oro; en la cual se puede evidenciar respecto a la actividad económica con mayor desarrollo se deriva de la agricultura, minería, comercio y turismo, reflejado en la tabla 2.

Tabla 2.
Indicadores de empleo

	Hombre			Mujer			Total	
	Total	%Hor	%Ver	Total	%Hor	%Ver	Total	%Ver
Población económicamente activa (PEA)								
PEA	6,987	73%	100%	2,579	27%	100%	9,566	100%
Total	6,987	73%	100%	2,579	27%	100,00%	9,566	100%
Situación laboral								
Desocupados	1,262	71,8%	18,10%	496	28,20%	19,20%	1,758	18,40%
Ocupados	5,725	73,5%	81,90%	2,083	26,70%	80,80%	7,808	81,60%
Total	6,987	73%	100%	2,579	27%	100,00%	9,566	100,00%
Rama de actividad recodificada								
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	2,218	83,90%	31,70%	427	16,10%	16,60%	2,645	27,70%
Explotación de minas y canteras	2,311	98,40%	33,10%	38	1,60%	1,50%	2,349	24,60%
Industria manufactureras	275	56,80%	3,90%	209	43,20%	8,10%	484	5,10%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	44	23,70%	60,00%	127	74,30%	4,90%	171	1,80%

Nota: Tomado de “Identificación del territorio del cantón Zaruma,” por ECONOMICA CIC- División Técnica de Investigación Cuantitativa, 2012, Perfil territorial de Zaruma, p.27

Según datos del ARCOM (Agencia de regulación de control minero) y bajo la interpretación de la *tabla 2*, se refleja los tipos de producción fundamentales en el cantón Zaruma como son la agropecuaria y minería. En el primer caso ocupa el 27.01% de la Población económicamente activa y en el segundo caso ocupa el 24.08% de la PEA.

Respecto a la estimación de los ingresos se ha realizado de acuerdo a lo que dispone el Art. 236 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y al comportamiento histórico de cada partida presupuestaria. Cabe indicar que debido al recorte del 12% del presupuesto general del Estado las asignaciones que el Estado realiza al GAD Municipal de Zaruma para el ejercicio económico 2016 se ven afectadas, reduciéndose la capacidad de inversión del GAD Municipal, el total de transferencias según el modelo de equidad territorial para el ejercicio económico 2016 será de **\$3.631.058,11USD** siendo una asignación menor a la recibida en el año 2014.

Actualmente el GAD Municipal mantiene dos contratos de financiamiento de inversión con el Banco del Estado para los *Estudios y Diseños Definitivos del Plan Maestro de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario y Pluvial para la Cabecera Cantonal* y *Actualización e Implementación del Catastro para la Ciudad de Zaruma y Zonas Urbanas de las Parroquias Rurales del Cantón Zaruma*; de estos dos proyectos para el presupuesto de ingresos 2016 se consideran desembolsos por un total de **\$ 293.750,91 USD**.

En lo que respecta al desarrollo de la actividad turística dentro del cantón no se ha realizado adecuadamente, o no se ha dado la debida importancia, debido a que muchos de los habitantes no toman o ejercen esta actividad como una fuente generadora de ingresos económicos para el cantón, y por eso la gente se dedica a otras actividades como la agricultura, ganadería o minería para subsistir, es por ello que el porcentaje es bajo, y solo alcanza el 1,80% en el año 2010 de las personas que se dedican a actividades relacionadas con el alojamiento y el servicio de comidas.

3.2.3. Factores Tecnológicos

Actualmente la tecnología ha protagonizado grandiosos cambios, en el caso del sector turístico ha generado estrategias para aumentar las visitas reales a través de opciones virtuales, como las páginas web corporativas y promociones en redes sociales donde ofrecen sus servicios con amplias posibilidades de información a visitantes y viajeros; lo cual apoya las estrategias de promoción para aumentar las visitas reales. El internet es uno de los fenómenos más influyentes, principalmente porque provee a las personas información más amplia y variada. Tiene un papel importante para el desarrollo del plan, a través de esta herramienta se podrá utilizar nuevos mecanismos de promoción y difusión de la ciudad de Zaruma y sus atractivos turísticos, no solo a nivel nacional, sino internacional.

Con el fin de mejorar, promover e incentivar el turismo en el cantón, de acuerdo al reporte de presupuesto del 2016 presentado por el Gobierno Descentralizado de Zaruma el Departamento de Turismo promedia utilizar para:

Tabla 3.
Proforma presupuesta 2016- Subprograma: Turismo

Denominación	Asignación parcial
Edición, Impresión, Reproducción Y Publicaciones	27,700.00
Materiales De Edición, Impresión Y Reproducción	763.38

Fuente: GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE ZARUMA

3.2.4. Factores Sociales

Zaruma, con sus calles estrechas y empinadas, sus escalinatas impredecibles y sus casas de madera y teja, es uno de los rincones más bonitos del Ecuador. Declarada, en 1990, Patrimonio Cultural de Ecuador; mantiene una dinámica elevada de movilidad

poblacional. Según datos censales, conocemos que 244 personas han salido del país. Son los habitantes de la cabecera cantonal, así como los de cada parroquia que se desplazan para desarrollar actividades por diferentes razones como principales trabajo y estudio. Además tenemos el caso de estudiantes universitarios, que emigran de su territorio para obtener un título universitario, siendo, en primer lugar, las ciudades de Loja y Machala, las que acogen a esta población y en segundo lugar se encuentran las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Zaruma en su reporte de ingresos y gastos para el año 2016 presentó las siguientes asignaciones:

Tabla 4.

Proforma presupuesta 2016- Subprograma: Turismo (Bienes y Servicios para inversión)

Denominación	Asignación parcial
Espectáculos Culturales Y Sociales (Alquiler Stand Ferias)	43,700.00
Servicio De Capacitación (Empleados Turismo)	500.00
Servicio De Capacitación (Hoteles, Restaurantes, Transportistas)	5,560.00

Fuente: GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE ZARUMA

Analfabetismo

El cantón mantiene un porcentaje de analfabetismo de acuerdo a la población y grupos étnicos: Población Indígena con un 21,05%, Afroecuatoriano con un 4,16%, Montubio 7,94%, Mestizo 7,17%, Blanco 3,16%, Otros 6,67%. Con un resultado de 6,89% de analfabetismo en todo el cantón. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

En la cabecera cantonal el porcentaje de analfabetismo se divide en áreas urbana y rural. Dentro del área urbana el porcentaje de analfabetismo es de 1,94%, mientras que en el área rural el porcentaje de analfabetismo asciende al 2,67%. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

3.2.5. Factores Ambientales

Las atracciones hacia los visitantes son las zonas propuestas por paisaje natural que ofrece y las localidades son a su vez quienes se protegen con leyes ambientales para su preservación.

Zaruma consolidó una rica cultura expresada en costumbres, tradiciones; siendo una de las ciudades con mayor antigüedad en el Ecuador. Se encuentra situada en las estribaciones occidentales del callejón Interandino, al Suroeste del Ecuador, en la Provincia de El Oro. Ubicado en la cima de una montaña asentada en las faldas de Vizcaya, desprendida de la Cordillera de Chilla.

El clima de Zaruma corresponde al bosque húmedo pre montano, subtropical, agradable y templado, seco de mayo a noviembre y húmedo en la época lluviosa. Su temperatura es 22 °C promedio durante el día y la noche, lo que la hace acogedora durante todo el año.

3.3. Descripción de la oferta

Para el desarrollo de este trabajo de investigación es necesario plantear la descripción de la propuesta y analizar su oferta.

Tabla 5.
Descripción de la oferta

Oferta	Descripción
<p>Zaruma</p>	<p>Zaruma es un lugar en donde se puede disfrutar de la comida, en donde se puede encontrar diez restaurantes especializados debidamente autorizados para su operación.</p> <p>En las casas de algunos habitantes alrededor del centro Histórico de la ciudad se ofrecen diversos productos típicos de Zarumeños como el queso criollo, el famoso café, dulces como el majar de leche, dulces de guayaba, panes, bizcochuelos, roscas, entre otros productos.</p> <p>Entre los restaurantes reconocidos del cantón.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El Tigrillo Gourmet ➤ Restaurante Pinta Negra ➤ Restaurante 200 millas ➤ Costa Azul ➤ Cali Café ➤ Cafetería Central ➤ El Chamizal ➤ El Chivo ➤ El Mesón de Joselito ➤ Mesón de Joselito <p>Atractivos Turísticos: Centro Histórico, Museo Municipal, Iglesia Virgen del Carmen, Cerro de Arcos.</p>

En lo referente a Hotelería: Zaruma ofrece a sus visitantes los siguientes lugares de hospedaje:

- Hostal Blacio
- Hostal Águila Dorada
- Hostal Romería
- Hostal Cerro de Oro
- Hotel Roland
- Hotel Zaruma Colonial
- Hostería El Jardín

Guanazán

Viene de dos voces Guana= Muchas- Zan= cabezas unidas forman Guanazán. Significa “Tierra de Muchas Cabezas”.

Entre sus atractivos turísticos: Arqueología, Cerros: Paltaco (Morada de importantes vestigios arqueológicos, las osamentas encontradas son consideradas entre las más antiguas del Ecuador; artesanías, paisajes y grupos folklóricos.

Huertas

Su nombre descende porque los primeros colonos encontraron terrenos cultivados cercados y amarrados en forma de huertas.

Entre sus atractivos turísticos:

Asentamiento prehispánico, Guayquichuma, gastronomía, paisajes, artesanías, cascada Guayquichuma.

Malvas

Su nombre se deriva por la abundancia de la planta de Malva, la misma que posee propiedades curativas.

El transcurso entre Zaruma a Malvas a 10 minutos, en Barrio Portete encuentra la fábrica de dulces “*Doña Cleme*”, una micro empresa familiar de dulces tradicionales los mismos que son elaborados artesanalmente con ingredientes propios de la zona representan una

tradición familiar llevada por más de 100 años. Los principales productos que se elaboran son: dulces de maní, guayaba, leche, cacao, café tortillas, rosquillas, bizcochuelos, biscochuelillos, cemas, pan de huevo, manjar de arroz con leche, entre otros. Los productos son comercializados en diferentes ciudades del país previo pedidos como: Quito, Cuenca, Machala, Pasaje, Loja, Guayaquil y otras, igual se lo entrega en el domicilio.

Esta empresa familiar ha participado en varias exposiciones a nivel nacional e internacional, donde ha recibido varios reconocimientos, es muy visitada, incluso por personalidades de nuestro país. Además de degustar de los dulces típicos, el visitante puede disfrutar del entorno natural de la finca y observar diversidad de flora y fauna, mediante los paseos campestres que ofrece la misma.

Sus **atractivos Turísticos:** Iglesia San Jacinto de Malvas, molinos artesanales de cuarzo.

Abañín

Proviene por la existencia de plantaciones de habas y el árbol llamado Bayanin, al unir las dos palabras obtenemos Abañín.

Atractivos Turísticos:

Arqueología, monolitos de figura humana, gastronomía y entorno paisajístico.

Güizagüiña

Nace de dos voces Güizha=Mujer y Güiña=Laguna es decir “Mujer de la laguna”

Atractivos Turísticos: Fiestas Religiosas de la Virgen de los Remedios, arqueología, cascadas, Laguna de Chinchilla, gastronomía, fábricas artesanales de aguardiente y artesanías.

Muluncay

Se origina de las raíces Mullos=Semilla y Cay=caída; que unidas significa Semillas que caen.

	Atractivos Turísticos: Elaboración artesanal de campanas y pailas de bronce. Gastronomía: panela, aguardiente; entorno paisajístico.
Salvias	Su nombre se debe a la abundancia de la planta medicinal llamada Salvia existente allí. Atractivos Turísticos: Arqueología, ríos, Cascadas: El Molino, Chaca- Capac, Chorro Blanco, petroglifos, entorno paisajístico, y artesanías.

3.4. Descripción de la demanda

Zaruma es una ciudad de interés turístico, con potencial arquitectónico, histórico, paisajístico y natural que no solo los zarumeños deben conocer. La “Ciudad del oro y del café” acoge muchos visitantes Ecuatorianos, originarios de la provincia del Guayas, Loja además de la misma provincia; cuyas motivaciones son disfrutar de su gastronomía típica, cultura, paisajes; lo cual produce un alto índice de turismo interno en el país.

Zaruma recibe muchos visitantes nacionales, y no podemos desmerecer el hecho de que recibe gran cantidad de visitantes extranjeros, son muchas "vivencias" como los mitos y la cultura de la zona atrae a los turistas extranjeros, sobre todo de países como Francia y España. Muchos de ellos han visitado los atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales que cuenta el cantón.

En la localidad es el turismo una de las actividades que se desarrolla, anualmente llegan unos 12 mil visitantes a esta ciudad, de los cuales el 85% es nacional y el 15% de otros países.

Tabla 6.
Descripción de la demanda

Demanda	Descripción
Nacional	<p>En el año 2014 según rendición de cuenta del GAD MUNICIPAL de Zaruma informa que 5325 turistas nacionales visitaron el cantón.</p> <p>Durante el año 2015, se registraron alrededor de 4.583 visitantes.</p>
Extranjeros	<p>En el año 2014 según rendición de cuenta del GAD MUNICIPAL de Zaruma informa que 550 visitaron el cantón.</p> <p>Para el año 2015 se registró 744 turistas.</p>

Fuente: GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE ZARUMA

3.5. Análisis de la situación actual de Zaruma

De acuerdo a la investigación realizada se puede evidenciar que la riqueza de la tierra y el fomento de las actividades primarias relacionadas a la agricultura y ganadería han permitido disponer de una amplia gastronomía sin embargo, la difusión es escasa; a pesar que el sitio se mantenga activo ante el turismo y sus deseos de incrementar y desarrollar el turismo sean altas; no se puede evidenciar un potencial alto de turismo en la zona. Muchos de los habitantes desconocen el tema y los excelentes resultados que traen consigo ejecutarlo. Pese a ello, muchas tradiciones se han conservado, debido a la integración y colaboración de sus habitantes. Estos procesos son los que han permitido que la gastronomía típica se mantenga, siendo la familia la encargada de transmitir a las nuevas generaciones procesos de cocción y técnicas propias que permitan disponer de platos tradicionales y típicos los cuales son la base de muchas de las festividades.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de El Oro tiene escaso material de promoción para Zaruma. Son pocos volantes que tienen para ofrecer turísticamente al cantón, “Yo Descubrí una ciudad llena de Magia y Cultura en Ecuador” son uno de sus

volantes. El operador de turismo TRIP&LIFE, operador en la Provincia de El Oro mantiene la ruta “EL ORO POR DESCUBRIR en 3 DIAS” el cual consiste: Visita la Reserva Buenaventura, Piñas, Zaruma Centro Histórico, Mina Turística, Zoo Hillary Resort, Bosque Petrificado Puyango, Isla de Costa Rica, Isla San Gregorio, City Machala, Compras Huaquillas; otra de las operadoras de turismo es “OROADVENTURE”- tour operador; el cual ofrece actividades y recorridos específicamente en el cantón Zaruma, al centro histórico, museos, iglesias y santuarios, visita al interior de casas patrimoniales, minas de oro, arqueología industrial minera, cuarzo, terapia, sanación del alma, ríos y cascadas, petroglifos, asentamientos prehispánicos, visita al patrimonio rural, visita a cantones vecinos, avistamiento de aves y caminatas.

Pero ninguno de ellos sostiene una ruta especializada en los atractivos gastronómicos que posee el sitio. Al realizar una búsqueda por medio de internet encontramos varias cuentas de redes sociales como instagram, facebook y twitter relativos al turismo entre fotos sobre los atractivos naturales, culturales, información acerca de la historia, cultura, el simbólico “tigrillo” y “café filtrado”; más no tenemos el acceso a conocer la diversidad de platos típicos que conserva Zaruma y que se deben ofrecer para incentivar a degustar los platos.

Zaruma con sus representativos títulos como “Zaruma, ciudad del oro y del café”; “Sultana de El Oro”; avanza además por medio de producciones de videos acerca de sus recursos uno de sus últimos videos realizado por la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME), produjo los videos:

- Zaruma. Capítulo I: Santuarios y Arquitectura
- Zaruma. Capítulo III: Casas, jardín y cascadas
- Zaruma. Capítulo II: Minería y gastronomía

En base a la situación actual determinada se observan los siguientes factores que en se han convertido en barreras que ameritan ser solucionadas:

- No existen fuentes actualizadas referentes a la gastronomía de Zaruma por lo que es muy complicado que el turista pueda identificarla y diferenciarla.
- La oferta de servicios turísticos relacionados a la oferta de la gastronomía son escasos, siendo su infraestructura limitada lo que impide mayor afluencia de los turistas.

3.6. Identificación de los platos típicos del cantón Zaruma

Considerando la gran diversidad de platos típicos que posee Zaruma se presenta a continuación algunos de sus platos típicos más representativos.

Tabla 7.
Identificación de platos típicos

Nº	Platos Típicos	Descripción
DESAYUNOS Y ENTREDÍAS		
1	Café criollo	En los desayunos y entredías, el café es la bebida favorita para acompañar a los platos tradicionales. Hay distintas formas de preparar: en chuspa o bolsa de tela; esencia de café; café asustado.
2	Tigrillo	Es un plato típico originario de Zaruma, Provincia de El Oro, preparado con plátano cocido y molido que se lo mezcla con huevo y queso, se lo sirve caliente acompañado de café filtrado, por lo general se consume en el desayuno o en el café de la tarde.
3	Molloco	Es una preparación con plátano verde o maduro cocinado y molido junto con maní y sal, se lo sirve con queso fresco o con huevo frito y café.
4	Humitas de sal/dulce	Las humitas son pastelitos envueltos que se preparan con choclos o maíz tierno y queso, se cocinan en las hojas del mismo maíz al vapor.
5	Morcilla	Las tradicionales morcillas son elaboradas con sangre de chancho fresca, miel preparada con panela y especias dulces (clavo de olor, pimienta dulce y canela), arroz y col, con todo esta mezcla una vez preparada se llena las tripas de chancho y atan por lo extremos.

6 Longaniza	Este plato típico elaborado de lomo y jamón de cerdo, entre sus condimentos son: el jugo naranja agria, la cebolla, el ajo, ají, hojas huaviduca; generalmente no se cocina preferentemente se pone a secar al sol y para servirla se la fríe acompañada con arroz o yuca.
7 Tamales de maíz	Es una mezcla de masa batida de maíz pelado, manteca de chanco, carne cocida con los aliños, alverja, zanahoria, especerías, pimiento, cebolla, tomate riñón rellena y condimentada a la usanza de cada lugar, envuelta en hoja de maíz o plátano y cocida al vapor.
8 Tamales de arroz	Es la mezcla entre el arroz, manteca de chanco , carne de chanco cocida con los aliños, alverja, zanahoria, especerías, pimiento, cebolla, tomate riñón rellena y condimentada a la usanza de cada lugar, envuelta en hoja de plátano y cocida a baño María.
9 Llapingachos de yuca	Son tortillas preparadas con: yuca, huevos, queso criollo desmenuzado, aceite o manteca. Se fríen y se sirven a la mesa.
10 Hígado con yuca y arroz	Su preparación consiste en preparar el hígado con especerías y sal al gusto, cocinar las yucas y el arroz y servir.
11 Patarashca	La yuca cocinada, mezclada con cabezas de pescado o solamente con pescado, se sirve por lo general a la hora del almuerzo.
12 Pipián de maní con yuca	Es una salsa consistente con maní, cebolla sal y pimienta al gusto. Añadir las yucas cocinadas como complemento.
SOPAS	
13 Repe	Deliciosa sopa típica preparada con guineo y leche, se cocina hasta que este blando y se pueda formar un puré, se agrega el quesillo, sal y culantro picado.
14 Alverjas con cuero	La arveja seca o vieja se la cocina, luego se hace la preparación con plátano o guineo verde y con pedazos de cuero de cerdo.

15	Caldo de maní	Sopa tradicional en la que el ingrediente principal es el maní tostado y molido; adicional se agrega papa, huevo y se disfruta del delicioso plato.
16	Locro de yuca	El locro es una exquisita y cremosa sopa de yuca y carne de res.
17	Aguado de gallina criolla	Es una sopa espesa que se prepara con gallina criolla, arroz, zanahoria, alverja tierna, cebolla picada, especerías, culantro y sal al gusto.
18	Sopa de tongos de borrego	Tradicional preparación con la cabeza, patitas, vísceras y menudo de borrego se agrega guineos verdes y arroz.
CARNES		
19	Arroz con carne chilpida	Preparación que se utiliza a la carne seca al sol y desmenuzada se fríe con huevo. Se sirve con una porción de arroz.
20	Arroz mote con carne asada	El arroz mote no lleva sal ni especias; asar la carne y servir con el arroz por lo general se acompaña con un pedazo de queso.
21	Estofado de res con arroz moro	Plato típico que se elabora con frejol tierno, arroz, carne de res; se puede agregar papa y una vez listo se sirve con ensalada.
22	Seco de borrego	El seco de borrego o cordero es una plato típico que se prepara cocinando carne de borrego a fuego lento en una salsa de cerveza, ajo, comino, achiote, orégano, pimienta dulce, cebolla, cilantro, perejil, tomate y otras especias.
23	Aderezo con cidrayotas	Es un plato fuerte consiste en cocinar las cidrayotas, agregar especerías, comino, achiote, maní, y papa. Cocinar a fuego lento y añadir queso hasta que se derrita.
24	Aderezado con palmito	Es un plato fuerte elaborado con palmito, especerías, comino, achiote, culantro y papa. Cocinar a fuego lento y añadir queso hasta que se derrita.
25	Arroz mote con maní	Plato tradicional cuya preparación consiste en arroz mote (no lleva sal ni especias). Luego se prepara la salsa de maní. Para servir se coloca la mitad de arroz blanco y la otra mitad del arroz con maní.

DULCES		
26	Manjar de leche	Delicioso dulce conocido elaborado con leche, arroz molido y cernido y azúcar.
27	Rallado de cidra	A base de sidra rallada y desaguada con anterioridad, mezclada con azúcar o panela y especerías de dulce se deja cocinar hasta que tenga punto de bola, se sirve con una tajada de queso fresco.
28	Dulce de guayaba	Agradable dulce principal ingrediente la pulpa de la guayaba, azúcar y agua
29	Dulce de arvejas	Dulce consistente en alverjas secas, azúcar, huevos, vino dulce y canela molida al gusto.
30	Dulce de zapallo negro	Exquisito plato con zapallo negro, panela y canela se deja espesar la miel y se sirve.
31	Bocadillos blancos de maní	Son deliciosos pedacitos de dulce con maní, azúcar, anís, todo preparado en una paila.
32	Jashpes	O también llamados bocadillos de maní con panela.
33	Huevos de faltriguera	A base de panela, maní, chuno, guayaba, harina de maíz, entre otros productos, estos dulces son muy apetecidos sobre todo por los turistas.
34	Chimbos	Se preparan a base de chuno, huevo y azúcar. En una vasija se colocan los cuadritos y se remojan con miel. Servir fríos.
35	Dulce de toronches	Su elaboración consiste en desaguar los toronches en una paila preferente de bronce: hacer un almíbar con el azúcar y añadir los toronches y esperar que de punto. Se puede añadir piña para mejorar el sabor. Tostar la canela con el clavo de olor y moler.
36	Torta dulce	Este dulce muy conocido es elaborado a base de arroz (remojado); panes de dulce rallado, queso, mantequilla, huevos, clavo de olor molido, vino tinto dulce, coco rallado y azúcar al gusto. Se sirve caliente.
37	Gelatina de carnes	Es un delicioso y nutritivo dulce a base de carne de ternero, hueso blanco, nuca de borrego, pollo, pichones de paloma, huevos, azúcar y vino dulce.

38	Chicha de maní	Una reconocida bebida elaborada con maní tierno, panela, agua y albahaca negra.
39	Alfeñiques	Se elaboran con su principal ingrediente el maní tostado y chancado, se agrega panela y agua.
40	Miel con cuajada	Es un exquisito aperitivo preparado con panela y cuajada.
PANES Y PASTELES		
41	Pan de huevo	Es un elemento cotidiano elaborado con harina, levadura granulada, huevos, sal, azúcar, mantequilla, manteca de chanco y agua tibia. Meter al horno precalentado a temperatura moderada.
42	Cemas	Deliciosa preparación de harina integral, harina refinada, agua tibia, azúcar, huevos, manteca, mantequillas, levadura, sal.
43	Pan de molde	Es una variación de la receta de pan casero, enriquecida con leche, mantequilla, manteca de chanco, levadura granulada, harina y un poco de azúcar; hay que hornear en un molde de cake alargado para darle la forma característica.
44	Pan de queso	Esta deliciosa preparación es a base de harina, mantequilla, huevos, azúcar, leche y queso; colocar en pequeños moldes la preparación y hornear.
45	Pastel de queso	Es un postre elaborado con harina, queso además: Huevos, azúcar, canela, clavo de olor, pasas, vino tinto y polvo para hornear.
46	Bizcochuelos	Es un tipo de masa esponjosa empleada en repostería. Sus ingredientes básicos son el chuno, los huevos criollos, harina, polvo de hornear, Mallorca, naranja, azúcar y la sal.
47	Biscochuelillos	Esta exquisita preparación consiste en maíz blanco (molido y cernido), azúcar. Colocar la masa en moldes pequeños y hornear. Fríos se bañan con merengue preparado con las claras de huevo y azúcar.
48	Carmelitas	Delicioso aperitivo de forma de galletas; preparada con chuno, mantequilla, azúcar, panes crudos de sal.

49 Empanadas de cambray	Son tradicionales empanadas horneadas, elaboradas con maíz blanco seco, manteca de chanco, canela molida, azúcar, queso o carne para el relleno.
50 Roscas	Exquisito aperitivo con sus ingredientes como harina, azúcar, huevos, manteca, mantequilla, levadura, polvo de hornear, sal y agua tibia. Al final de la masa, hacer tiras finas y enrosarla para darle forma finalmente hornear.
51 Rosquillas	Típico dulce consiste en harina, mantequilla, huevo, levadura y azúcar para el baño. Con la masa formar rosca y hornear.
52 Tortillas de maíz	Las tortillas de maíz blanco, panela, huevos, manteca de chanco y limón horneadas son un gran atractivo de la zona.
53 Queso Criollo	Para preparar el delicioso queso criollo se utiliza leche recién ordeñada en un recipiente a través de un cedazo, se coloca la pastilla de cuajo y se deja reposar por un lapso de 10 min. Posteriormente se separa de forma manual la parte sólida de la líquida (suero), la porción cuajada se la muele mezclándola con sal, y se la amasa hasta que quede compacta. Finalizando se coloca la preparación en moldes de madera para ser prensados, hasta quedar listos para el consumo y comercialización.
54 Mallorca o Aguardiente	Es el aguardiente con anís, caldo de gallina criolla, caldo de pata de res, jugo de piña y jugo de manzana. Además tenemos el aguardiente en dos versiones, el uno de barril de roble y el otro macerado con pasas y frutas (uva, manzana y/o cáscara de manzana)

Fuente: SABORES Y SABERES DE LA COCINA ZARUMEÑA

3.7. Beneficiarios del trabajo de investigación

La realización del trabajo de investigación tiene la finalidad de atraer de a los visitantes de la provincia de El Oro, y de esta manera los mismos visitantes difundan todos los servicios y recursos que tiene Zaruma, motivando el reconocimiento a nivel nacional.

El Mercado objetivo serán los pobladores de cantón además los turistas que acuden hacia Zaruma, al cual se desea llegar con la propuesta de investigación.

Los actores de esta actividad serían:

- Empresarios, autoridades y ONG's que participan activamente en el turismo gastronómico.
- Organismos promotores de cultura.
- Organizaciones no gubernamentales.
- Promotores de viaje independientes.
- Empresarios de espectáculos.
- Transportistas.
- Guías de turistas.
- Agencias de viajes.

Para obtener una conclusión más acertada se han analizado varios factores que intervienen directa o indirectamente en el desarrollo del presente trabajo y se han aplicado diversas técnicas de recolección de datos para resultados más objetivos.

De acuerdo a la encuesta aplicada y el nivel de aceptación que tienen los pobladores y visitantes de Zaruma referente al tema de investigación enfocándose a la oferta gastronómica local de la ciudad es bastante elevada, por ello gracias a este plan, no solo los pobladores del área urbana y área rural de la ciudad de Zaruma se verán beneficiados, sino también los pobladores de cantones aledaños como Piñas y Portovelo, ya que esto incrementará el poder adquisitivo de los moradores, su nivel de economía, avances en el sector y emprendimientos de negocios referidos al turismo gastronómico; con el capital alcanzado permitirá, optimizar y adecuar la infraestructura y planta turística, permitiendo la llegada de cada vez más visitantes y se encuentre en óptimas condiciones para albergar un gran número de viajeros.

Beneficios al aplicar el desarrollo de la actividad gastronómica:

- Promover altos estándares de calidad en los servicios turísticos gastronómicos.
- Impulsar una política de seguridad alimentaria con la finalidad de proporcionar una satisfactoria experiencia gastronómica a los visitantes.
- Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística gastronómica.
- Estimular el profesionalismo a los prestadores de servicios turísticos gastronómicos
- Facilidades en el financiamiento y la inversión público – privada en proyectos con potencial turístico gastronómico.
- Fomentar mayores niveles de inversión para emprendedores y prestadores de servicios turísticos gastronómicos.
- Brindar capacitación en relación a orientación financiera para el desarrollo de proyectos turísticos gastronómicos.

CAPÍTULO IV

4. LA PROPUESTA

4.1. Influencia de la gastronomía como oferta turística

El Turismo es la acción de descubrir, disfrutar y conocer; para un incremento positivo del desarrollo turístico tenemos el turismo gastronómico donde existen platos típicos elaborados que remarcan la identidad, se origina la venta de un producto alimenticio, se desarrolla una economía local, se promueve la cultura e identidad de una región; es indiscutible desconocer a la gastronomía como actividad esencial del turismo pues se encuentra entre necesidades del turista durante su viaje; a través de ella se descubre el placer que produce, lo nuevo, lo desconocido y lo delicioso; la gastronomía mantiene un importante valor en el desarrollo turístico. Lo que une al turista más íntimamente es saborear la comida del lugar visitado. A su regreso al lugar de origen, el turista tiene el deseo de relatar a sus amistades su experiencia gastronómica entre los platos que saboreó y disfrutó. La gastronomía de cada región, es un medio para involucrarse en la vida y costumbres de los habitantes.

El turismo es una eficiente actividad del desarrollo económico, genera empleo, mejora las infraestructuras, impulsa entre otras actividades productivas, revaloriza los recursos autóctonos. Su desarrollo tiene por objetivo apoyar el mejoramiento de la calidad de vida de la población y la sostenibilidad económica de las áreas protegidas y sus recursos. Para un incremento positivo del desarrollo turístico tenemos el turismo gastronómico donde existen platos típicos elaborados que recalcan la identidad, promueve la cultura e identidad de una región, con el desarrollo de la una economía local, la venta de un producto alimenticio.

En los últimos años el turismo gastronómico ha crecido considerablemente y se ha convertido en una oferta turística más dinámica y creativa. Tanto las empresas como los destinos son conscientes de la importancia que tiene la gastronomía para diversificar el turismo y estimular el desarrollo económico; es una forma de hacer turismo y la gastronomía del sitio visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita; es una nueva opción de aventura, no sólo dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs o gourmets. Más bien, está enfocado a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria probar cosas nuevas, explorar sabores.

Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como visita de mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de los lugareños, etc. Es importante señalar que las motivaciones son esenciales para comprender el turismo gastronómico pues la mayoría de los visitantes cuando viajan recurren a los restaurantes para satisfacer las necesidades fisiológicas básicas, es decir, la necesidad de alimentarse para sobrevivir. Se identifican cuatro tipos de motivaciones gastronómicas asociadas al turismo a las que denominan de tipo físico, cultural, interpersonal, de status y de prestigio.

Motivaciones físicas: se encuentran asociadas al hecho de que el acto de comer es algo natural para el ser humano y que la comida despierta los sentidos y provoca variadas sensaciones.

Motivaciones culturales: La alimentación ha sido desde siempre un elemento clave de la cultura de cada sociedad y cada vez más los visitantes ven a la gastronomía como una posibilidad de conocer mejor un lugar. Involucra el acto de probar los platos que atrae a los visitantes y el hecho de poder conocer ritos y hábitos asociados a la gastronomía de un pueblo; este tipo de visitantes quieren conocer los ingredientes, las formas de sazonar, la historia subyacente, etc. La experiencia se ve complementada con

la adquisición de productos típicos para llevar al lugar de residencia, conversar con los habitantes de la región, etc.

Motivaciones interpersonales: Hay muchas personas que prefieren realizar viajes individuales, otros en gran parte lo hacen en grupo y el acto de alimentarse es de gran importancia. Muchos visitantes consiguen disfrutar del acto de alimentarse en restaurantes, ferias gastronómicas y otras situaciones similares. El acto de comer fuera de casa tiene una función social realmente importante ya que, además de permitir estrechar relaciones entre los que viajan en grupo, puede crear nuevas relaciones e interacciones con otras personas.

Este tipo de turismo viene impulsado por la valoración de los modos de vida tradicionales, la conciencia ecológica y el contacto con la naturaleza. El turismo puede ser un importante incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes, con lo que se logra disminuir la migración rural.

4.2. Plan de promoción turística:

Para el desarrollo del turismo en la gastronomía sus estrategias tradicionales deben permitir articular la calidad, la variedad y la singularidad de los productos autóctonos. Entre acciones efectivas como estrategia es diseñar, planear y organizar la promoción gastronómica, que incidan en el crecimiento económico y turístico.

La elaboración de planes para establecer las pautas del desarrollo; en el ámbito de la promoción, se deduce la importancia de aprovechar la oportunidad que representa la gastronomía para la definición de una estrategia de imagen y marca de los destinos. En este sentido los factores clave son:

- El desarrollo de instrumentos de promoción -como las guías gastronómicas de calidad con credibilidad.
- Los medios de comunicación como el uso de internet y las redes sociales.

4.2.1. Diseño de la Estrategia

- *Promoción*

Tabla 8.

Diseño de estrategia de promoción

ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACCIONES	RESPONSABLES
- Promoción de venta	Informar y ofrecer la diversidad gastronómica que posee la ciudad de Zaruma.	Realizar promociones, por fiestas y descuentos especiales para incentivar al turista.	Departamento de Turismo
- Convenios en sitios web, operador de turismo y agencias de viajes.	Incluir los sitios gastronómicos como opción, al momento de la planificación del viaje.	Realizar tours con descuentos y promociones novedosas que incluyan la visita de lugares donde venden y elaboran los platos típicos	Departamento de Turismo

- **Publicidad**

Tabla 9.
Diseño de estrategia de publicidad

ESTRATEGIA	OBJETIVO	MÉTODOS	RESPONSABLES
1. Utilización de medios masivos	Mediante la utilización de medios masivos se da a conocer la diversidad gastronómica al mayor número de personas posibles	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades para TV. • Asesoría en agencia de publicidad. • Actividades para radio. 	Departamento de Turismo
2. Uso de internet	Utilización de la página web para que las personas conozcan la diversidad gastronómica	<ul style="list-style-type: none"> • Habilitar la página web que se encuentra publicada en el material de publicidad. • Crear una página Web mostrando imágenes de los platos típicos que conforma la gastronomía de Zaruma 	Departamento de Turismo
3. Utilización de medios alternativos	Despertar el interés en los ciudadanos	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de las vallas publicitarias. • Elaboración de revista gastronómico 	Departamento de Turismo
5. Participación en ferias de turismo y gastronomía	Brindar la información acerca de la Oferta gastronómica a turistas nacionales y extranjeros	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar ofertas a los ciudadanos 	Departamento de Turismo

Marca:

Para efectos de este proyecto y después de analizar lo antes mencionado, se pretende elaborar una marca gastronómica, la cual expresa todo lo que implica la gastronomía del sitio: cultura, tradición, usos y costumbres; sin dejar de lado ingredientes, técnicas, platillos y demás elementos característicos y diferenciadores de la misma. La marca gastronómica debe contribuir con la comunicación/difusión que se tendrá. Debe de basarse o considerar la visión de la gastronomía que se quiere lograr.

Para el diseño de una marca gastronómica se debe de considerar:

- Colores
- Símbolo visual: Formas, Elementos, Ambientes relacionados con la cultura y el patrimonio gastronómico.
- Mensaje permanente

Con la creación de esta imagen se pretende representar el conjunto de símbolos e ideas que remitan al cantón Zaruma y sobre todo a su gastronomía; y por medio de esta imagen recordar a todos nuestras esencias gastronómicas y sobretodo su importancia y proyección.

Ejemplo de Marca gastronómica:



Figura 19: Ejemplo de marca gastronómica de Zaruma



Figura 20: Imágenes que representan a Zaruma

Promoción a través de vallas publicitarias:

Se colocarán vallas publicitarias en puntos estratégicos del cantón, por ejemplo al ingreso de la Provincia de El Oro e ingreso de la ciudad donde pasan varias cooperativas o carros particulares hacia otras ciudades, con el propósito de incentivar a la población.



Figura 21. Ejemplo de vallas publicitarias

Redes Sociales

Para la promoción de la variedad gastronómica del cantón Zaruma, se estima difundirlo a través de redes como Facebook, e Instagram, que son las más conocidas y utilizadas actualmente por la mayor parte de la población; a través de este medio brindarán información acerca de la ubicación, accesibilidad, infraestructura, horarios de

atención, entornos paisajísticos naturales y culturales, adicional a ello se registrará datos relevantes de la ciudad para que las personas se informen; principalmente se subirán fotos de platos típicos y los lugares donde podemos encontrarlos, para incentivar el gusto hacia la gastronomía como resultado de degustar estas delicias; además de ello para innovar y de la misma manera impulsar a la población a visitar Zaruma con el fin de probar la variedad de platos que ofrecen los habitantes de la ciudad; se organizarán tours que sean enfocados a la gastronomía, descuentos y promociones; de esta manera captará mayor cantidad de turistas.

Página web

En la investigación realizada se encontró material promocional que informa sobre páginas web de la ciudad, pero al momento de buscar no se encuentran habilitadas incluso en la página oficial de Gobierno Descentralizado de Zaruma hay la opción de Turismo Zaruma pero tampoco se encuentra habilitada. Al tener esta herramienta, se puede implementar la actualización de la página o la creación de una nueva página que contará con diferentes iconos y será fácil de manejar, la misma que mostrará la ubicación de lugares de venta de productos típicos, los horarios de atención, la gama de platos típicos que se ofrece, así como generalidades del cantón Zaruma, todo esto permitirá al visitante obtener una información previa del lugar, motivándolo a que visite la ciudad.



Figura 22. Ejemplo de diseño de Página Web

4.3. Presupuesto de Propuesta:

Tabla 10.
Presupuesto del Sitio Web

RECURSOS	VALOR
Diseño de Sitio Web x 12 meses	\$ 400,00
Plantilla para el sitio	\$ 100,00
Dominio y Hosting	\$ 100,00
Total	\$ 600,00

Tabla 11.
Presupuesto del Proyecto de Promoción

NOMBRE	COSTO MENSUAL
Televisión	\$ 3.750,00
Prensa escrita	\$ 1.500,00
Internet (publicidad online)	\$ 600,00
4 Vallas 14.65*4.27	\$ 200,00
Total	\$ 3.475,00

4.4. Análisis de impactos del proyecto

Se realiza una evaluación sobre los impactos que genera la ejecución del proyecto, con la aplicación del análisis se identifica los aspectos positivos y negativos que pueden ocasionar e interpretar el impacto que puede producir.

Los impactos que se detallan a continuación son análisis del impacto económico y social, los cuales representan mayor influencia en la propuesta.

4.4.1. Impacto Económico

Al tener como propuesta incluir la gastronomía típica como oferta turística local, que impulse el emprendimiento y el turismo gastronómico del cantón, manteniendo las tradiciones y costumbres de los pobladores.

No se han establecido presupuestos especializados en fomentar y difundir la gastronomía. Zaruma mantiene una alta variedad de platos típicos que no todos son promocionados, se pretende incluir a la gastronomía como oferta turística, para incentivar a saborear la exquisita gastronomía que pertenece a la ciudad.

Es importante mejorar las acciones que fomenten el turismo, siendo la gastronomía un elemento que permite apoyar, fortalecer y consolidar como un destino turístico; se concluye que la aplicación del proyecto trae beneficios en el aspecto económico; dado que con la implementación de estrategias promocionales traerá consigo reconocimiento nacional e internacional posterior a ello genera fuentes de trabajos de forma directa e indirecta y con el aumento de la demanda turística se produce un efecto multiplicador que involucra a que las familias zarumeñas que se dedican a la actividad turística-gastronómica y a otras familias que se sumen a la actividad, incrementando las ganancias económicas y a consecuencia mejoran su calidad de vida.

4.4.2. Impacto Social

Con la aplicación de esta beneficiosa propuesta en el cantón Zaruma, como impacto producirá el fortalecimiento de la gastronomía como oferta turística, con el posicionamiento de una mejor imagen; a consecuencia habrá mayor demanda de turistas, instalaciones adecuadas, organización, ambiente acogedor, y una buena atención; de lo analizado se puede destacar que tiene un impacto social positivo, trae beneficios y que como tal no existen desventajas.

A consecuencia de estos impactos los habitantes de Zaruma se benefician de tal forma que se relacionan dentro de un marco comercial y de emprendimiento de manera productiva y eficaz, ayuda a los restaurantes a mejorar su imagen y ofertar toda la gama de platos típicos que por años se han mantenido en los hogares zarumeños y por ende hay una mejora en la cordialidad del servicio que ofrecen, logrando que el turismo gastronómico de Zaruma se mantenga activo

Conclusiones

Zaruma es un cantón impresionante posee arquitectura con influencia neoclásica, su cultura se ve expresada en costumbres, tradiciones, exquisita gastronomía, inscrita en la lista indicativa de la UNESCO como ciudad elegible Patrimonio Cultural de la Humanidad. Se destaca a Zaruma como una ciudad con gente impulsadora y trabajadora, que se están esforzando por incluir al turismo como una actividad laboral primordial, con la finalidad de contribuir a la economía de la zona y a su bienestar.

Este proyecto tuvo gran acogida por la importancia que se da a la gastronomía de la localidad. Se determina que la gastronomía tradicional es un eje principal para el desarrollo de la actividad turística en el cantón Zaruma convirtiéndose en un imán para el turismo nacional e internacional que gusta de la comida típica.

En relación al diagnóstico, se determinó que existen platos típicos que son elaborados con productos de las zona agrícola del cantón, razón que permite promocionar la comida típica para fortalecer el turismo gastronómico de la zona y de esta manera los población zarumeña tengan la amplitud de emprender más negocios y mejorar cada vez sus servicios e instalaciones.

El proyecto tiene como fin dar a conocer las formas de promoción incluyendo gastronomía como oferta turística local del cantón Zaruma, el cual permite aumentar las preferencias gastronómicas de los visitantes y habitantes de tal forma que se posea la variedad típica gastronómica.

Recomendaciones

Que la presente investigación se aplique para explotar al máximo los beneficios que puede entregar el conocimiento de la gastronomía a través de las promociones.

Contribuir en divulgar la gastronomía local y explotar al máximo sus beneficios económicos para el sector.

Las entidades provinciales y municipales deben incrementar y mejorar la información turística, para conocer sus especialidades gastronómicas, promoviendo estrategias adecuadas para su difusión local, nacional e internacional.

Proponer un negocio con las personas que desarrollan la gastronomía típica como un paradero turístico para impulsar a la comida típica y servicios adicionales estimulando a una estabilidad económica generada por el emprendimiento.

Las autoridades locales deben dar mayor importancia al mantenimiento de acceso a las vías como entornos paisajísticos, señaléticas y al turismo gastronómico, considerando que es una actividad de desarrollo socioeconómico del cantón Zaruma, puesto que permite la creación de microempresas, generando fuentes de empleo y dinamizando la economía local.

Aplicar las estrategias promocionales para anunciar la gastronomía al público utilizando la publicidad, redes sociales y la página web de manera continua de tal manera lograr estar posesionados en la mente del consumidor sobre la comida típica y la información que se presente como novedades en promociones, anuncios, y tours.

Listado de Referencias

(2009, 07). *Se difundirá variada gastronomía zarumeña*. Diario opinión, pp. Obtenido de <http://www.diariopinion.com/comentario/verArticulo.php?id=56479>

(2014,02). Importancia de la gastronomía para promover el turismo. Laboratorio de gastronomía- Obtenido (2016) de: <http://gastronomia-el.espe.edu.ec/2014/02/importancia-de-la-gastronomia-para-promover-el-turismo/>

(2015, 12.). Presupuestos general de ingresos y gastos del GAD Municipal de Zaruma. Gobierno Autónomo Descentralizado de Zaruma. Obtenido de <http://www.zaruma.gob.ec/presupuesto-2016-2/>

Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Pearson Educación. Sánchez, J. C. (2012). Los métodos de investigación. Ediciones Díaz de Santos.

Capítulo II: Minería y Gastronomía. (2016). Zaruma.

Constitucional, T. (2008). Constitución de la República del Ecuador. *Quito-Ecuador: Registro Oficial, 449, 20-10*.

Desarrollo, S. N. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. *Quito, Pichincha, Ecuador*.

Di Clemente, E., Hernández, J., & López-Guzmán, T. (2014). *La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para*

Extremadura (Monográfico). Universidad de Extremadura, Universidad de Córdoba.

Diseño de la investigación cualitativa. (2008, Marzo 15). [Lectura en línea]. Obtenido de <https://explorable.com/es/disenio-de-la-investigacion-cualitativa>

Enfoque mixto. *Es.slideshare.net*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/mirsaid/enfoque-mixto-10341307>

Festival Gastronómico “Sabores de Zaruma”. (2016). *Gobierno Autónomo descentralizado de Zaruma*. Zaruma, Ecuador.

Generalidades de metodología de investigación. (2010, Junio 21). [Lectura en línea]. Obtenido de <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/HT4a.html>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). [Documento en línea]. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf

Lesur, L. (2009). Publicidad y Propaganda. México: Trillas. Línea]. Obtenido de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/1-Patrimonio-Alimentario-LUNES-21.pdf>

M. (2010). Guía Turística de la provincia de El Oro (2009 ed., Vol., pp. 102-112)- El Oro- Ecuador, Dirección Provincial de Turismo de El Oro.

M. (2010). Zaruma “*Ciudad Patrimonio*” (2010 ed., Vol.1, pp.-41). El Oro- Ecuador, Dirección Provincial de turismo de El Oro.

Medios de Comunicación Masiva 2/3 Medios Impresos. (2008). Obtenido de publicastblog: <http://publicastblog.blogspot.com/2008/10/medios-de-comunicacin-masiva-23-medios.html>

MINTUR, M. D. (2007). PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR “PLANDETUR 2020”.

Mundial-SECTUR, B. (2005). Evaluación Ambiental Estratégica del Sector Turismo en México. *Secretaria de Turismo, México DF.*

Oferta y demanda turística. *Ofertydeman.blogspot.com.* Obtenido de <http://ofertydeman.blogspot.com/>

Oliveira. (2008, Enero 23). *La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino.* [Documento en línea]. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717583012>

Patrimonio, M. d. (2013, octubre 23). *Patrimonio Alimentario.* . [Documento en Patrimonio. (2016). *Cocinaspatrimoniales.com.* Obtenido de <http://www.cocinaspatrimoniales.com/index-2.html>

Rivera, J. M., Bassotti, G., Chías, J., García, F., Quirola, D., Garcés, S., & Wiedemann, L. (2007). Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”.

Romero, M (2009). SABORES Y SABERES de la cocina zarumeña (ed., Vol. 1, pp.). Zaruma, Colección Jambelí, Serie Identidad Orense.

Apéndices

A. Formato de Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Tema: "INCLUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA, DEL CANTÓN ZARUMA, PROVINCIA DE EL ORO, COMO OFERTA TURÍSTICA LOCAL"

La siguiente encuesta tiene como finalidad saber de qué manera influye el reconocimiento de la gastronomía en la oferta turística del cantón Zaruma.

ENCUESTA ACERCA DEL CONOCIMIENTO TURÍSTICO Y GASTRONÓMICO DE ZARUMA

Sexo	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Edad	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Domicilio (ciudad)	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Nivel de Educación	ninguno		
	primario		
	secundario		
	superior		
	cuarto nivel		

1. ¿Qué tanto disfruta usted de hacer turismo en el país?

mucho		
considerablemente		
poco		
muy poco		

2. ¿Con qué frecuencia realiza paseos turísticos en el país?

muy frecuentemente		
frecuentemente		
regular		
casi nunca		

3. Cuando usted hace un paseo turístico ¿cuántas horas soporta viajar con tranquilidad hasta llegar a su destino?

1 hora o menos		
entre 1 y 2 horas		
entre 2 y 3 horas		
mas de 3 horas		

4. Cuando usted elige un sitio para comer en un paseo turístico, ¿cuál es el aspecto más importante según su criterio?

Precio		
Atención		

Sabor
Presentación
Ambiente

5. ¿Cuántas veces usted ha visitado el cantón Zaruma?

Nunca
1 vez
2-3 veces
Más de 3 veces

6. En caso que la respuesta anterior sea al menos de una vez. ¿qué es lo que mas te ha llamado la atención?

La infraestructura
Los paisajes naturales
La gastronomía
El trato de los habitantes
Las leyendas y costumbres
La historia

7. ¿Sabías que al cantón Zaruma se lo conoce como la ciudad del oro y del café siendo una ciudad de interés turístico, ciudad Patrimonio del Estado Ecuatoriano, poseedora de varios títulos relevando sus valores tangibles e intangibles?

SI
NO

8. ¿Cuál de los siguientes platos típicos reconoces como originario del cantón Zaruma?

"El tigrillo con café filtrado"
"La salprieda"
"El arroz mote con salsa de mani"
"El repe"

9. Los platos que se detallan en la siguiente lista son propios del cantón Zaruma. Marca los tres que mas llaman tu atención y quisieras probar:

Nombre	Ingredientes Básicos	
El Molloco	Plátano verde, huevo, queso, mani molido.	
Alverjas con cuero	Alverjas secas, guineos verdes, cuero de chancho, especerías.	
Arroz con carne chillpida	Arroz, huevos, carne, especerías.	
Manjar de leche	Leche, arroz molido y cernido(o maicena), azúcar	
El Tigrillo	Plátano cocido y molido, huevo cebolla y queso.	
Torta Dulce	Arroz (remojado), panes de dulce rallados, queso, mantequilla, huevos, clavo de olor, canela molida, vino tinto dulce, coco rallado y azucar al gusto	
Bizcochelos	Chuno, azúcar, huevos, harina, polvo de hornear, mallorca, naranja.	

10. ¿Qué valor de forma general estarías dispuesto(a) a pagar por degustar un plato típico de Zaruma?

entre US\$1,00 y US\$2,00		
entre US\$2,00 y US\$3,00		
entre US\$3,00 y US\$4,00		
Mas de US\$4,00		

11. A continuación te mencionamos otras actividades relacionadas al turismo que se pueden realizar en el cantón Zaruma. Elige 3 que te interesaría experimentar.

Turismo Cultural		
Turismo Gastrómico		
Turismo Religioso		
Turismo de Aventura		
Ecoturismo		

12. Luego de saber acerca de esta oferta turística ¿Estaría interesado en visitar el cantón Zaruma?

Muy interesado(a)		
Interesado(a)		
Me es indiferente		
Poco interesado(a)		

13. ¿Cómo prefiere usted estar al tanto de la oferta turística y gastronómica del canton Zaruma? Escoja al menos dos opciones

Revistas de oferta turistica		
Volantes		
Promocion en TV		
Promocion en Radio		
Internet (Página web, Redes sociales)		

B. Formato de Entrevistas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

**Tema: "INCLUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA, DEL CANTÓN ZARUMA,
PROVINCIA DE EL ORO, COMO OFERTA TURÍSTICA LOCAL"**

ENTREVISTA GENERAL		
DATOS DEL ENTREVISTADO		
NOMBRE		
PROFESION/OCUPACION		
CARGO		
INSTITUCION		
EDAD		
CUESTIONARIO	RESPUESTA	OBSERVACIONES
1. Según su criterio, ¿cuáles son los atractivos turísticos y culturales que incentivan a la población visitar el cantón de Zaruma?		
2. Según su criterio, ¿cuáles son los atractivos gastronómicos que despertarían interés en la población?		
3. ¿Considera que los atractivos turísticos antes mencionados formen parte de rutas turísticas diseñadas y cuáles ustedes desde su experiencia sugeriría?		
4. ¿Qué proyectos turísticos se han realizado en Zaruma y cuáles han sido sus resultados?		
5. ¿Usted considera que las vías para acceder al cantón Zaruma se encuentran en estado idóneo como para el lanzamiento de un proyecto turístico?		
6. ¿Considera usted que en el cantón Zaruma existen suficientes recursos logísticos, hospedaje y de alimentación para albergar un gran número de turistas?		
7. ¿Considera usted que las leyendas y costumbres del pueblo de Zaruma impulsarían el interés turístico del cantón?		
8. ¿Cuál es el potencial gastronómico que considera usted constituye la fuerza de Zaruma?		

C. Fotos de la Salida de Campo



Figura 23. Realización de entrevistas



Figura 24. Realización de encuestas



Figura 25. Asistencia en la Feria Gastronómica.



Figura 26. Aplicación de encuestas a visitantes.



Figura 27. Exposición de dulces típicos de Zaruma



Figura 28. Exposición de gastronomía típica de Zaruma



Figura 29. Turistas Degustando la gastronomía

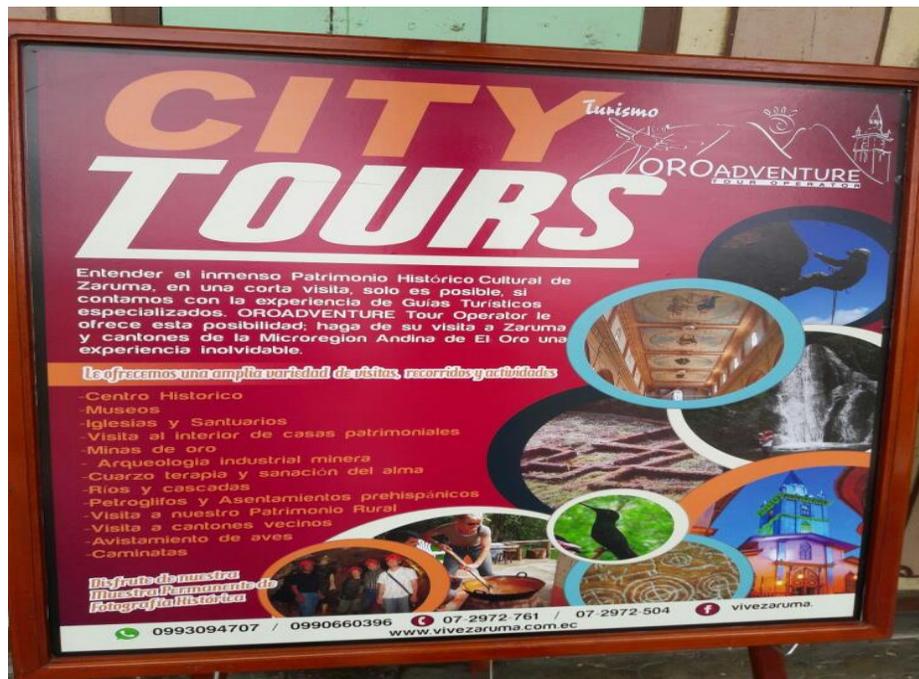


Figura 30. Tour que ofrece la ciudad de Zaruma



Figura 31. Visita a restaurante Zarumeño



Figura 32. Visita a restaurante Zarumeño



Figura 33. Visita a restaurante Zarumeño



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Cruz Feijoo Noelia Esthefanía, con C.C: # 0706472149 autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta para la inclusión de la gastronomía del cantón Zaruma, Provincia de El Oro, como oferta turística local** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

Cruz Feijoo Noelia Esthefanía

C.C: 070647214



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Propuesta para la inclusión de la gastronomía, del cantón Zaruma, Provincia de El Oro, como oferta turística local		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Cruz Feijoo, Noelia Esthefanía		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Nadia Roxana Acosta Ramírez		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	92
ÁREAS TEMÁTICAS:	Desarrollo de la cultura de servicio		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Gastronomía, inclusión, desarrollo, platos típicos, oferta turística local		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

La gastronomía del cantón Zaruma es una actividad que por su alto potencial influirá al desarrollo turístico. Con la intención de destacar lugares gastronómicos, sus platos típicos y de qué manera aportan para el crecimiento del sitio se crean estrategias que hagan posible una mejor promoción y difusión de los platos tradicionales. Una forma interesante de impulsar esto es a través de estrategias promocionales resaltando el tradicional arte culinario del cantón.

En este trabajo planteamos la inclusión de la comida típica como oferta turística del cantón Zaruma. Se realizará el análisis de los distintos lugares considerados turísticos gastronómicos con sus platos tradicionales zarumeños, de esta forma informar y direccionar al turista nacional e internacional los sitios donde son elaborados y expuestos al público, logrando potencializar el desarrollo turístico del cantón Zaruma, como efecto fortalece la tradición gastronómica, mantiene nichos de mercado, y sobre todo se

fortifica la economía y el nivel de vida siendo la población los involucrados y comprometidos a cuidar los recursos naturales y culturales con entusiasmo y responsabilidad.

Con este estudio se puede dar iniciativas a las organizaciones encargadas del desarrollo del cantón Zaruma; con la presentación de un exitoso análisis que favorezca el propósito de establecer un enfoque estratégico promocional y a su vez las autoridades competentes visualicen los beneficios que impulsa la modalidad gastronómica como oferta turística local.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2945554 / 0995134312	E-mail: noeli.23_18@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ing. José Medina Crespo	
	Teléfono: +593-4-3704160 ext. 10043.	
	E-mail: jose.medina@cu.ucsg.edu.ec	