



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING  
TURÍSTICO PARA LA GASTRONOMÍA DEL  
CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”**

Tesis previa a la obtención del Grado de  
Ingeniera en Administración Turística de  
la Universidad Nacional de Loja

**AUTOR:**

**MARCIA ENIDT PIZARRO MOROCHO**

**DIRECTORA:**

**ROCÍO DEL PILAR AGUILAR SALAZAR Mg. Sc**

**LOJA - ECUADOR  
2016**

## CERTIFICACIÓN

**Lic. Rocío del Pilar Aguilar Salazar Mg. Sc.**  
**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

### **CERTIFICA:**

Haber orientado, dirigido y corregido minuciosamente el trabajo de tesis titulada **“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA GASTRONOMÍA DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”** realizada por la postulante Marcia Enidt Pizarro Morocho. La misma que cumple con todos los requisitos del reglamento de graduación de la Universidad Nacional de Loja. Por lo tanto autorizo su presentación para la calificación y sustentación respectiva.

Loja 26 de enero del 2016



**Lic. Rocío del Pilar Aguilar Salazar Mg. Sc.**  
**DIRECTORA**

## AUTORÍA

Yo, Marcia Enidt Pizarro Morocho, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Marcia Enidt Pizarro Morocho

Firma: 

Cedula: 1104882103

Fecha: Loja 26 de enero del 2015

## CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS

Yo **Marcia Enidt Pizarro Morocho**, declaro ser autora de la tesis titulada **“PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA GASTRONOMÍA DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”** como requisito para optar al grado de; **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo **CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

La producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 27 días del mes de enero del dos mil dieciséis, firma el autor.

**Firma:**  .....

**Autor:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cedula:** 1104882103

**Dirección:** Loja

**Correo Electrónico:** marciapm@hotmail.es **Teléfono:** 0989136031

### DATOS COMPLEMENTARIOS

**Director de Tesis:** Lic. Mgs. Rocío del Pilar Aguilar Salazar

**Tribunal de Grado:**

**Presidente del tribunal:** Ing. Mgs. Patricio Enrique Villavicencio Cobos

**Vocal del tribunal:** Lic. Mgs. Karina Alexandra Morillo Ramón

**Vocal del tribunal:** Ing. Mgs. Marlene Patricia Mazón Paredes



## DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedico a:

A Dios, creador eterno y guía anegable de mi vida y por haberme permitido llegar a culminar unos de los objetivos planteados en mi vida con paciencia, fortaleza y perseverancia.

A mis queridos padres.

Luz Amelia y Miguel Ángel por haberme dado la vida, y gracias a sus consejos y valores inculcados durante mi infancia y adolescencia hoy se ve el resultado de aquella educación razón más que suficiente para dedicarles todo el esfuerzo de mi persona hacia ustedes mis queridos padres.

A mis hermanos

Cristian, Wilmer, Robinson y Anahí, por su apoyo incondicional, sus consejos y palabras que siempre estuvieron alentándome para seguir adelante.

*Marcia Enidt Pizarro Morocho*

## **AGRADECIMIENTO**

Después de la culminación del presente trabajo, quiero agradecer primeramente a mi Dios todopoderoso, a mi Virgencita del Cisne y al Divino Niño por haber iluminado mi camino y guiado mis pasos. Además quiero agradecer a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional, comprensión y confianza depositada en mi persona.

A la Universidad Nacional de Loja por ser una institución que forma profesionales comprometidos con la sociedad y sobre todo coadyuva a la solución de necesidades sociales.

A los docentes de la carrera de Administración Turística por su dedicación y comprensión en la formación profesional de los educandos, de manera particular a la Ing. Rocío del Pilar Aguilar Salazar en calidad de directora de tesis, quien con sus sabios conocimientos y experiencias me condujo a la cristalización del presente trabajo investigativo.

Al Ing. Luis Muñoz Silva jefe de Turismo de Saraguro por facilitar el levantamiento de la información del presente trabajo.

Finalmente quiero hacer efusivo el agradecimiento a mis amigos y amigas por sus consejos brindados y su apoyo en los momentos más difíciles, sin duda experiencias y anécdotas que quedan grabadas en la mente y corazón de cada uno de nosotros.

*Marcia Enidt Pizarro Morocho*

**1. TITULO**

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA  
LA GASTRONOMÍA DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE  
LOJA**

## 2. RESUMEN

El turismo, sin lugar a duda, es un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructura hotelera, vías de acceso, puertos y sobre todo, un atractivo de divisas para los países del mundo.

Ecuador cuenta con una variedad paisajística, fauna, flora, grupos étnicos, gastronomía y diversas formas de realizar turismo, ya sea de aventura, cultural, negocios, rural, comunitario, gastronómico, etc.

Dentro de la Región Sur del país se encuentra la ciudad de Loja, caracterizada por su gente amable, cuenta con 16 cantones los cuales poseen un gran potencial turístico, entre ellos tenemos al cantón Saraguro ciudad con muchos atractivos naturales, culturales y con una gran variedad gastronómica, llena de tradiciones y costumbres que el pueblo de Saraguro aún las mantiene, es por eso que es importante impulsar la promoción y difusión de la gastronomía del Cantón Saraguro, contribuyendo así al desarrollo turístico, para lo cual se ha planteado como objetivo general “Elaborar un Plan de Marketing para promocionar la gastronomía, contribuyendo así al desarrollo turístico y socioeconómico del Cantón Saraguro, Provincia de Loja”. Tres objetivos específicos: Realizar un Diagnóstico de la situación actual de la gastronomía del Cantón Saraguro, Provincia de Loja, Proponer un Plan de Marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro con el fin de posicionarla como uno de los principales atractivos turísticos de la región sur del país y Socializar el Plan de marketing con las autoridades del Cantón Saraguro.

Para dar cumplimiento al primer objetivo “Realizar un Diagnóstico de la situación actual de la gastronomía del Cantón Saraguro, Provincia de Loja” Se utilizó el método deductivo, descriptivo e histórico los cuales permitieron la recopilación de información veraz y precisa, obteniendo conclusiones particulares de la gastronomía del Cantón Saraguro; dentro de las técnicas que se utilizaron están; la observación directa, encuestas, entrevistas, análisis FODA, conjuntamente con las fichas de inventario de atractivos del Ministerio de Turismo.

En cuanto al segundo objetivo: “Proponer un Plan de Marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro con el fin de posicionarla como uno de los principales atractivos turísticos de la región sur del país”, se tomaron como base los resultados obtenidos en el diagnóstico efectuado en el primer objetivo, lo cual nos permitió conocer de manera más amplia como se está manejando la elaboración promoción y difusión de la gastronomía de Saraguro.

Para el cumplimiento del tercer objetivo: “Socializar el Plan de marketing con las autoridades del Cantón Saraguro”. Se ejecutó en base a 3 etapas:

Primera: Inicial (previa), a través de convocatorias, orden del día y presentaciones, las mismas que sirvieron para informar a las autoridades y población del Cantón Saraguro sobre el día y fecha de socialización.

Segunda: Ejecución, desarrollo, se realizó la presentación de la temática con el apoyo de material audiovisual.

Tercera: Resultados, se obtuvieron conclusiones y recomendaciones expuestas por parte de los asistentes.

Se concluye que el gobierno local no ha gestionado un financiamiento, para llevar a cabo diferentes talleres y proyectos que enfoquen el desarrollo turístico y gastronómico del Cantón en estudio, además no existe una adecuada formación hacia el personal que labora dentro de las empresas dedicadas a la gastronomía en cuanto a la atención y servicio al cliente, descoordinación por parte de los diferentes dueños de los restaurantes de Saraguro en cuanto al trabajo en conjunto para la debida promoción y difusión de la gastronomía y que el diseño de un plan de marketing permitirá difundir la gastronomía de Saraguro tanto a nivel local, nacional e internacional, herramientas que deben ir acorde a las tendencias actuales de mercado, permitiendo el desarrollo turístico del cantón en estudio.

Las recomendaciones necesarias fueron realizadas en base al resultado de la socialización del proyecto como son: Se recomienda Departamento de Turismo de Saraguro, que realice un diagnóstico periódico en cuanto a la gastronomía y una actualización de catastro en cuanto a servicios, que posee el dicho Cantón de tal forma que se pueda encontrar la información en el departamento del MINTUR, se recomienda al gobierno local designar un presupuesto para llevar a cabo diferentes talleres y proyectos que enfoquen el desarrollo turístico y gastronómico del Cantón en estudio, que ponga en práctica el Plan de Marketing con todas las herramientas y estrategias planteadas para que se optimice esta actividad y poder constituir a la gastronomía como un producto turístico de la localidad, además debe elaborar un plan de capacitación dirigido hacia a las personas vinculadas con el sector gastronómico con el fin de solventar problemas y brindar una correcta atención al cliente frente a un gran número de turistas.

## ABSTRACT

Tourism, undoubtedly, is a fundamental axis for economic recovery, job creation, local and foreign investment, the development of hotel infrastructure, roads, ports and above all, an attractive currency for countries of the world.

Ecuador has a variety of landscapes, fauna, flora, ethnic groups, food and perform various forms of tourism, be it adventure, cultural, business, rural, community, gastronomy, etc.

In the Southern Region of the country is the city of Loja, characterized by its friendly people, has 16 cantons which have great tourism potential, among them are the Saraguro canton city with many natural, cultural attractions and a variety gastronomy, full of traditions and customs that the people of Saraguro still keeps, that is why it is important to enhance the promotion and dissemination of the cuisine of Canton Saraguro, contributing to tourism development, for which it has raised overall objective "Develop a marketing plan to promote food, contributing to tourism and economic development of the Canton Saraguro, Loja Province". And three specific objectives: a diagnosis of the current situation of the cuisine of Canton Saraguro, Loja Province, Offer Marketing Plan for the cuisine of Canton Saraguro in order to position it as one of the main attractions of the southern region Socialize country and the marketing plan with the Canton Saraguro.

To comply with the first objective "will make a diagnosis of the current situation of the cuisine of Canton Saraguro, Loja Province" deductive, descriptive and historical method which allowed accurate collection of reliable information was used, obtaining specific findings Canton Saraguro gastronomy; within the techniques used are; direct observation, surveys, interviews, FODA analysis, together with attractive inventory records of the Ministry of Tourism.

As for the second objective: "To propose a marketing plan for the cuisine of Canton Saraguro in order to position it as one of the main attractions of the southern region," they were taken as a basis the results of the diagnosis made in the first objective, which allowed us to meet more widely as is managing the development and dissemination of promoting the cuisine of Saraguro.

To fulfill the third objective: "Socialize the marketing plan with the Canton Saraguro". It was executed based on 3 stages:

First: Initial (on), through calls, agenda and presentations, they were also used to inform the authorities and population of the Canton Saraguro on the day and date of socialization.

Second: Design, development, presenting the topic was conducted with the support of audiovisual material.

Third, results, conclusions and recommendations presented by the attendees were obtained.

We conclude that there is adequate training to members of companies dedicated to gastronomy in terms of care and customer service, existing uncoordinated by different owners of the restaurants in Saraguro as to work together in the Canton Saraguro for the proper promotion and dissemination of gastronomy and design a marketing plan allows you to spread gastronomy Saraguro at local, national and international level, tools must be in line with current market trends, allowing the development of tourism canton study.

The necessary recommendations were made based on the result of the implementation of the project such as: the Municipality of the Canton Saraguro must improve and strengthen the training to persons working with the hospitality industry aimed to solve problems and provide proper customer facing a large number of tourists, the owners of the different restaurants is recommended strategic alliances, work together to provide good customer service, disseminate and promote food, to attract more tourists both domestic and foreign to Canton Saraguro and finally to implement the Marketing Plan with all the tools and strategies proposed for this activity is optimized and to be gastronomy as a tourist product of the town.

### **3. INTRODUCCIÓN**

El sector turístico se ha convertido en uno de los actores importantes de la economía mundial, tanto por el nivel de riqueza que genera como por el empleo que proporciona.

El Ecuador es reconocido como uno de los países de mayor biodiversidad del planeta, digno de ser expuesto al turismo nacional e internacional, privilegiado por sus atractivos turísticos y la gran variedad de climas, flora, fauna, su exquisita gastronomía que encanta al turista, pues la gastronomía ecuatoriana representa un sector de relevancia en la economía nacional, desde el punto de vista turístico, cada vez más regiones encuentran en la alimentación un motivo de atractivo especial para los turistas, con interés en ampliar la cantidad de propuestas que pueden derivar en un circuito gastronómico o en una ruta alimentaria tomando de base las producciones locales.

El turismo al ser un potencial dentro del Ecuador, que genera divisas económicas y que permite el desarrollo de los pueblos, se considera necesario el poder aplicar una herramienta básica que permita la promoción de los recursos turísticos por medio de estrategias de un plan de marketing, ya que hoy en día el marketing se ha convertido en una herramienta e instrumento fundamental para alcanzar los objetivos de ciertas empresas y negocios turísticos que quieren ser identificadas en el mercado a través de herramientas muy accesibles, posibilitando un marketing sin fronteras y permitiendo el contacto con el consumidor los 365 días del año, las 24 horas del día.

En la Región sur del país encontramos la provincia de Loja que de alguna manera ha sido promocionada local y nacionalmente por medio de las estrategias de marketing aplicadas principalmente por el Ministerio de Turismo ya que otras empresas privadas inmersas dentro del turismo no lo han hecho, causando así la disminución de turistas y el interés de los mismos por explorar la provincia que es rica en cultura, gastronomía,



costumbres y tradiciones, para lo cual es necesario la creación de un buen plan de marketing que promocióne y posicione a Loja como un destino turístico.

La provincia de Loja posee un gran potencial turístico, pero a pesar de esto es una de las regiones poco desarrolladas turísticamente en el país, ya que existe desconocimiento de la riqueza natural, cultural y gastronómica, lo cual afecta en sí a la economía de las personas que se encuentran vinculados en el ámbito turístico, tal es el caso del Cantón Saraguro ubicado a 54 kilómetros desde la ciudad de Loja y a 150 kilómetros desde la ciudad de Cuenca, cuenta con una gran variedad de atractivos naturales y culturales, donde podemos realizar diferentes actividades turísticas tales como: turismo comunitario, ecoturismo, turismo rural, turismo gastronómico, etc. Este último no cuenta con un plan de marketing que difunda la gran variedad de platos típicos tales como: cuy asado con papas, tortillas de maíz, caldo de gallina criolla, chicha de jora,, wajango , entre otros, dejando a un lado el turismo gastronómico y generando la poca afluencia de turistas y visitantes que consuman los diferentes platos que en esta zona se produce.

Otro factor que afecta notablemente al turismo gastronómico es la aculturización por parte de ciertos habitantes, perdiendo sus costumbres y tradiciones de un pueblo indígena y ancestral dando como resultado el desinterés por seguir rescatando la cultura gastronómica que identifica a este pueblo de Saraguro.

Con estos antecedentes y en base a un sondeo realizado se pudo evidenciar que el problema existente en el Cantón Saraguro es: “La Falta De Un Plan De Marketing Turístico Para La Gastronomía Del Cantón Saraguro, Provincia De Loja” generando el desconocimiento de la gastronomía por parte de los turistas que visitan el Cantón Saraguro, entonces, con la propuesta de este plan de marketing se fortalecerá el

turismo gastronómico, se generará nuevas fuentes de empleo y mejorará la economía de sus habitantes.

El presente estudio se respalda a través de la justificación económica ya que con la propuesta de este proyecto se generaran nuevas fuentes de empleo, a través de la llegada de nuevos turistas mejorando así, los ingresos sus habitantes y favoreciendo el desarrollo económico del cantón en estudio.

En cuanto a la justificación social se pretende involucrar diferentes comunidades del Cantón Saraguro con el fin de mejorar su calidad de vida rescatando sus costumbres y tradiciones en lo que respecta al turismo gastronómico ya que forman parte de un gran valor histórico y trascendental de nuestra provincia, región y país.

La justificación turística la presente investigación servirá como aporte al desarrollo turístico, ya que con la ejecución del proyecto se evidenciará el potencial gastronómico que posee el Cantón Saraguro teniendo una gran acogida por parte de los turistas que visitan dicho sector.

Para la ejecución del proyecto fue necesario plantearse un objetivo general que consistió en: “Elaborar un Plan de Marketing para promocionar la gastronomía, contribuyendo así al desarrollo turístico y socioeconómico del Cantón Saraguro, Provincia de Loja”.

Además se planteó tres objetivos específicos, Realizar un Diagnóstico de la situación actual de la gastronomía del Cantón Saraguro, Provincia de Loja, Proponer un Plan de Marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro con el fin de posicionarla como uno de los principales atractivos turísticos de la región sur del país y Socializar el Plan de marketing con las autoridades del Cantón Saraguro.

Los resultados obtenidos se comprobaron mediante la ejecución de los tres objetivos específicos: con el levantamiento de información para el diagnóstico turístico de la situación actual de la gastronomía del Cantón

Saraguro se identificó los diferentes platos y bebidas típicas con las que cuenta el pueblo de Saraguro, las tradiciones y costumbres que tienen al momento de preparar los alimentos ; con la propuesta del plan de marketing se pretende posicionar a la gastronomía como uno de los principales atractivos turísticos de la región sur del país, proponiendo dos objetivos estratégicos los mismos que consisten en realizar un plan publicitario y de promoción que contribuya a lograr un adecuado posicionamiento de la gastronomía de Saraguro en el mercado, además de elaborar un plan de capacitación dirigido al personal que labora en los restaurantes del Cantón con el fin de contribuir al buen servicio y atención cliente. De igual manera se efectuó la socialización sobre la propuesta del Plan de Marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro, dicho evento se ejecutó en el salón social del Municipio de Saraguro.

El proyecto contempla una amplia gama de alcances de crecimiento para el turismo en Saraguro ya que al contar con potencialidades turísticas como atractivos naturales, culturales, fiestas religiosas, variedad de gastronomía y al no estar consolidada una oferta turística, se puede promocionar su gastronomía tanto a nivel nacional como internacional, posicionando a Saraguro como uno de los atractivos turísticos más sobresalientes de la Región Sur del país.

Durante el desarrollo y ejecución del proyecto se obtuvo algunas limitaciones como la falta de colaboración por algunos habitantes de Saraguro involucrados al sector gastronómico, las condiciones climáticas y la escasa información para elaborar las fichas de cada plato típico.

## **4. MARCO TEÓRICO**

### **4.1. Marco Conceptual**

#### **4.1.1. Turismo**

Se suele definir al turismo como una actividad multisectorial que requiere la recurrencia de diversas áreas productivas como agricultura, construcción, fabricación y de los sectores públicos y privados para proporcionar bienes y servicios utilizados por los turistas. (Raya, 2007)

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo, agencia de la ONU) el turismo comprende todas las actividades realizadas por las personas durante sus viajes a lugares diferentes de su residencia habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año y para ir de vacaciones, trabajar u otras actividades.

#### **a. Atractivos Turísticos**

Según el PLANDETUR 2020 los atractivos turísticos son: “recursos turísticos que tengan elementos capaces para la explotación del turismo, esto es, asignados al menos con accesos y preferiblemente con servicios básicos

Otra definición la establece la metodología de Inventarios Turísticos del MINTUR y es la siguiente: Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.

#### **4.1.2 Gastronomía**

La Universidad de Oxford University define a la gastronomía como un conjunto de conocimientos y actividades relacionadas con la comida concebida casi como un arte.

Según Brillat Savarin defino a la gastronomía como el conocimiento razonado de cuanto al hombre se refiere en todo lo que respecta a la alimentación. Tiene por objeto velar por la conservación del hombre empleando los mejores alimentos.

#### **a. Tipos de Gastronomía**

**“Gastronomía frugívora:** En ella se disfruta del consumo de frutas. Aunque se debe estar comiendo constantemente por que ellas se digieren demasiado rápido.

**Gastronomía naturista:** Es la que provienen todos sus productos de la naturaleza, sin que se le añadan ningún tipo de conservantes u otros componentes. Como lo son las carnes, verduras y frutas.

**Gastronomía vegetariana:** En la cual no se consume ningún tipo de carne y derivados. Solo consumen verduras y frutas.

**Gastronomía macrobiótica:** Esta se basa en la búsqueda del equilibrio del ser humano, los alimentos se dividen en ying que son alimentos pasivos y el yang que son los alimentos activos, se encuentran carnes, verduras, frutas, granos y frutas.

**Gastronomía nacional:** En esta depende del país ya que cada uno varia sus recetas nacionales.

**Gastronomía internacional:** Es la que encierra la preparación de platos típicos de diferentes países.

#### **b. Gastronomía en Ecuador**

La gastronomía del Ecuador es una variada forma de preparar comidas y bebidas hechas en dicho país, que se ve enriquecida por las aportaciones de las diversas regiones que componen el mismo. Esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales costa, sierra,

oriente y región insular o Galápagos con costumbres y tradiciones diferentes.

Los distintos platos típicos y los ingredientes principales varían en función de estas condiciones naturales. La cocina española está fuertemente influida a lo largo de su historia por los habitantes originarios de la zona, así como de pueblos que conquistaron su territorio (incas y españoles), además de muchas influencias extranjeras, principalmente de países vecinos de Latinoamérica

La comida ecuatoriana es también conocida (dentro del país) como “comida criolla” o “comida típica”, y es muy común ver entre sus platos al Churrasco que se sirve con una buena ración de arroz, acompañado de dos huevos fritos, se trata de un plato muy fuerte pues también se acompaña con papas fritas y ensalada de verduras. La influencia española logró que animales como el cuy fueran apartados de la dieta para reemplazarse por la carne de res, o de cerdo. Pero todavía se preparan platos así, en la parte de la Sierra ecuatoriana podrás encontrar cuy asado, que es considerado un plato fino de la región.

### **c. Turismo Gastronómico**

El turismo gastronómico se presenta como una nueva opción para adentrarse en el mundo de los sabores y el cual esta dirigido tanto a personas conocedoras del arte del buen comer (chefs o gourmets) como a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria.

Entre las actividades que contempla este sector se encuentran la asistencia a restaurantes donde se sirven platillos típicos, visita a mercados y tiendas de venta de productos alimenticios, observar o incluso cocinar en una de las casas de los lugareños así como la participación en fiestas locales donde la comida es uno de los invitados principales”. (Turismo gastronómico, 2015)

### **4.1.3 Marketing**

La palabra marketing se deriva del inglés “market” que en español significa mercadeo, es un concepto que parece ya definitivamente incorporado al lenguaje empresarial y comercial cotidiano, aunque no siempre tiene el mismo significado o alcance para todos.

El marketing un conjunto de técnicas que orientadas a anticipar, identificar y satisfacer las necesidades del consumidor, facilitan el logro de los objetivos empresariales de forma rentable.

En el mercado existen dos partes: la oferta que concibe, produce y vende productos o servicios y la demanda que compra y consume esos productos o servicios, la función del marketing es poner en contacto estas dos partes y debe facilitar el intercambio entre ellos de forma satisfactoria y rentable para ambos.” (Altes Machin, Marketing y Turismo, 2006)

#### **a. Marketing Turístico**

El marketing turístico permite conocer y comprender el mercado para llegar a formar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada y capa de conseguir clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio turístico.

Es la parte del marketing encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico. Para ello, deberá estudiar al consumidor turístico y sus necesidades y deseos. Además, deberá conocer las características de los mercados y los entornos que rodean a las empresas y organizaciones del sector turístico y las estrategias y acciones del marketing a aplicar para el aprovechamiento, diseño, creación, distribución y comunicación de productos y servicios turísticos, de manera que satisfagan al turista mejor que sus competidores y así conseguir los objetivos de la rentabilidad. (López López, 2012)

## **b. Producto Turístico**

Es ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas y las segundas las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida y al valor social frente a grupos de referencia.

En base al libro Marketing y Turismo considera que: Un producto turístico es una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones. (Altes Machin, 2006).

El producto turístico es una propuesta de viaje estructurada desde los recursos, a esta se incorporan servicios como transporte, alojamiento, guías de viajes, entre otros (Chías, 2003). Cada producto debe reunir como requisito tres atributos fundamentales: atractivo, facilidades y accesibilidad. (Ecuador, 2015)

## **c. Instrumentos del Marketing Turístico**

En este concepto se explica que la gestión del marketing presenta dos dimensiones: la estratégica y la operativa.

***El marketing Estratégico:*** se refiere a la orientación de la empresa a mantener o aumentar sus ventajas competitivas; esto lo hará mediante objetivos y estrategias orientadas al mercado, tales como investigación de mercados, segmentación de mercados, análisis de competencia, etc.

***El marketing Operativo o Marketing Mix:*** está orientado al diseño y ejecución de todas las acciones concretas que la empresa debe llevar a cabo para la consecución de las estrategias previamente planteadas. Para diseñarlas, la empresa dispone de unos instrumentos básicos que combinados adecuadamente permiten conseguir los objetivos previstos. Estos instrumentos son los elementos del marketing mix, las denominadas 4 Ps de McCarthy. (López López, 2012)



- **Producto:**

En lo que respecta al producto las acciones prácticas a realizar pueden agruparse en cinco áreas:

**Lanzamiento:** de productos o líneas de productos completamente nuevos para la empresa.

**Reposicionamiento:** de los productos existentes mediante acciones que impliquen la incorporación de modificaciones al producto en sí.

**Mejoras y Modificaciones:** de los productos existentes que no impliquen un cambio en la percepción básica que tienen los consumidores de los mismos; es decir que no se produzca el reposicionamiento del producto: adición de nuevos ingredientes, variación en la configuración de servicios.

**Reducción De Costes:** mediante acciones debidamente planificadas que coloquen al producto en posición de competir mejor en el mercado.

- **Precio**

Desde el punto de vista del marketing las empresas no venden solo unos productos, sino también satisfacciones, en las que el precio representa solo un componente a tomar como referencia, aunque de gran importancia, es el valor que la empresa asigna sus productos y que será comparado por el cliente con los niveles de calidad que el identifica como correctos.” (Universidad Austral de Chile Escuela Administración Empresas de Turismo)

El precio refleja cuantitativamente una serie de evaluaciones subjetivas hechas por el comprador y por el vendedor que conciernen al valor del dinero intercambiado.

El precio para el comprador es el importe que tiene que abonar por la adquisición o utilización de un producto o servicio. Cada cliente realiza un proceso de estimación de los precios de los productos basándose en sus conocimientos, en sus influencias culturales y de consumo, en definitiva en su propia experiencia.

A través de este proceso cataloga los productos como caros o baratos, incluso en el caso de que objetivamente este precio no se corresponda con su apreciación personal. El precio para la empresa es el ingreso unitario derivado de la venta de un bien o servicio y, en consecuencia, refleja la capacidad de rentabilizar la actividad de la empresa.

Entre los diferentes objetivos potenciales que una empresa turística puede perseguir con su política de precios se encuentran los siguientes:

- Recuperar las inversiones (rentabilidad sobre capital invertido)
- Maximizar beneficios largo plazo.
- Maximizar beneficios corto plazo.
- Crecimiento de ventas y beneficios.
- Estabilizar los precios de mercado.
- Mantener acuerdos sobre precios.
- Mejorar la imagen de la empresa.
- Recuperar con interés los costes de introducción y desarrollo.

Los precios se fijaran en función a la estructura de costos de la empresa, a los precios de la competencia, a la recuperación de los clientes y los resultados económicos esperados por el empresario. (Iglesias Tovar, 2008)

- **Plaza o Distribución**

En base al libro Marketing Mix, Concepto Estrategia y Aplicaciones menciona que la plaza o también denominada distribución “Es la estructura interna y externa que permite establecer el vínculo físico entre la empresa y sus mercados para permitir la compra de sus productos o servicios.

En resumen este elemento persigue colocar de la forma más eficiente posible el producto o servicio al alcance de los consumidores o usuarios con el fin de que estos tengan mayores oportunidades a lo hora de comprarlos o adquirirlos. (Diaz De Vega, 2014)

- **Promoción**

Son las actividades que realiza la empresa mediante la emisión de mensajeros que tienen como objetivos dar a conocer sus productos, servicios, y ventajas competitivas con el fin de provocar la inducción de compra entre los consumidores y usuarios.

Dentro de este elemento se plantean dos objetivos:

**Informar:** distribuir información, dar a conocer la existencia del producto, ganar exposición de marca, eliminar barreras de comunicación entre la empresa y sus consumidores o usuarios crear imagen de marca, etc.

**Crear inducción de compra:** comunicar las potencialidades de los productos y servicios para satisfacer determinados deseos y necesidades. (Soriano Soriano, 2011)

#### **d. Plan de Marketing**

El plan de marketing debe servir para establecer, en función de diferentes tipos de análisis, secuencias de actuaciones que la empresa deberá realizar dentro de un proceso ordenado que guarde la máxima coherencia. La razón más importante que apoya la elaboración de planes de marketing es prever las acciones de la empresa frente a sus competidores con el fin de presentar alternativas válidas en todo momento, lo cual permite optimizar los recursos de que dispone la empresa y ajustarse mucho más a sus propias limitaciones y a los condicionantes de ese entorno.

#### **e. Elementos de un Plan de Marketing**

La base de un Plan de Marketing tiene una serie de imprescindibles para que tenga éxito:

**Análisis:** en base a todo y todos, es decir, iniciando en la Investigación y terminando en él, se realiza una escrupulosa estudio de aquellos elementos que perturban a la estrategia de las empresas. Desde aquellos

elementos externos como el ambiente de los mercados hasta los elementos internos como el escenario de la empresa. Se colocan en valor los resultados para poder conseguir una herramienta a la hora de tomar decisiones. Los datos servirán como soporte de las acciones a realizar.

**Planteamiento de Objetivos:** Los objetivos en un plan de marketing, son la base que argumentan las estrategias, y merece la pena definirlos de manera detallada y muy razonada. Los objetivos deben ser específicos porque basados en ellos estarán las estrategias y planes a llevar a cabo.

**Segmentación:** Se debe tener muy claro quien o quienes son los actuales o potenciales clientes/usuarios/buyers/ objetivos de cada empresa. En la medida en que seamos capaces de segmentar, dividir y delimitar con la mayor precisión a quien nos dirigimos, la efectividad en las acciones planteadas será mucho mayor.

**Adaptación y flexibilidad:** De todas las operaciones a realizar en aquellos objetivos que se han segmentado antes. Hoy en día se puede acceder a todo ya sea en el mundo físico o en el virtual, y es fundamental para conseguir el éxito, que las acciones que se lleven a cabo estén personificadas en la mayor medida posible, porque eso acercará a los objetivos planteados y permitirá establecer medidas correctoras en un breve espacio de tiempo si es necesario. Por supuesto esto proporcionará otro de los factores más importantes, que es diferenciación sobre la competencia.

**Planificación:** Es la que permite llevar a cabo la correcta ejecución de las campañas y acciones en cada una de ellas teniendo tiempo y margen de reacción en caso de que sea necesario. (Diaz De Vega, 2014)

Para las autoras Carmen Ojeda y Patricia Mármol en su libro Marketing Turístico citan como elementos del plan de marketing los siguientes:

**Los objetivos comerciales:** Se definen después de realizar los estudios e investigaciones pertinentes (análisis de la situación interno y externo)

**Las políticas comerciales:** Deben estar en consonancia con la política general de la empresa, que según los objetivos previamente fijados definen la actividad y ejecución empresarial.

**Las acciones a ejecutar por la empresa:** Estarán programadas según el tiempo establecido para el plan el marketing y evaluadas desde el punto de vista financiero.

**Los mecanismos de control:** Se deben establecer según las decisiones comerciales aprobadas y las posibles desviaciones de los objetivos (Ojeda García & Mármol Sinclair, 2012)

#### **f. Finalidades de un Plan de Marketing**

**Descripción del entorno de la empresa:** Permite identificar el mercado, sus competidores, código vigente, condiciones económicas, situación tecnológica, demanda prevista, etc., así como los recursos disponibles para la empresa.

**Control de la Gestión:** Pronostica la posible planificación, cambios y los desvíos necesarios para superarlos, permitiendo encontrar nuevas vías que lleven a los objetivos deseados. Asiente así, ver con claridad la diferencia entre lo planificado y lo que realmente está sucediendo.

**Alcance de los objetivos:** La programación del proyecto es sumamente importante y, por ello, todos los implicados han de comprender cuáles son sus responsabilidades y como encajan sus actividades en el conjunto de la estrategia.

**Captación de recursos:** De hecho, es para lo que se usa el Plan de Marketing en la mayoría de las ocasiones.

**Optimizar el empleo de recursos limitados:** Las investigaciones efectuadas para realizar el Plan de Marketing y el análisis de las alternativas estratégicas estimulan a reflexionar sobre las circunstancias que influyen en el proceso a desarrollar y sobre los eventos que pueden aparecer, modificando ideas y los objetivos previos.

**Organización y temporalidad:** En cualquier proyecto es fundamental el factor tiempo, casi siempre existe una fecha de terminación que debe ser respetada. Es, por ello, importante programar las actividades de manera que puedan aprovecharse todas las circunstancias previsibles para llevar a cabo el plan dentro de los plazos fijados. La elaboración del plan intenta evitar optimizar una parte del proyecto en deterioro de la optimización del conjunto.

**Analizar los problemas y las oportunidades futuras:** El análisis detallado de lo que se quiere hacer mostrará problemas en los que no se había pensado al principio. Esto permite buscar soluciones previas a la aparición de los problemas. Asimismo, permite descubrir oportunidades favorables que se hayan escapado en un análisis previo. (Diaz De Vega, 2014)

Otro concepto según de libro Marketing Turístico mencionan al menos tres finalidades del plan de marketing: Es una guía escrita que señala las estrategias y tácticas de marketing que deben implementarse para alcanzar objetivos concretos en periodos de tiempos definidos.

- 1) Determina quién es el responsable, de que actividades, cuando hay que realizarlas y cuánto tiempo y dinero se les puede dedicar.
- 2) Sirve como un mecanismo de control, es decir, establece control de estándares con los cuales se puede evaluar el progreso. (Ojeda García & Mármol Sinclair, 2012)

#### **4.1.4 Análisis Y Diagnostico**

El diagnóstico, de manera general se entiende como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y demanda turísticas en el destino, un buen levantamiento de información de datos contribuye a realizar una adecuada interpretación y permite la búsqueda de alternativas factibles para la solución de los problemas que se identifiquen.

Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística (Ricaurte Quijano, 2009)

##### **a. Análisis Interno**

“El objetivo del análisis interno es conocer su con la máxima profundidad posible el estado actual de la propia empresa, es decir, su estructura, su organización y todos aquellos datos que permitan conocer su capacidad competitiva a partir de los recursos que esta posee. Esta parte suele ser de tipo descriptivo, ya que no realizan valoraciones cualitativas de la información.

##### **b. Análisis Externo**

La empresa turística desarrolla sus actividades dentro de un contexto de mercado en el que existen muchas otras empresas, muchos tipos de

posibles clientes, otros mercados que guardan una estrecha relación, como los proveedores, y un entorno no controlable que afecta generalmente de forma importante a su marcha.

Todos estos elementos deben ser estudiados también por la empresa con el fin de conocer a prever en qué condiciones deberá competir, que mercados resultan más interesantes o que elementos del entorno pueden afectar negativa o positivamente.” (Iglesias Tovar, 2008)

#### **4.1.5 FODA**

“F.O.D.A es sistematizar la información ambiental y organizacional mediante el empleo de un análisis de la situación, este proceso consiste en encontrar una concordancia de estrategias entre las oportunidades externas y las fortaleza internas que a la vez trabaja al con las amenazas externas y debilidades internas para la toma de decisiones estratégicas de un producto o servicio.” (Wheelen & Hunger J, 2007)

“El análisis F.O.D.A consiste básicamente en la localización e identificación de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de las empresas, valorándolas a partir de su posibilidad y de su importancia, con el fin de utilizar aquellas que resulten de más prioridad para centrarnos y realizar estrategias.

**La matriz FODA:** Conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias, FO, FA, DO Y DA

- **Estrategia FO**

Se basa en el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas.

Este tipo de estrategia es el más recomendado. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios.



- **Estrategia FA**

Trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas.

Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la institución.

- **Estrategia DO**

Tiene como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo.

Generalmente este tipo de estrategia se utiliza sólo cuando la organización se encuentra en una posición altamente amenazada y posee muchas debilidades, aquí la estrategia va dirigida a la sobrevivencia.

En este caso, se puede llegar incluso al cierre de la institución o a un cambio estructural y de misión.

- **Estrategia DA**

Tiene la finalidad mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas, una organización a la cual el entorno le brinda ciertas oportunidades, pero no las puede aprovechar por sus debilidades, podría decir invertir recursos para desarrollar el área deficiente y así poder aprovechar la oportunidad.” (Sainz De Vicuña Ancin, 2010)

#### **4.1.6 Catalogo turístico**

Un catálogo turístico es una lista selectiva de los diferentes atractivos que componen un sitio u objetos y acontecimientos de interés turístico de una localidad, región o país.

Generalmente contiene una breve descripción de los atractivos identificados y ciertos datos de interés para el turista.

Se considera también a un catálogo como una lista o inventario ordenado, que permite ofertar y mostrar las bondades existentes en lugares de relevancia turística

### **Pasos para elaborar un catálogo turístico**

- a. Búsqueda, Análisis y Recopilación de la información bibliográfica
- b. Reconocimiento de los Lugares.
  - Obtención y verificación de datos in situs
  - Estudio y Selección de datos in situs
  - Codificación e ingreso de datos seleccionados
- c. Elaboración del inventario Técnico
  - Preparación del producto Turístico
  - Estudio de Costos del Producto Turístico
- d. Toma y Selección de fotografías

### **Características de un catalogo**

- Todos los Atractivos deben ser Ofertados en Conjunto
- Los Proyectos de Desarrollo para el Área, deben considerar a las comunidades
- Las Facilidades Turísticas pueden Incrementarse y mejorar los servicios básicos.

## 4.2 Marco Referencial

### 4.2.2 Cantón Saraguro

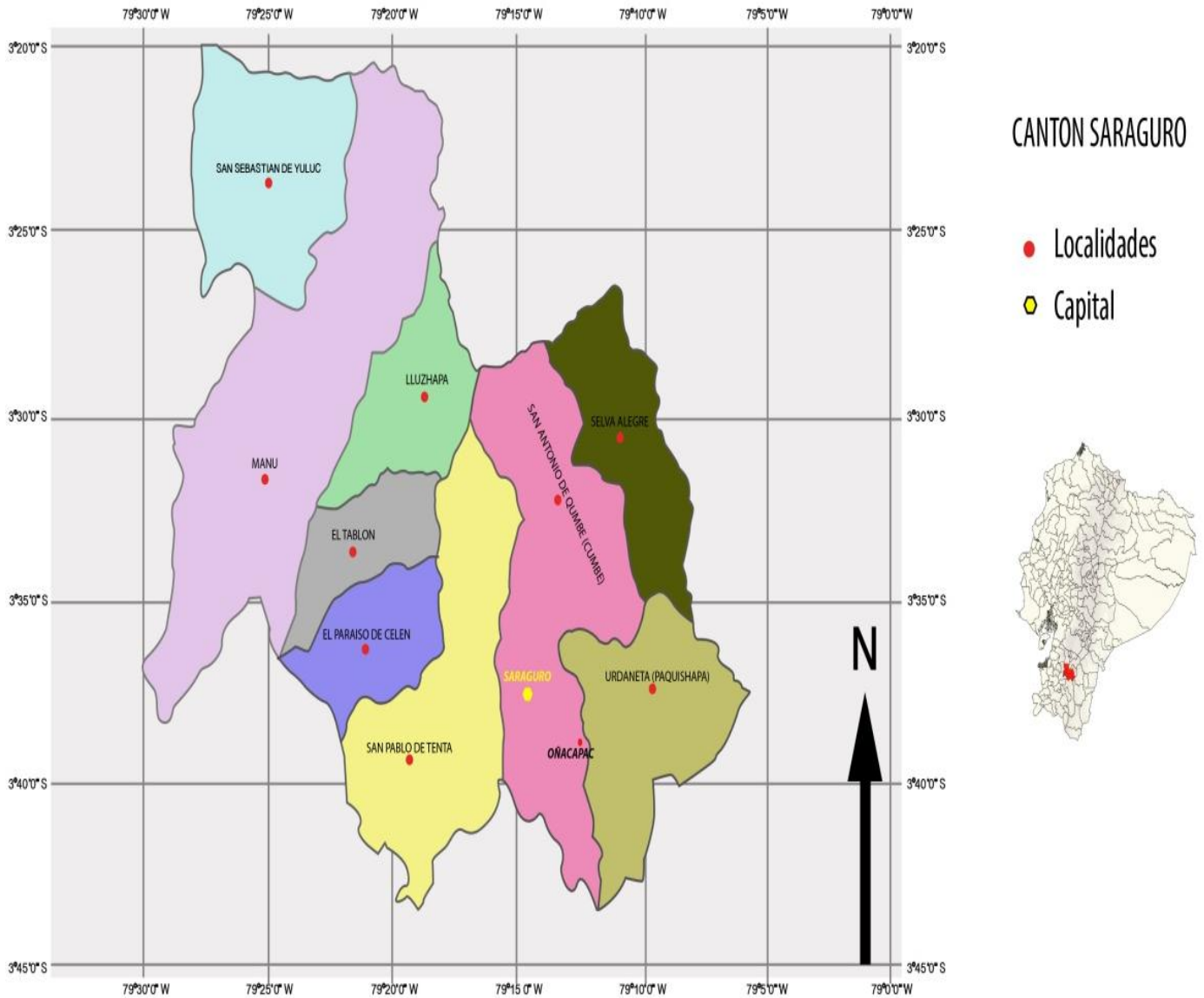


Figura 1 Ubicación del Cantón Saraguro  
Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas y Censos 2010  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

#### a. Origen histórico

“El espacio geográfico que actualmente corresponde a la ciudad de Saraguro, estuvo en un inicio ocupado por los Paltas quienes fueron desplazados por los Inkas; concretamente se cree que Tupak- Yupanki quien conquistó a esta bella región, radicando y sustituyendo a los Paltas

por una de las más recias tribus del altiplano con excelentes cualidades humanas, étnicas y culturales hasta hoy apreciadas. Establecidos en estas tierras realizaron obras muy importantes en el tiempo de los emperadores Inkas, como es: parte del Camino Real o Kapak Ñan, que de norte a sur atravesaba el Tawantinsuyu y que pasaba por aquí; templos, palacios y fortalezas de piedra, que servían para seguridad de la comarca y defensa del imperio, como también para atalayar el horizonte, realizar ritos y ceremonias de adoración a los Dioses, hospedar al Chaski y a los viajeros. Fue por el Camino Real que pasaron los Runas en acelerado viaje desde Quito hacia Cajamarca llevando en sus hombros los tesoros que serían para el rescate de Atahualpa. Hablaban el Quichua,, o Inka Shimi, o “Runa-Shimi” que quería decir lengua de seres humanos, se trataba de un grupo que en todo, hasta en su idioma, ponían el sentido de su desafiante energía de seres humanos.

Según la tradición oral indígena, a inicios del siglo XIX los colonos no pasaban de cinco a seis familias, básicamente eran familias de comerciantes que llegaban a ofrecer sus productos y provenían de Cuenca y Loja. Los Saraguros mantenían una economía de subsistencia, a través del sistema de trueque con poblaciones de la provincia de Loja y El Oro, esta se basaba en el intercambio de queso, quesillo y granos, con sal, panela, arroz; actividad que lo realizaban con largas caminatas o con la ayuda de acémilas, hasta las regiones de Zaruma, Portovelo, Curtincapac, Pasaje, Chilla en El Oro; Celica y Chantaco en la Provincia de Loja; actividad que se realizó hasta la década de 1940.

## **b. Datos Generales**

### **• Ubicación Geográfica, Extensión y Límites**

El Cantón Saraguro se encuentra ubicado al nororiente de la Provincia de Loja, a una distancia de 64 Km. de la Capital Provincial, tiene 3.4º de latitud sur, y 79.1 de longitud oeste; cuenta con una superficie total de 1.080 Km.2. Los límites del Cantón son:

**Al Norte:** Con la provincia del Azuay, **al Sur:** Con el cantón Loja, **al Este:** Con la provincia de Zamora Chinchipe y **al Oeste:** Con la provincia de El Oro.

### **Clima y Temperatura**

El clima es similar a muchos de los lugares andinos, siendo su temperatura promedio que fluctúa entre 12° y 15°C.

### **División Política**

El Cantón Saraguro cuenta con once parroquias, una parroquia urbana: Saraguro, y diez parroquias rurales: Tenta, Celén, Selva Alegre, Lluzhapa, Manú, Yúluc, Urdaneta, Cumbe, Tablón y Sumaypamba. La cabecera cantonal (Saraguro) se levanta entre varias comunidades indígenas como: Lagunas, Ilincho, Yucucapac, Tucalata, Gera, Puente Chico, Matara, Gunudel, Ñamarín, Tuncarta, Tambopamba, Oñacapac; y, cada parroquia esta dividida en el centro urbano y sus comunidades”. (Correa, 2007)

### **Población Cantonal Y Parroquial**

El Cantón Saraguro cuenta con una población de 30183 habitantes según el Censo del 2010.

**CUADRO 1 Población de Saraguro**

<b>NOMBRE DE LA PARROQUIA</b>	<b>ÁREA</b>		
	<b>Urbano</b>	<b>Rural</b>	<b>Total</b>
El Paraíso de Celen	-	2.757	2.757
El Tablón	-	917	917
Lluzhapa	-	1.705	1.705
Manú	-	2.668	2.668
San Antonio de Cumbe	-	1.146	1.146
San Pablo de Tenta	-	3.676	3.676
San Sebastián de Yuluc	-	982	982
Saraguro	4.031	5.014	9.045
Selva Alegre	-	1.927	1.927
Sumaypamba	-	1.594	1.594
Urdaneta	-	3.766	3.766
<b>TOTAL</b>	<b>4.031</b>	<b>26.152</b>	<b>30.183</b>

**Fuente:** Instituto Nacional De Estadísticas y Censos 2010

**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

## **5. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **5.1 Materiales**

Para desarrollar el presente trabajo de tesis, fue necesaria la utilización de los siguientes materiales:

- Materiales y equipos de oficina.
- Transporte.
- Equipos audiovisuales.
- Cámara fotográfica

### **5.2 Métodos y Técnicas**

#### **5.2.3 Métodos**

- **Método Deductivo**

Este método se lo aplicó para conocer en qué situación se encuentra el Cantón Saraguro en cuanto a su gastronomía, permitiendo sacar las debidas conclusiones para elaborar una propuesta de difusión gastronómica.

- **Método Inductivo**

Este método se lo aplicó para estudiar las características del Cantón Saraguro teniendo como finalidad estipular su incidencia social y económica para beneficio sector.

- **Método Descriptivo**

Este método se lo aplicó para recolectar, analizar, resumir y presentar los resultados del objeto de estudio, identificando la situación actual en la que se encuentra el Cantón Saraguro.

- **Método Histórico**

Este método se lo aplicó para elegir los fundamentos teóricos y científicos para poder elaborar el marco conceptual y marco referencial.

#### **5.2.4 Técnicas**

- **Entrevista**

Esta técnica se la aplicó para entrevistar a las diferentes autoridades del Municipio de Saraguro (Jefe de Turismo y Técnico de Turismo) y dueños de los diferentes restaurantes con el fin de obtener información para el adecuado desarrollo de la propuesta de tesis.

- **Observación Directa**

A esta técnica se la aplicó para obtener y comprobar información en cuanto a la gastronomía del Cantón Saraguro permitiendo así la difusión de la misma.

- **Análisis FODA**

Este análisis se lo aplicó para evaluar la situación actual del cantón en estudio tomando medidas estratégicas a través de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los sectores involucrados.

- **Encuesta**

La encuesta se la aplicó para la recolección información gastronómica y poblacional del Cantón Saraguro, para lo cual se aplicaran 380 encuestas.

Muestra: la muestra permitió determinar el número de encuestas para aplicarlas a la población del Cantón Saraguro con datos del INEC.

Muestra (fórmula para menos de 100000 habitantes)

$$n = \frac{Z^2 p q N}{Ne^2 + Z^2 p q}$$

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza (1.96) 2

p= probabilidad a favor (0.5)

q= probabilidad en contra (0.5)

e= margen de error de estimación (0.005)2 =0.0025

N= Universo proyectado.

## CUADRO 2 Proyección del Cantón Saraguro

AÑO	POBLACION	IP	POBLACION PROYECCIÓN
2010	30183	0,82%	30431
2011	30431	0,82%	30678
2012	30678	0,82%	30926
2013	30926	0,82%	31173
2014	31173	0,82%	31421
2015	31421		

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010

**Elaboración:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

### Remplazando valores se obtuvo:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 31421}{31421 * 0.005^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 78555}{31421 * 0.0025 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{30177,69}{78,555 + 0,9604}$$

$$n = \frac{30177,69}{79,5154}$$

$$n = 380$$

El dato del universo proyectado proviene del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), obteniendo que en el cantón Saraguro existe una población de 30183. Por consiguiente se aplicó la fórmula de universos finitos para obtener un total de 380 encuestas, las cuales fueron aplicadas en la zona investigada.

### 5.2.5 Metodología por Objetivos

Para dar cumplimiento con el primer objetivo **“Realizar un Diagnóstico de la situación actual de la gastronomía del Cantón Saraguro, Provincia de Loja”** Se utilizó el método deductivo, descriptivo e histórico los cuales permitieron la recopilación de información veraz y precisa, obteniendo conclusiones particulares de la gastronomía del Cantón Saraguro, asimismo se realizó razonamientos de la información



recolectada; dentro de las técnicas que se utilizaron están; la observación directa, encuestas, entrevistas, análisis FODA, conjuntamente con las fichas de inventario de atractivos del Ministerio de Turismo. Para el análisis de la Oferta Turística se utilizó el “Catastro de servicios turísticos del Ministerio de Turismo”, por medio del cual ayuda a identificar y constatar la oferta turística existente tanto en alojamiento, restaurantes, cafeterías, centros de diversión, agencias de viaje etc.

Para el cumplimiento del segundo objetivo: **“Proponer un Plan de Marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro con el fin de posicionarla como uno de los principales atractivos turísticos de la región sur del país”** Para el desarrollo del presente objetivo se tomaron como base los resultados obtenidos en el diagnóstico efectuado en el primer objetivo, lo cual permitirá conocer de manera más amplia como se está manejando la elaboración promoción y difusión de la gastronomía de Saraguro. La propuesta se la fortaleció a través de frecuentes visitas de campo, siendo fundamental estructurar el contenido de la propuesta, así mismo se tomaron fotografías que sirvieron para la elaboración de las postales, vallas publicitarias, etc.

Para el cumplimiento del tercer objetivo: **“Socializar el Plan de marketing con las autoridades del Cantón Saraguro”**. Se basa en 3 etapas:

Primera: **Inicial (previa)**, a través de convocatorias, orden del día y presentaciones, las mismas que sirvieron para informar a las autoridades y población del cantón Atahualpa sobre el día y fecha de socialización.

Segunda: **Ejecución**, desarrollo, se realizó la presentación de la temática con el apoyo de material audiovisual.

Tercera: **Resultados**, se obtuvieron conclusiones y recomendaciones expuestas por parte de los asistentes.

## 6. RESULTADOS

### 6.1 Diagnóstico de la situación actual de la gastronomía del Cantón Saraguro, Provincia de Loja.

#### 6.1.1 Análisis Externo

##### a. Factor Demográfico

**CUADRO 3 Población de Ecuador**

Fecha	Población	Mujeres	Hombres
2010	15.012.228	7.568.353	7.443.875
2011	15.266.431	7.698.755	7.567.676
2012	15.520.973	7.829.061	7.691.912
2013	15.774.749	7.958.814	7.815.935
2014	16.027.466	8.087.914	7.939.552
2015	16.278.844	8.216.234	8.062.610

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaboración Marcia Enidt Pizarro Morocho

Según el censo realizado en el 2010 en Ecuador se registró una población total de 15.012.228, del cual las mujeres ocupan el 50,44% de la población con la cantidad de 7.568.353 y los hombres el 49,56% de la población con 7.443.875, evidenciando que Ecuador es un País con más mujeres que hombres.

La población de Ecuador según datos del INEC proyectado para el año 2015 es de 16.278.844 habitantes creciendo un 12,67%.

La tasa anual de crecimiento de la población del Ecuador es de 1,95%, por lo cual para el año 2015 según las proyecciones realizadas por el INEC 2010, tendrá un aumento de 1.266.616, obteniendo una población aproximada de 16.278.844, del cual las mujeres representan el 50,47% de la población total con una cantidad de 8.216.234 y los hombres ocupan el 49,53% de la población total con una cantidad de 8.062.610.

**CUADRO 4 Proyección de los habitantes del Cantón Saraguro desde el último Censo 2010 hasta el año 2015**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACION</b>	<b>MUJERES</b>	<b>HOMBRES</b>
2010	30183	16060	14123
2011	30431	16192	14239
2012	30678	16323	14355
2013	30926	16455	14470
2014	31173	16587	14586
2015	31421	16718	14702

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010

**Elaboración:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

En el Cantón Saraguro según el INEC se registró una población de 30183 habitantes en el año 2010, del cual las mujeres ocupan el 53,21% de la población con la cantidad de 16060 y los hombres el 49,79% de la población con 14123, evidenciando que dentro del Cantón Saraguro existen más mujeres que hombres con una tasa anual de crecimiento de 0.82, para lo cual en el año 2015 según las proyecciones realizadas por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), se obtendrá 31421 habitantes de los cuales 16718 son habitantes mujeres y 14072 son habitantes varones.

El Cuanto a la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Saraguro que representa el 75.51% se dedica a las actividades de agricultura, ganadería, caza y silvicultura, seguido por el 4.23% dedicada a la construcción, luego, con el 4.07% de la PEA dedicada a la enseñanza; el 2.71% al comercio por mayor y menor; y, el 2,32% se dedica a las industrias manufactureras. Las demás actividades como: administración pública, hogares con servicio doméstico, hoteles y restaurantes, entre otras, se desarrollan en menor porcentaje.

La población comprendida entre 15 y 49 años representa el 64,22% de la Población Económicamente Activa el total del Cantón Saraguro. La población comprendida entre 65 y más años nos representa el 10,88%. Existe, además un 9,84% de la PEA infantil comprendida entre 5 y 14 años de edad. (Vivienda, Agosto 2006)

## **b. Factor Económico**

### **• Producto Interno Bruto Turístico (PIB Turístico)**

En Ecuador la actividad turística representa el 4.2 % del PIB, que equivalente a 680 millones de dólares al año, económicamente esta cantidad es importante tomando en cuenta que en el año **2013** la llegada de turistas fue de 1.366.269 lo que equivale a 599,8 millones de dólares de ingresos en divisas en cuanto al turismo. (Turismo, Divisas , 2013)

En el año 2014 ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1.487,2 millones de dólares durante el año 2014, lo que representa el 19% en comparación con el 2013. (Turismo, Principales indicadores de turismo ). En el primer trimestre del año 2015 el ingreso de divisas por el turismo fue de 338 millones de dólares lo que representa al 6,4% en comparación con el primer trimestre del 2014. (Turismo, Boletín Trimestral )

Analizando el PIB turístico de los años 2013, 2014 y 2015 el incremento de divisas ha sido en el primer trimestre del año 2015 con un porcentaje de 6,4% ya que la llegada de turistas al Ecuador está en constante crecimiento, mejorando así la economía de los y las ecuatorianos.

### **• Tasa de Inflación Turística**

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el año 2013 el Ecuador tuvo una inflación anual y acumulada de 2,70%, por divisiones de consumo seis agrupaciones se ubicaron por sobre el promedio general estando entre los mayores porcentajes Restaurantes y Hoteles con el 6,35% y seguido de recreación y cultura con el 4,64% los mismos que son parte del servicio turístico que ofrece el país, por debajo del promedio general registrando una deflación se encontró otro servicio turístico que es el transporte con el 0,15%, dentro de la inflación acumulada del IPC por sectores económicos se halló el sector de servicios con el 4,09%.

El incremento del costo de vida en el 2013 fue menor. Una inflación tan baja puede ser un reflejo de que el 2013 fue un año de menor actividad económica y por ende, menor liquidez. (Ecuador B. C., 2013-2014-2015)

Para el 2014 la tasa de inflación anual represento el 3,67%, porcentaje superior al del año pasado, por divisiones de consumo algunas agrupaciones se ubicaron por sobre el promedio general obteniendo los mayores porcentajes los servicios relacionados al sector turístico como restaurantes y hoteles con el 4,12% y por debajo del porcentaje general se encontraron los servicios de transporte con el 2,11% y recreación y cultura con el 0,24%, dentro de la inflación acumulada del IPC por sectores económicos se encontró el sector de servicios con el 4,12%, superior al del año pasado (Ecuador B. C., 2013-2014-2015).

En el 2015 la tasa de inflación para el mes de marzo es de 0,41%, porcentaje inferior al del mismo mes del año pasado, por divisiones de consumo algunas agrupaciones se ubicaron por sobre el promedio general, estando entre los mayores porcentajes restaurantes y hoteles con el 1,15%, recreación y cultura con el 0,83 y el servicio de Transporte con un 0,53%. (Ecuador B. C., 2013-2014-2015)

Analizando los tres años, según los resultados el año con mayor inflación turística es 2015 ya que en su primer trimestre supera valores de los años anteriores en las diferentes actividades y servicios turísticos.

- **Crecimiento Turístico**

“Es innegable que el turismo de Ecuador vivió un momento estelar, al finalizar el año 2013 ocupando el cuarto nivel de la actividad turística en nuestro país, así también superando la cifra de 1,364.057 de arribos extranjeros; es decir que creció a una tasa superior al 7% con relación al año anterior, resultado que se revela muy por encima de la media mundial que está en algo más del 3%. Mientras que para el año 2014 se incrementó el crecimiento en el mismo periodo, en un 16% ubicando a la

actividad turística en una tercera posición económica, con un total de 1,557.006 visitas de extranjeros.

A partir del primer trimestre del año 2015 hasta el mes de marzo, se registra un crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador, de 6,4% con respecto a marzo del año anterior recibiendo a 416.030 extranjeros.” (Ecuador B. C., Crecimiento Turístico, 2013, 2014, 2015).

Considerando y analizando de los 3 últimos años es evidente el crecimiento de la actividad turística; verificando que en el 2015 en su primer trimestre alcanzo cifras mayores en comparación de los años anteriores con 6,4% y va en aumento

- **Factor Político**

El presente proyecto titulado “PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA GASTRONOMÍA DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA” tiene pertinencia con el Objetivo 10 del Plan del Buen Vivir que es “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, teniendo como objetivo principal la construcción de una identidad nacional, la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y económica.

En cuanto a las políticas y lineamientos estratégicos para Impulsar la transformación de la matriz productiva la que más se relaciona con mi proyecto es “diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios” ya que tanto la propuesta como el objetivo es fortalecer el sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo fortaleciendo el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad y de control de poder de mercado en la prestación de servicios alimentarios, para garantizar los derechos de los proveedores y de los consumidores. Así mismo se impulsara al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión

nacional y extranjera posicionando al turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y público. (Desarrollo-Senplades, 2013-2017)

### **c. Factor Sociocultural**

- **Social**

“Uno de los factores que afecta notablemente a Saraguro es desempleo dando como resultado la migración ya que gran parte de la población, especialmente jóvenes entre los 18 a 24 años y adultos entre los 25 a 40 años al encontrarse sin empleo optan por migrar a otras provincias del Ecuador, a países Europeos y a Norteamérica como Estados Unidos abandonando su núcleo familiar y en muchos de los casos dejando niños y adolescentes al cuidado de otras personas como abuelos, tíos, entre otros trayendo consigo grandes consecuencias como el alcoholismo y drogadicción. El alcoholismo es otro factor que afecta a Saraguro ya que los adolescentes y adultos son los que más consumen alcohol, provocando el maltrato y abuso familiar, constituyendo un fuerte impacto social y económico sobre la comunidad.

El Cantón Saraguro tiene un alto índice de analfabetismo del 18.75% de su población total, incrementando el porcentaje en las mujeres con un 21.75%. La población en edad de estudios en nivel medio es de 3.991, de los cuales tan solo 2.220 están estudiando, es decir solo un 55,6% acceden, siendo uno de los factores que incide en el escaso desarrollo socio-económico. La aculturización se ha convertido en otro problema que asecha a la población Saragureña debido a la falta de oportunidades para que los pueblos y nacionalidades indígenas expresen libremente sus opiniones desde su punto de vista cultural y ancestral, dejando a un lado costumbres y tradiciones y relacionándose más con el mundo globalizado”. (Vivienda M. d., Agosto 2006)

- **Cultural**

**Etnia Saraguro:** Hombres y mujeres llevan el cabello en grandes trenzas llamadas jimbas. Las mujeres usan dos faldas, la falda interior o pollera es de diferentes colores; la falda exterior o anaco es plisada y le dan elegancia a la mujer. La falda está hecha de lana negra muy fina y tiene una abertura lateral que está asegurada a la cintura con el chumbi o faja de varios colores. Las blusas son bordadas en sus puños y pechos, tienen mangas largas cuyo material es de algodón o tela sintética de color. Sobre la blusa usan la bayeta y el topo el mismo que consta de una cadena de plata que se enlaza alrededor del cuello, lucen aretes de plata, anillos de plata, oro o níquel; collares de plata o mullos de varios colores y tamaños, conocidos como wallcas.

Los hombres visten una camisa blanca sin mangas ni cuello, los pantalones son cortos y llegan a la altura de las rodillas. En ocasiones usan zamarro (protector de pantalón) y la shigra para guardar alimentos. Además, emplean un cinturón de cuero adornado con figuras de plata o níquel. También utilizan un poncho y cuzhma de lana color negro. (Saraguro, 2015)



**Figura 2 Etnia Saraguro**  
**Fuente:** ITUR del Cantón Saraguro  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Iglesia Matriz de Saraguro:** El iniciador y propulsor de la obra fue por el presbítero Lorenzo Imaicela, la colocación de la primera piedra fue el 16 de Abril de 1943. El financiamiento se debe a los feligreses y los bazares organizados por el Sr. Fernando Ordoñez. El templo fue construido en el periodo comprendido entre 1943-1963 y restaurado durante los años 1983-1991. Se encuentra administrada por la comunidad de los Hermanos Calasanz Frente a la Iglesia se encuentra el balaustre del mirador y el parque central.

Estilo: arquitectura ecléctica, la fachada tiene una mezcla de gótico y románico. Gótico por la presencia de arcos ojivales y el rosetón. Románico por la presencia de pilastras con capiteles. La casa parroquial posee una arquitectura tradicional de tipo popular y rural con presencia de portales y cubiertas inclinadas de teja.

Distribución espacial: tres naves, altar mayor, atrio exterior y un campanario en la parte superior del cuerpo central de la fachada. (Saraguro, 2015)



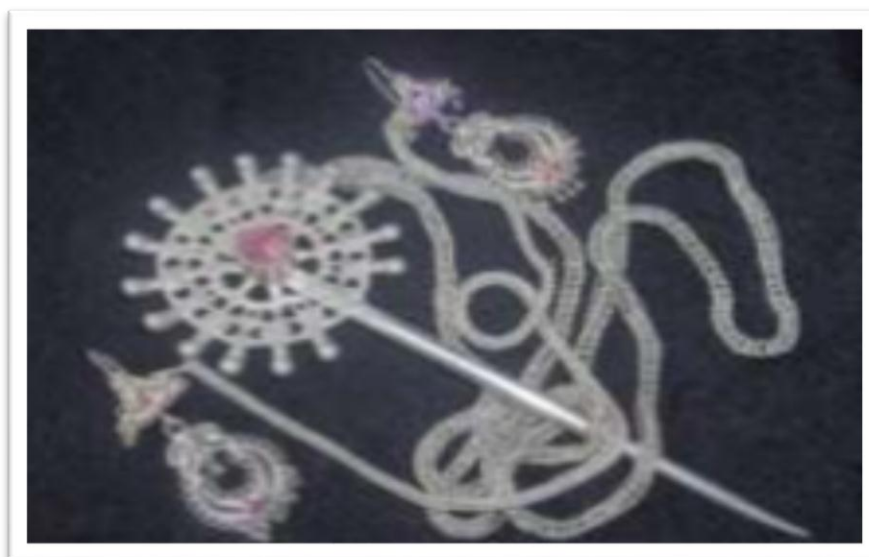
**Figura 3 Iglesia Matriz De Saraguro**  
**Fuente:** ITUR del Cantón Saraguro  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Artesanías -Orfebrería:** La Orfebrería comprende toda clase de joyas como: tupos, aretes de variado tamaño, calidad y precio.

El Sr. Nicolás Tene lleva en el oficio de la Orfebrería alrededor de 14 años. La confección de una pieza demora alrededor de un día (depende de la joya que se fabrica).

El proceso de elaboración de joyas es la siguiente: 1. Se funde la materia prima (piezas de plata, oro, níquel), se ocupa un molde que tiene la forma de un tupo. 2. Se forma una barra metálica pequeña cuando no se emplea el molde. 3. Se lleva a la máquina prensil eléctrica pasando varias veces la barra hasta que quede de un espesor aceptable y maleable, con el fin de formar cadenas o aretes. 4. Se incrustan las piedras preciosas. El costo de las joyas varía de 5 - 150 dólares dependiendo del tamaño de la pieza y la calidad del material.

La orfebrería relacionada a actividades de fundir metales la realizan hombres, tradición que aún la mantiene. Representa una forma de obtener ingresos económicos. Forma parte de su modo de vida, las joyas complementan la indumentaria de los Saraguros. (Saraguro, 2015)



**Figura 4 Artesanías Orfebrería**  
**Fuente:** ITUR del Cantón Saraguro  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Ingapirca:** Ingapirca se encuentra a 7 km al Sur de Saraguro.

La mayor parte de las ruinas se encuentran escondidas debajo de un remanente boscoso de cobertura densa que impide su valoración y descripción real.

Las ruinas están integradas por los siguientes elementos: dos estructuras cuadradas con paredes exteriores de 12 x 12 metros, construidas con bloques de piedra tallada.

Por el modelo de construcción Ingapirca tiene la forma de un Pucará.

Cerca de estas ruinas se encuentran las ciudadelas y las terrazas de Pichig en San Lucas, estas ruinas parecen formar una triangulación alrededor del cerro Acacana, situado a 5 km de la torre. (Saraguro, 2015)



**Figura 5 Ingapirca**

**Fuente:** ITUR del Cantón Saraguro

**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Bosque Protector Washapamba:** Ubicado en la parte Occidental del cantón Saraguro, atravesado por la vía Panamericana que conduce a la ciudad de Loja.

El nombre Huashapamba proviene de dos palabras quichuas "Huasha" = detrás, y "pamba" = planicie, que significa detrás de la planicie por estar ubicado detrás del cerro Puglla. Posee una extensión de 217,42 hectáreas. Se encuentra dentro de la zona de vida bosque húmedo - Montano. El Bosque nativo posee una variedad de especies de árboles de los que sobresalen: mullón, romerillo, cedrillo, sara, sara cashco. Además, numerosas orquídeas, bromelias y musgos.

Dentro de la fauna del lugar podemos nombrar mamíferos como el tapir, osos de anteojos. Aves como el mirlo, trogón enmascarado, pava de monte, loro carrentirrojo, urraca, cacique y tucán andino. Además del bosque nativo se puede apreciar una plantación de pino (*Pinus patula*) de aproximadamente 2 ha. Se considera un espacio de protección de la naturaleza para las comunidades Illincho, Gunudel y Las Lagunas. (Saraguro, 2015)



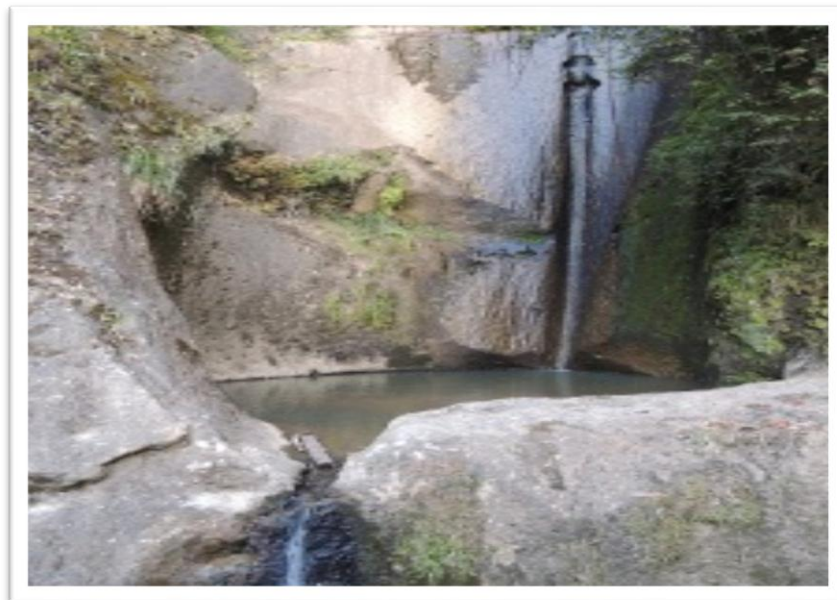
**Figura 6 Protector Washapamba**  
**Fuente:** ITUR del Cantón Saraguro  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Baño Del Inca:** El baño del Inca es un lugar natural, oculto en la elevación Ñamarin. Está conformado por una cascada de 60 metros de alto, dos pozas una natural y otra artificial. El agua de las pozas es turbia. A 50 metros de la cascada se encuentra las cuevas del Inca, de 4 metros de alto y profundidad, estas cuevas se las conoce como Sininpac.

El paisaje natural de este atractivo es muy particular por las formaciones geológicas, la cascada y los matorrales constituidos por especies secundarias pumamaquis, shinin, chilca. En cuanto a fauna se puede observar aves como águilas, colibrís, y mirlos.

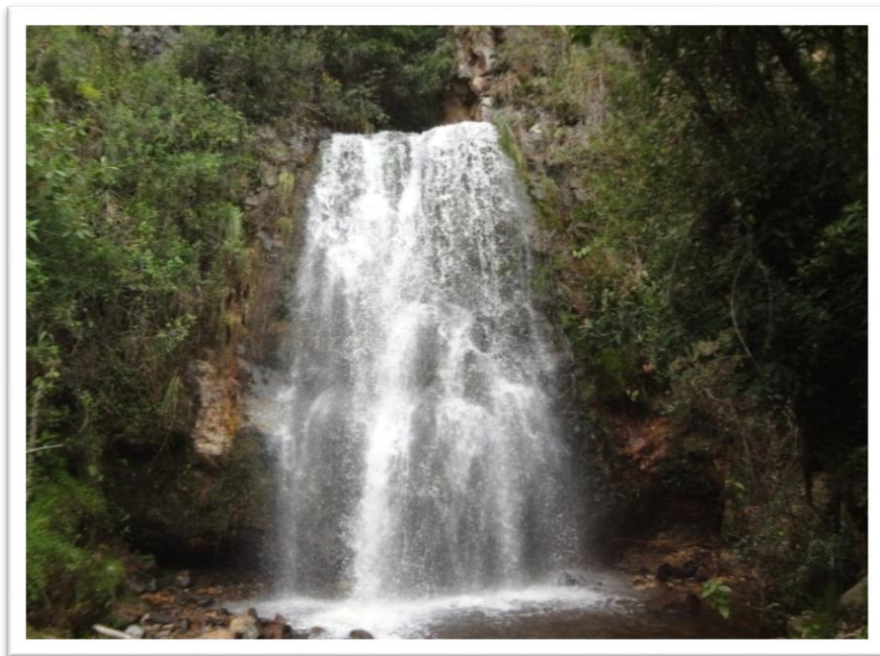
Entre sus principales atractivos están: la cascada que recorre la montaña y cae perpendicularmente formando dos lagunas, rituales anuales del Inti Raymi y kapak Raymi, cuevas enormes que según la historia servían como trincheras en épocas de guerra. Se acostumbra hacer celebraciones por el Inti Raymi, los asistentes son la comunidad, el presidente de la fiesta y sus reinas. El ritual consiste en: limpieza de perfume, a la media noche se realizan los baños y luego retornan a sus comunidades con danzas. (Saraguro, 2015)



**Figura 7 Baño Del Inca**  
**Fuente:** ITUR del Cantón Saraguro  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Virgen Kaká:** A 9 km de la cabecera Saraguro, en la comunidad de Oñacapac se encuentra una cascada de unos 30 metros de alto, con formaciones rocosas, formando una poza profunda en su caída y el origen de una quebrada. Justo en la caída de la cascada se puede contemplar la imagen de la Virgen en la roca, aparentemente de perfil, aunque esta no es visible a primera vista. La cascada forma en su interior una gran laguna con una profundidad de no más de 2,5 m. Esta cascada se encuentra escondida entre la montaña, sin embargo desde la comuna de Oñakapak existe una carretera que conduce hasta la cascada. Frente a la cascada existe un altar arreglado con flores y candelabros.

En la actualidad se considera al sector como Santuario Turístico por los milagros realizados por la virgen y por el paisaje natural. A esto se suma la construcción de senderos, cabañas y canchas deportivas para uso de los visitantes en épocas de la fiesta a la virgen. Los habitantes de Saraguro y Cuenca son devotos de esta Virgen. Los cuencanos le hacen fiesta el 16 de octubre. (Saraguro, 2015)

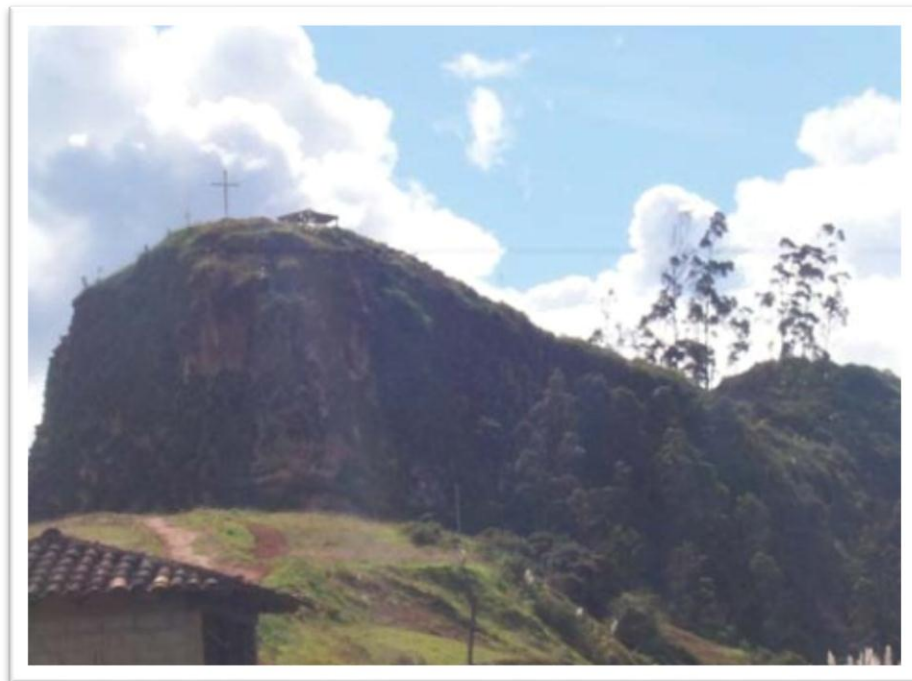


**Figura 8 Virgen Kaka**  
**Fuente:** ITUR del Cantón Saraguro  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**León Dormido:** El León Dormido es una formación geológica, se debe observar cuidadosamente el cerro para encontrar la forma de cara y manos de león. El uso actual del suelo está dado en su mayoría por pastizales y pequeñas plantaciones de pino.

En su conjunto se asemejan a terrazas. Esto debido a que en el león dormido existió un pueblo de los Preincaicos durante el periodo Saraguro Temprano (500 DC- 1200). La gente hacía terrazas para vivir y practicar la agricultura. Aquí se evidencia un sendero, probablemente incaico, que conduce a la cima de la colina que se convierte en mirador desde donde se aprecia Saraguro y parte de Urdaneta.

El camino que dirige a la cima se aprecia algunas piedras en cuyas superficies existen huellas que probablemente fueron hechas por el hombre. En la cúspide de la montaña existe una construcción con la forma de una Cruz y una cabaña. En algunas ocasiones es utilizado por los pobladores en las fiestas de las cruces. (Saraguro, 2015)



**Figura 9 León Dormido**  
**Fuente:** ITUR del Cantón Saraguro  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Laguna de Chinchilla:** Ubicada a 3651 m.s.n.m. La laguna de Chinchilla es conocida también como laguna encantada por la serie de leyendas que se cuentan del lugar.

La laguna es de origen natural, de aproximadamente 600 metros de longitud. En un extremo de la laguna se ha construido una represa de donde se canaliza agua por un canal de riego para poblaciones ubicadas en la parte baja.

En la parte interna de la laguna se puede observar pequeñas islas. La vegetación del lugar se caracteriza por pajonales y especies típicas de páramo como valerianas, culibán, chuquiragua, el tipo, manzanilla entre otras. (Saraguro, 2015)



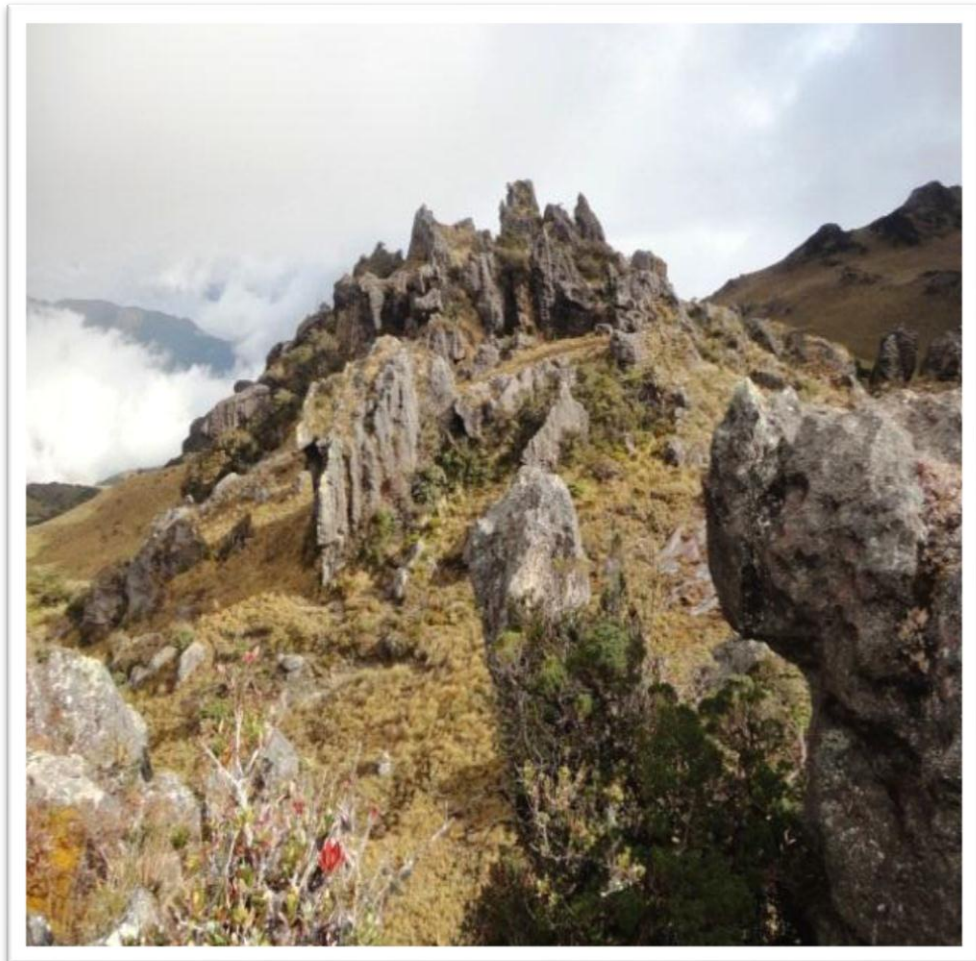
**Figura 10 Laguna de Chinchilla**  
**Fuente:** ITUR del Cantón Saraguro  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Cerro De Arcos:** Cerro de Arcos se sitúa a 3772 m s.n.m. Consiste en una formación geológica natural, su principal atractivo es el conjunto de rocas que han tomado la forma de caras de personas así como la planicie del lugar.

Este lugar se caracteriza porque posee unas pirámides naturales de piedra, las mismas que tiene la forma de arcos y animales, es una planicie que tiene muchas particularidades.

Se puede realizar observaciones de flora y fauna nativa, camping, escalar rocas, ecoturismo, entorno paisajístico y fotografía del entorno. (Saraguro, 2015)



**Figura 11 Cerro De Arcos**  
**Fuente:** ITUR del Cantón Saraguro  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

#### **d. Factor Tecnológico**

“El Cantón Saraguro cuenta con un limitado avance tecnológico, sin embargo las once parroquias cuentan con red telefónica convencional y móvil en las juntas parroquiales, y solo algunos hogares cuentan con este tipo de servicio a más del tv cable, televisión, radio, mejorando la comunicación entre pueblos e implementando diferentes proyectos que se enfocan a ofrecer una mejor calidad de vida con el uso de nuevas tecnologías adaptándolas en su diario vivir.

Hablando en porcentajes solo el 43.1% de los habitantes de Saraguro utilizan el celular, 17,5% utilizan la computadora entre niños, jóvenes, adultos y niños, ya que el principal problema es que los habitantes especialmente los adultos del sector rural no saben manipular ni la computadora ni el celular, dando como resultado el desinterés por seguir aprendiendo sobre el uso de estos aparatos tecnológicos.

El 13.1% de los 30.183 habitantes de Saraguro utilizan el internet, en su mayoría jóvenes siendo un resultado negativo ya que hoy en día el uso de la tecnología y el internet permiten que se adquiera cada vez mayor preparación convirtiéndose en un eje primordial y competitivo para enfocar a las empresas, negocios, establecimientos y centros educativos a un desarrollo tecnológico tanto a nivel personal como empresarial.

Cabe mencionar que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro para mejorar la calidad de vida de sus habitantes en cuanto a la tecnología tiene como visión la creación de un establecimiento para concursos cantonales de investigación sobre producción, tecnología, turismo y artesanías, para uso de la ciudadanía en general, visitantes y turistas”. (Vivienda M. d., Agosto 2006)

## Encuestas

Para obtener información de Saraguro y su gastronomía se aplicaron 380 encuestas, las mismas que fueron destinadas a los habitantes del Cantón y de esta manera se obtuvo la siguiente información.

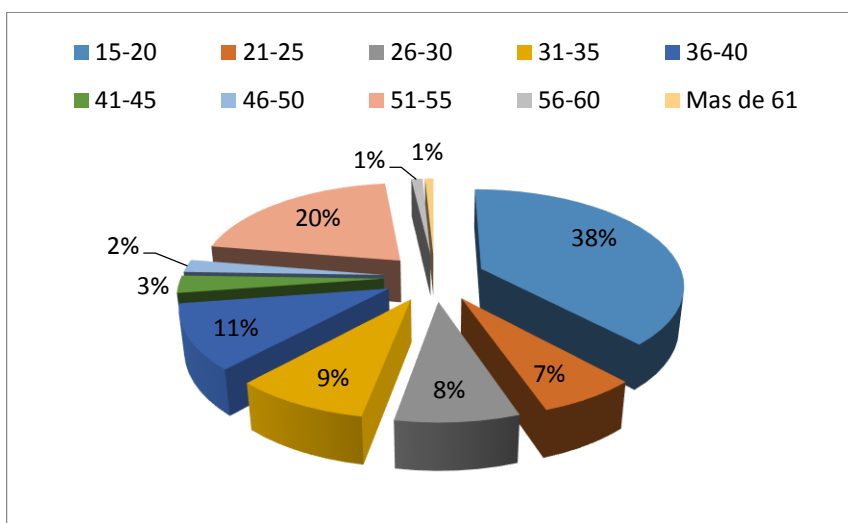
## Datos Generales

**Cuadro 5 Edad**

Edad		
Variable	frecuencia Relativa	%
15-20	145	38%
21-25	25	7%
26-30	31	8%
31-35	34	9%
36-40	41	11%
41-45	11	3%
46-50	8	2%
51-55	78	20%
56-60	4	1%
Más de 61	3	1%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 1 Edad**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas a la población de Saraguro el 38% siendo el valor más alto corresponde a edades comprendidas entre 15 a 21 años, el 20% corresponde a edades de 51 a 55 años, el 11% a edades de 36 a 40 años, el 9% comprende las

edades de 31 a 35 años, el 8% las edades de 56 a 60 años, un 3% de 41 a 45 años, en un 2% edades comprendidas entre 46 a 50 años, y el 1% restante ocupando el valor más bajo comprende las edades de 51 a 55 años y 56 a 60 años de edad.

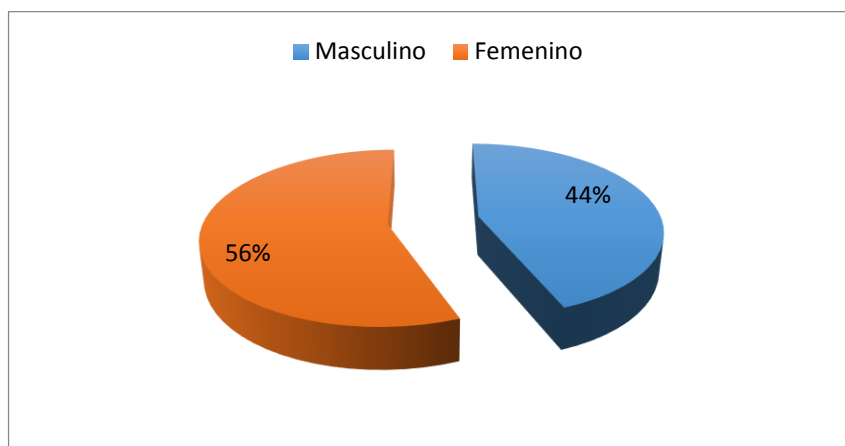
Verificando que la edad de la mayoría de los encuestados oscilan entre los 15 a 21 años.

## Sexo

**Cuadro 6 Sexo**

Variable	Frecuencia	%
<b>Masculino</b>	169	44%
<b>Femenino</b>	211	56%
<b>TOTAL</b>	380	100%

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 2 Sexo**  
Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas a la población de Saraguro el 56% corresponde al sexo femenino mientras que el 44% corresponde al sexo masculino. En lo cual se ha verificado que dentro del Cantón Saraguro existen más mujeres que hombres.

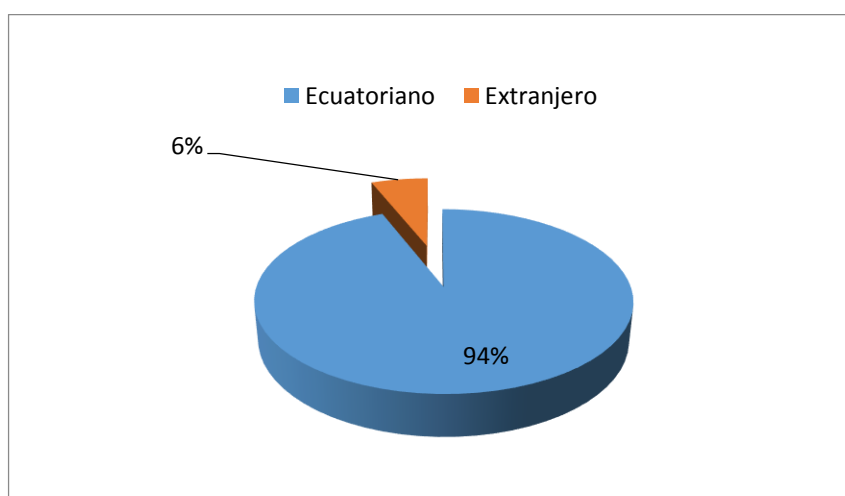
## Nacionalidad

**Cuadro 7 Nacionalidad**

Variable	Frecuencia	%
Ecuatoriano	358	94%
Extranjero	22	6%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 3 Nacionalidad**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

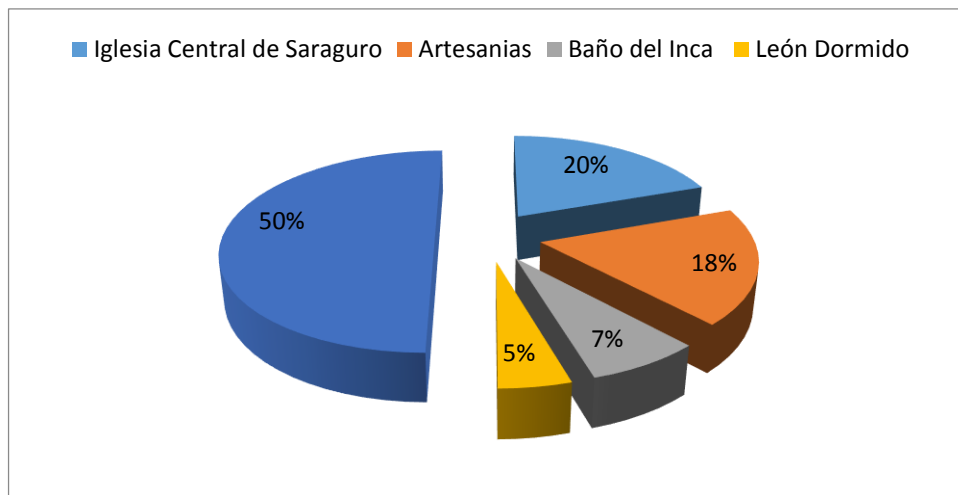
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas a la población de Saraguro, el 94% señalaron ser ecuatorianos ocupando el valor más alto, mientras que el 6% restante señalaron tener nacionalidad extranjera. Comprobando que dentro del Cantón Saraguro habitan más personas de nacionalidad ecuatoriana, mientras que los de nacionalidad extranjera son turistas de paso, o personas que trabajan dentro de las fundaciones existentes en Saraguro.

**1. ¿De los siguientes atractivos turísticos de Saraguro, cuales usted conoce? SEÑALE UNA OPCIÓN**

**Cuadro 8 Atractivos Turísticos**

Variable	Frecuencia	%
Iglesia Central de Saraguro	149	39%
Artesanias	140	37%
Baño del Inca	56	15%
León Dormido	35	9%
TOTAL	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 4 Atractivos Turísticos**  
Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas en el Cantón Saraguro se pudo evidenciar que el 39% de los encuestados manifiesta que conoce la iglesia Central de Saraguro, siendo este valor el más alto, mientras que un 37% señala que conoce las artesanias, el 15% conoce el atractivo Baño del Inca y el 9% conoce el Atractivo León Dormido, siendo el valor más bajo. Comprobando que la iglesia Central de Saraguro es la que más conocen los turistas y el atractivo que menos conocen es el León Dormido ubicado en la Parroquia Urdaneta.

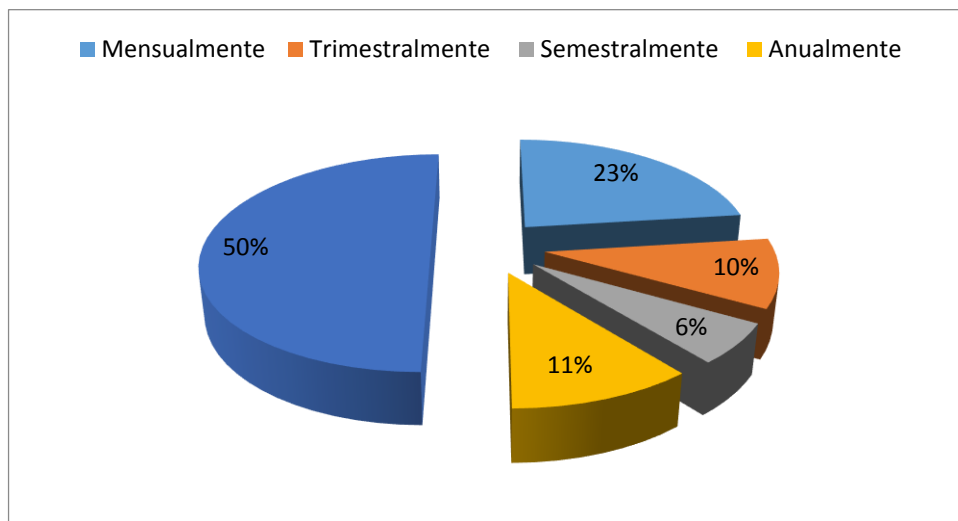
## 2. ¿Con que frecuencia visita estos atractivos?

**Cuadro 9 Frecuencia de visita a los atractivos**

Variable	Frecuencia	%
Mensualmente	175	46%
Trimestralmente	77	20%
Semestralmente	45	12%
Anualmente	83	22%
TOTAL	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 5 Frecuencia de visita a los atractivos**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas el 46% menciona que visita los atractivos mensualmente ocupando el porcentaje más alto, el 20% visita trimestralmente, el 22% menciona que visita los atractivos anualmente y por último el 12% visita los atractivos semestralmente.

Confirmando que los turistas visitan los atractivos mensualmente y muy pocos visitan los atractivos semestralmente.

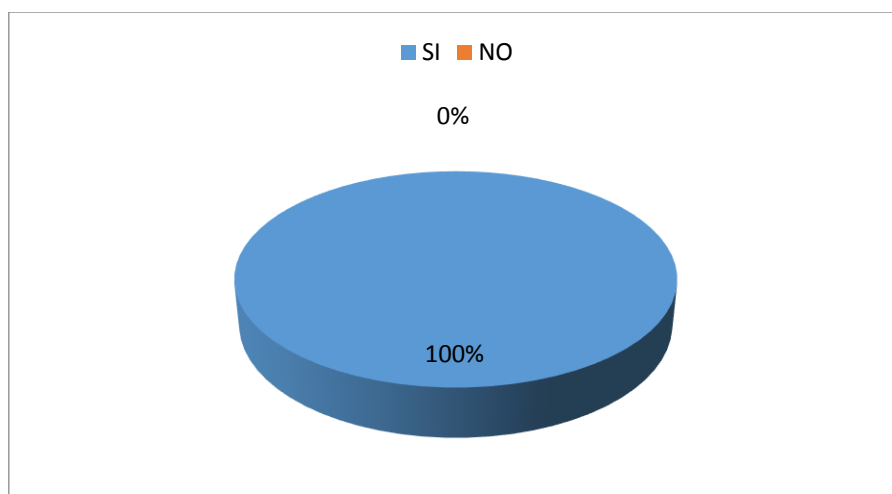
### 3. ¿Conoce la gastronomía del Cantón Saraguro?

**Cuadro 10 Gastronomía de Saraguro**

Variable	Frecuencia	%
SI	380	100%
NO	0	0%
TOTAL	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**GRAFICO 6 Gastronomía de Saraguro**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas el 100% mencionan que si conoce la gastronomía de Saraguro, mientras que ninguna persona contesto que no conoce la gastronomía de Saraguro dando como resultado el 0%.

Verificando que todas las personas encuestadas conocen y han consumido la gastronomía de Saraguro.

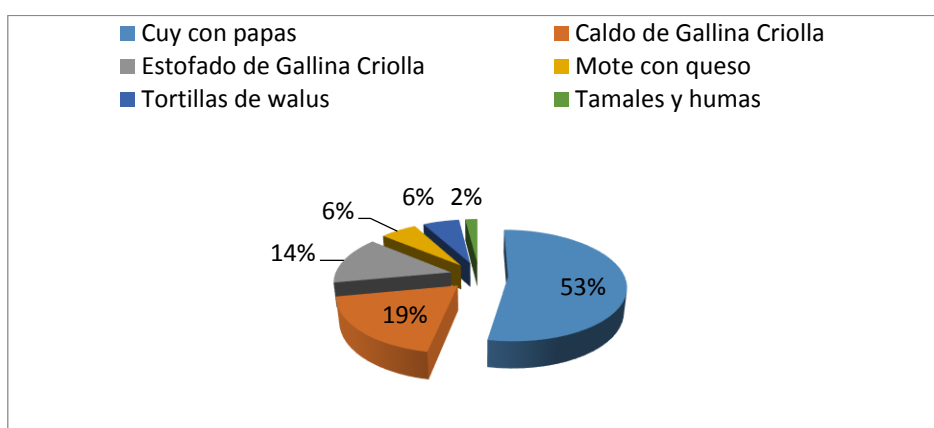


4. Marque con una X ¿el plato que usted considera que es el más representativo de Cantón?

**CUADRO 11 Plato más representativo**

Variable	Frecuencia	%
<b>Cuy con papas</b>	203	53%
<b>Caldo de Gallina Criolla</b>	73	19%
<b>Estofado de Gallina Criolla</b>	54	14%
<b>Mote con queso</b>	23	6%
<b>Tortillas de walus</b>	21	6%
<b>Tamales y humas</b>	6	2%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 7 Plato más representativo**  
Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

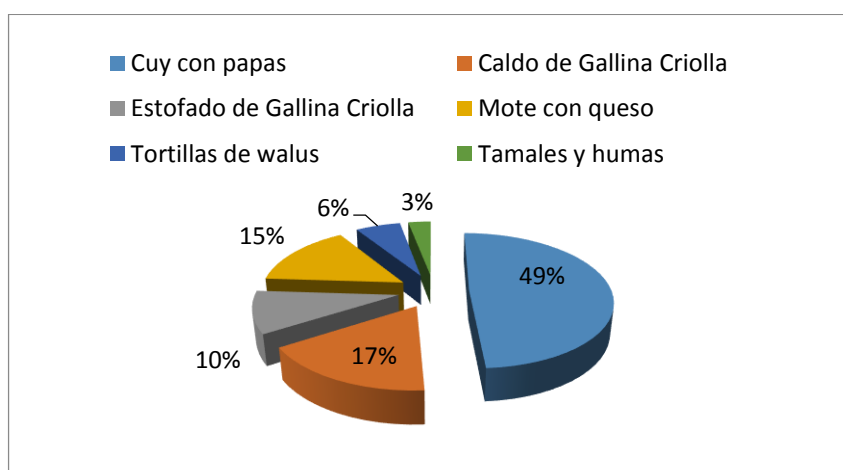
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas el 53% de las personas encuestadas mencionan que el plato más representativo de Saraguro es el cuy con papas siendo el porcentaje más alto, el 19% menciona que es el Caldo de gallina criolla, el 14% el estofado de gallina criolla, mientras que el 6% mencionan que los platos más representativos son el mote con queso y las tortillas de walus y por último el 2% menciona a las humas y tamales. Con lo que se ha podido evidenciar que las personas encuestadas manifiestan que el plato más representativo es el cuy con papas y el menos representativo son los tamales y humas.

5. ¿Qué plato es el que más consume dentro de Cantón?

**Cuadro 12 Plato más consumido dentro de Saraguro**

Variable	Frecuencia	%
<b>Cuy con papas</b>	<b>188</b>	49%
<b>Caldo de Gallina Criolla</b>	63	17%
<b>Estofado de Gallina Criolla</b>	37	10%
<b>Mote con queso</b>	58	15%
<b>Tortillas de walus</b>	23	6%
<b>Tamales y humas</b>	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 8 Plato más consumido dentro de Saraguro**

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** El plato más consumido dentro del Cantón Saraguro es el cuy con papas dando un porcentaje de 49%, ocupando el porcentaje más alto, seguido del caldo de gallina criolla con un porcentaje de 17%, el 15% lo ocupa el mote con queso, el 10% el estofado de gallina criolla, el 6% las tortillas de walus y por último el 3% la variable tamales y humas.

Confirmando que el plato más consumido es el cuy con papas al igual que el caldo de gallina y el menos consumido son los tamales y humas.

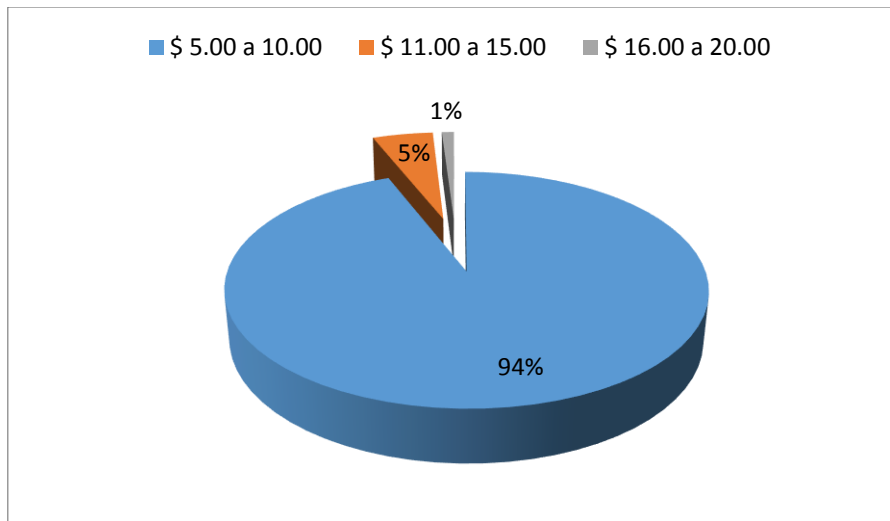
6. ¿Cuál es el precio promedio que usted paga por persona al consumir estos platos?

**Cuadro 13 Precio Promedio Que Paga Por Plato**

Variable	Frecuencia	%
\$ 5.00 a 10.00	360	94%
\$ 11.00 a 15.00	18	5%
\$ 16.00 a 20.00	2	1%
TOTAL	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 9 Precio Promedio Que Paga Por Plato**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas en Saraguro el 94% de las personas encuestadas manifiestan que han pagado de \$5.00 a 10.00 por un plato típico, el 5% menciona que ha pagado de \$11.00 a 16.00 y solo el 1% menciona que ha pagado de \$16.00 a 20.00 por un plato típico, ocupando el porcentaje más bajo.

Comprobando que el precio promedio que han pagado los turistas y comensales por un plato típico ha sido de \$5.00 a 10.00.

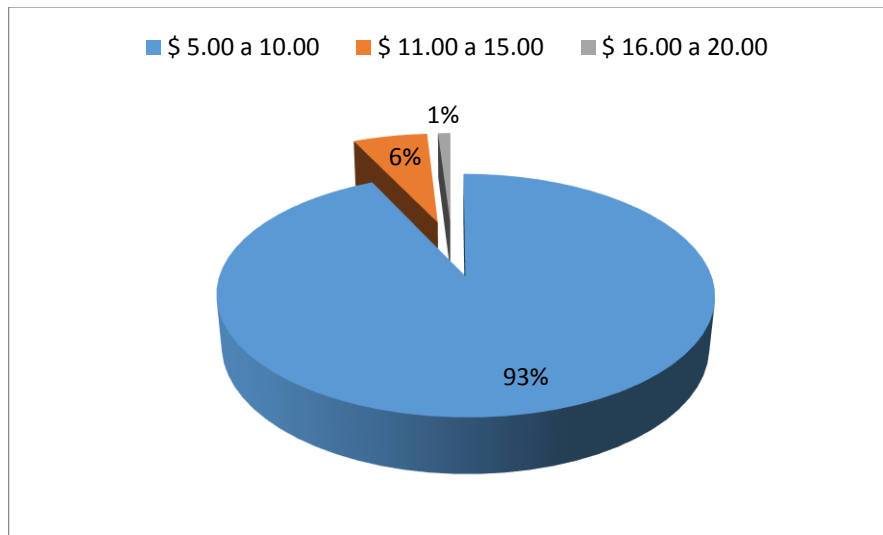
**7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato típico del Cantón Saraguro?**

**Cuadro 14 Cuanto Pagaría por un Plato**

Variable	Frecuencia	%
\$ 5.00 a 10.00	353	93%
\$ 11.00 a 15.00	23	6%
\$ 16.00 a 20.00	4	1%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 10 Cuanto Pagaría por un Plato**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas en Saraguro el 94% de las personas encuestadas manifiestan que estaría dispuesto a pagar de \$5.00 a 10.00 por un plato típico, el 5% de \$11.00 a 16.00 y el 1% menciona que pagaría de \$16.00 a 20.00 por un plato típico, ocupando el porcentaje más bajo.

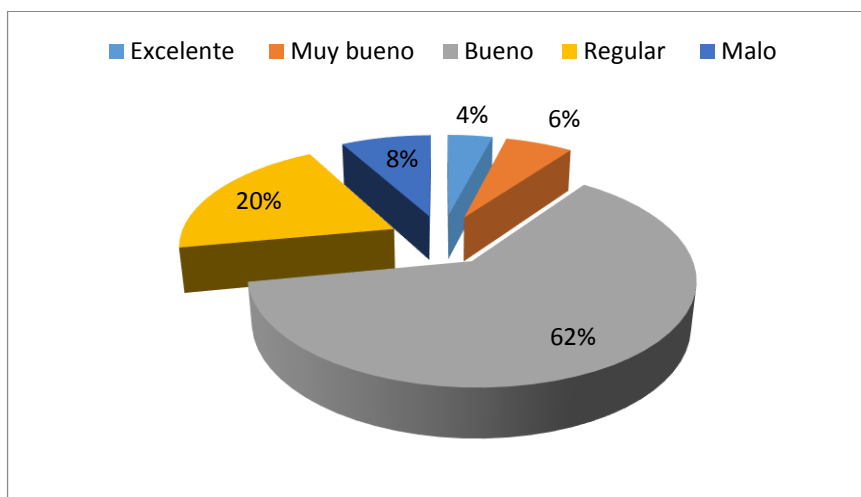
Verificando que los turistas estarían dispuestos a pagar de \$5.00 a 10.00 por consumir un plato típico del Cantón Saraguro.

**8. ¿Cómo califica usted el servicio que brindan los diferentes restaurantes del Cantón Saraguro?**

**Cuadro 15 Calificación del servicio que prestan los restaurantes**

Variable	Frecuencia	%
<b>Excelente</b>	16	4%
<b>Muy bueno</b>	23	6%
<b>Bueno</b>	234	62%
<b>Regular</b>	75	20%
<b>Malo</b>	32	8%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 11 Calificación del servicio que prestan los restaurantes**

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

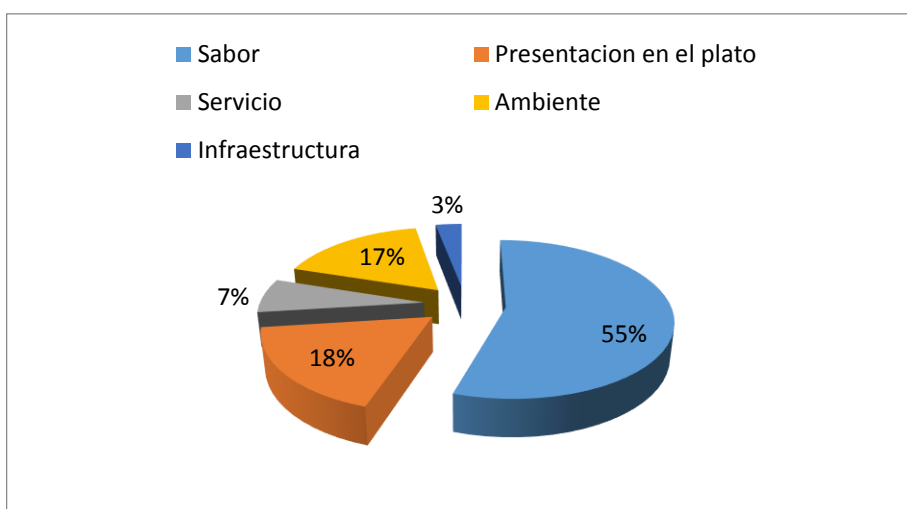
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas el 62% manifiesta que el servicio que brindan los restaurantes de Saraguro es bueno, el 20% señalaron que es regular, el 8% menciona que es muy bueno, el 6% dice que es malo y en último lugar ocupa el 4% con la variable Excelente. En lo cual se ha podido evidenciar que los encuestados manifiestan que el servicio que brindan los restaurantes de Saraguro es bueno mientras que un mínimo porcentaje señala que el servicio es excelente.

**9. ¿Qué es lo que más le gusta al momento de consumir la gastronomía de Saraguro?**

**Cuadro 16 Lo que más le gusta de la gastronomía**

Variable	Frecuencia	%
Sabor	211	55%
Presentación en el plato	67	18%
Servicio y atención al cliente	25	7%
Ambiente	66	17%
Infraestructura	11	3%
TOTAL	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 12 Lo que más le gusta de la gastronomía**

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas a la población el 55% manifiesta que lo que más les gusta al consumir la gastronomía de Saraguro es el sabor, siendo este el valor más alto, mientras que el 18% señalaron que les gusta la presentación del plato, el 17% el ambiente, el 7% el servicio y el 3% la infraestructura ocupando el valor más bajo. Comprobando que más le gusta al comensal al momento de consumir la de la gastronomía de Saraguro fue el sabor y la presentación del plato.

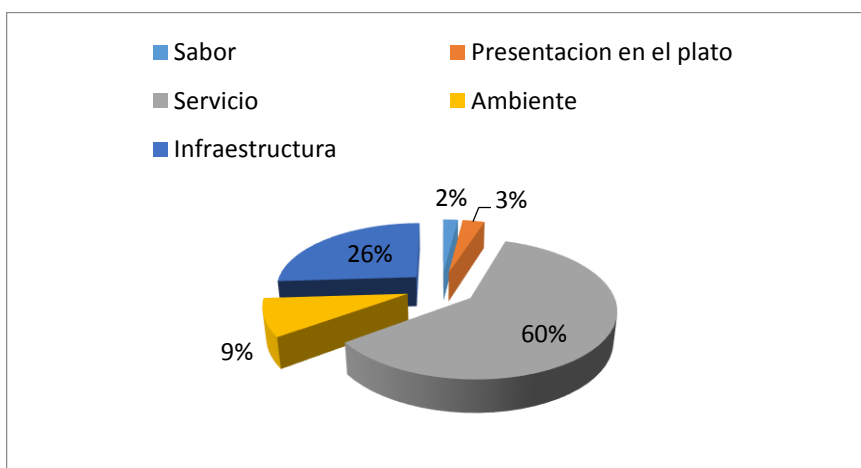
## 10. ¿Qué es lo que menos le gusta al momento de consumir la gastronomía de Saraguro?

**Cuadro 17 Lo que menos le gusta al momento de la gastronomía**

Variable	Frecuencia	%
Sabor	8	2%
Presentación en el plato	12	25%
Servicio y atención al cliente	227	57%
Ambiente	35	6%
Infraestructura	98	9%
TOTAL	<b>380</b>	<b>99%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 13 Lo que menos le gusta al momento de la gastronomía**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas a la población el 60% manifiesta que lo que menos les gusta al consumir la gastronomía de Saraguro es el servicio, siendo este el valor más alto, mientras que el 26% señalaron que no les gusta es la infraestructura, el 9% el ambiente, el 3% la presentación del plato y el 2% el sabor ocupando el valor más bajo. Verificando que el turista o comensal al momento de consumir la gastronomía de Saraguro manifiesta que lo que menos fue el servicio al cliente ya que no lo reciben con la debida amabilidad y respeto que el cliente se merece.

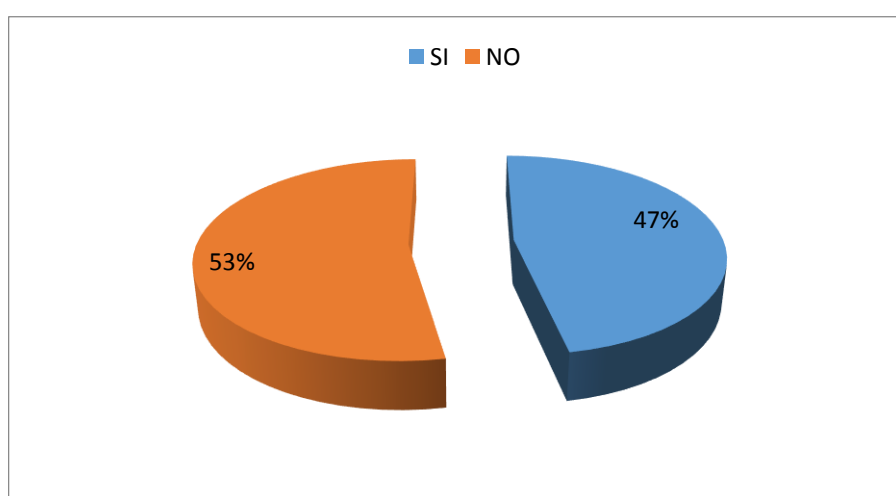
**11. ¿Conoce Usted sobre la existencia de publicidad que impulse el consumo de la gastronomía de Saraguro?**

**Cuadro 18 Existencia de Publicidad**

Variable	Frecuencia	%
SI	178	47%
NO	202	53%
TOTAL	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 14 Existencia de Publicidad**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De los 380 encuestados el 53% equivalente a 202 personas mencionaron que si conocen sobre la existencia de publicidad que impulse el consumo de la gastronomía de Saraguro, mientras que el 47% restante es decir 178 personas señalaron que no conocen sobre la existencia de publicidad.

Comprobando que la mayoría de los encuestados si conocen sobre la existencia de publicidad que den a conocer sobre la gastronomía de Saraguro.



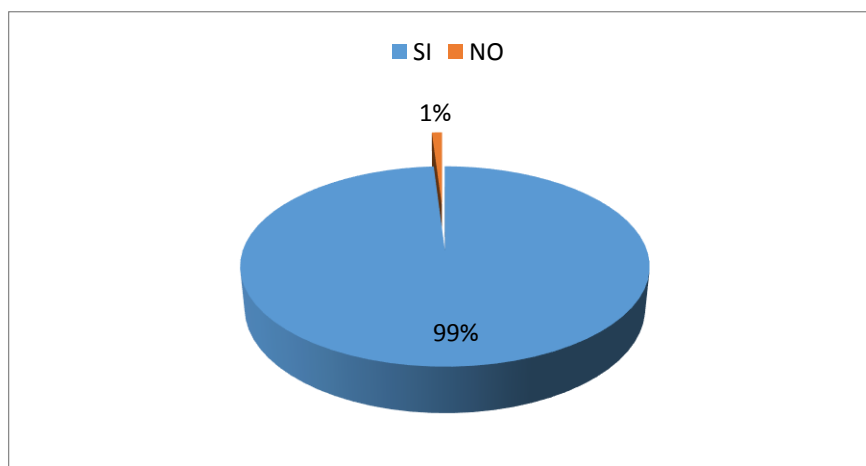
12. ¿Cree usted que se debería realizar promoción y publicidad de la gastronomía de Saraguro?

**Cuadro 19 Promoción y Publicidad**

Variable	Frecuencia	%
SI	377	99%
NO	3	1%
TOTAL	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 15 Promoción y Publicidad**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De los 380 encuestados el 99% equivalente a 377 personas mencionaron que si se deberían realizar la promoción y publicidad de la gastronomía de Saraguro, ya que a través de esto se atraerán más turistas, beneficiando a la comunidad de este Cantón, mientras que el 1% restante es decir 3 personas señalaron que no se debería realizar la promoción y publicad de la gastronomía.

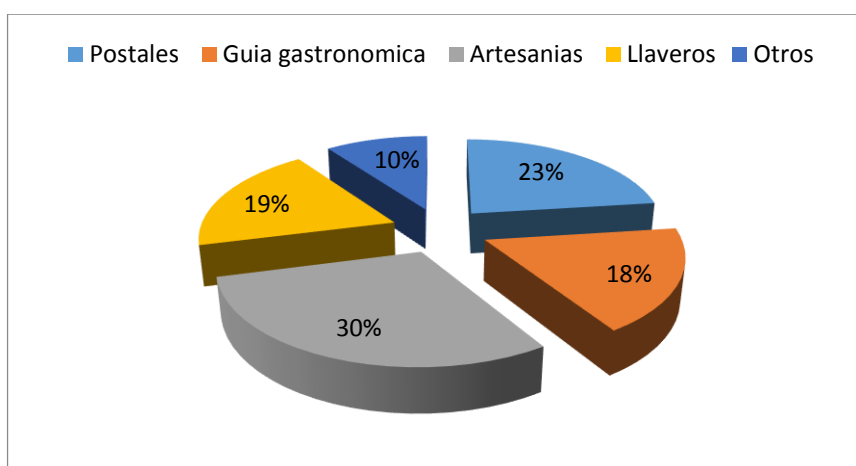
La mayoría de los encuestados manifiestan que si desean que se promociione la gastronomía de Saraguro ya que con esto beneficiaria a toda la comunidad con la llegada de los turistas.

**13. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la gastronomía de Saraguro? SEÑALE UNA OPCIÓN**

**Cuadro 20 Promoción de la gastronomía**

Variable	Frecuencia	%
Postales	87	23%
Guía gastronómica	70	18%
Artesanias	113	30%
Llaveros	73	19%
Otros	37	10%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 6 Promoción de la gastronomía**

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas a la población el 30% señala que la promoción se debe hacer a través de artesanías ocupando el valor más alto, el 23% señalaron que se promocióne a través de postales, el 19% con llaveros, y el 18% menciona que se debe hacer la promoción a través de una guía gastronómica y el 10% restante señala la variable otros. Verificando que la promoción que más acogida tendría es a través de la entrega de artesanías ya que dentro del Cantón Saraguro hay muchos artesanos que se dedican a la comercialización de las mismas.

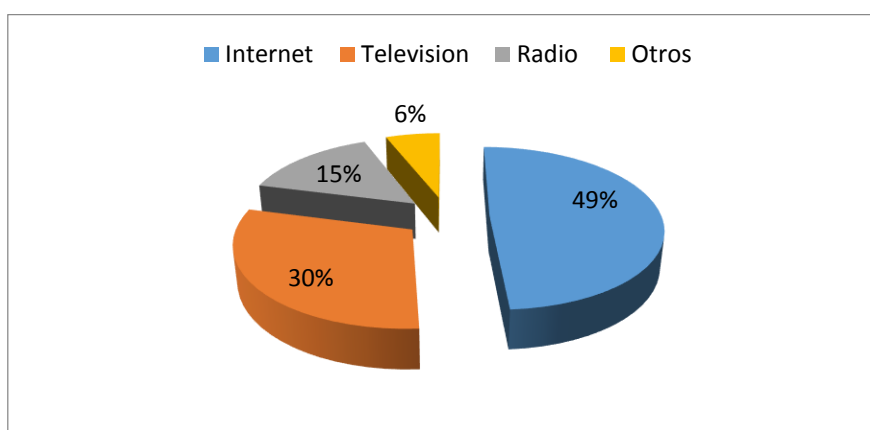
14. ¿Cuáles son los medios publicitarios por los que le gustaría recibir información sobre la oferta gastronómica de Saraguro?  
SEÑALE UNA OPCIÓN

**Cuadro 21 Publicidad de la gastronomía**

Variable	Frecuencia	%
Internet	187	49%
Televisión	115	30%
Radio	56	15%
Otros	22	6%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 17 Publicidad de la gastronomía**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas a la población el 49% señala que le gustaría que la gastronomía se dé a conocer a través del internet, ya que hoy en día niños, jóvenes y adultos están inmiscuidos dentro de este mundo tecnológico que mueve muchas fronteras y que fácilmente se lo adquiere, el 30% por televisión, el 15% por radio y el 6% restante ocupando el valor más bajo señalaron que le gustaría que se dé a conocer a través otros medios de comunicación.

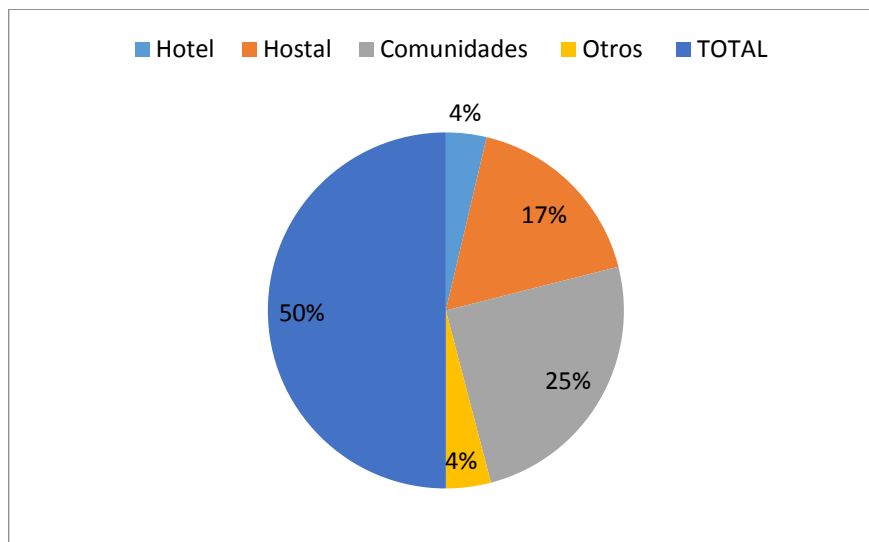
Verificando que los encuestados prefieren que la publicidad se realice a través del internet ya que a través de esta red es más fácil llegar hacia los turistas de todo el cantón, provincia y país.

**15. De los siguientes tipos de hospedaje ¿Cuál sugiere para la comodidad del turista durante su estadía en Saraguro?**

**Cuadro 22 Hospedaje**

Variable	Frecuencia	%
Hotel	28	7%
Hostal	132	35%
Comunidades	189	50%
Otros	31	8%
TOTAL	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 18 Hospedaje**  
Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas a la población de Saraguro el 50% sugiere al turista hospedarse en las comunidades, el 35% en hostales, el 8% en otros establecimientos de alojamiento y el 7% restante sugiere visitar los hoteles.

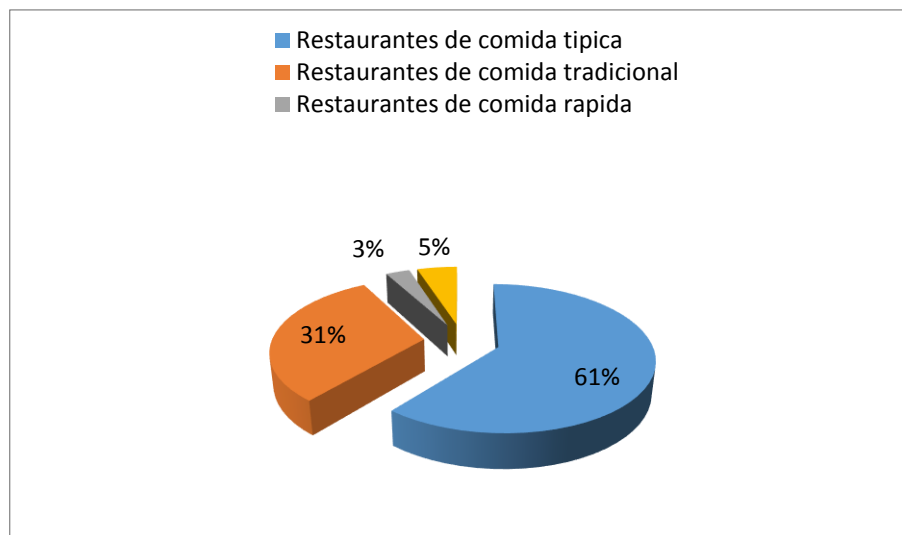
Verificando que los habitantes de Saraguro sugieren a los turistas que se hospeden en las diferentes comunidades existentes en el Cantón Saraguro, mientras que un mínimo porcentaje señala que se hospeden en los hoteles.

**16. De los siguientes establecimientos de alimentación ¿Cuál recomienda visitar al turista durante su estadía en el Cantón Saraguro?**

**Cuadro 23 Establecimientos de Alimentación**

Variable	Frecuencia	%
Restaurantes de comida típica	234	61%
Restaurantes de comida tradicional	116	31%
Restaurantes de comida rápida	12	3%
Otros	18	5%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 19 Establecimientos de Alimentación**  
Fuente: Encuestas  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas a la población de Saraguro el 61% sugiere visitar restaurantes de comida típica, el 31% restaurantes de comida tradicional, un 5% señalaron la variable otros haciendo mención a las cafeterías y el 3% restante recomienda a los restaurantes de comida rápida. Para lo cual se ha podido evidenciar que los habitantes de Saraguro recomiendan al turista consumir dentro de los restaurantes de comida típica.

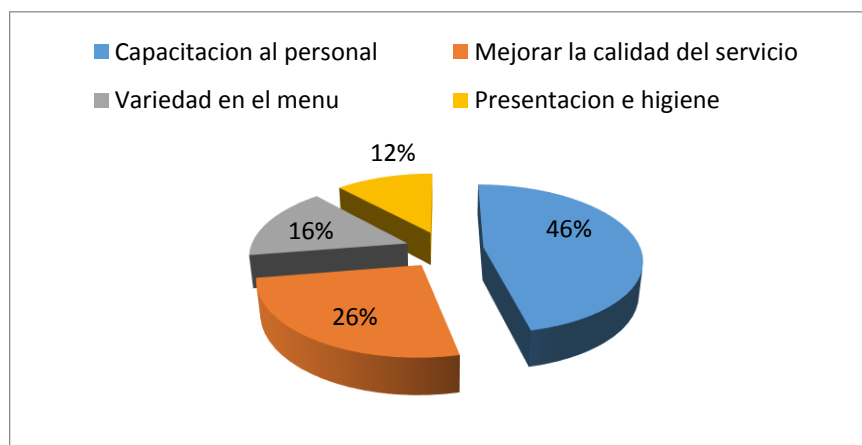
**17.¿Qué sugerencias puede aportar para mejorar el tipo de servicio que brindan los diferentes restaurantes de Saraguro?  
SEÑALE UNA OPCIÓN**

**Cuadro 24 Sugerencias**

Variable	Frecuencia	%
Capacitación al personal	223	59%
Mejorar la calidad del servicio	123	33%
Variedad en el menú	75	20%
Presentación e higiene	56	15%
TOTAL	<b>477</b>	<b>127%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Gráfico 20 Sugerencias**

Fuente: Encuestas

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** De las 380 encuestas aplicadas a la población del Cantón Saraguro el 46% sugiere a los dueños de los restaurantes que se de capacitación al personal siendo este valor el más alto en comparación con los otros valores, el 26% señala que se mejore la calidad del servicio, el 16% manifestaron que se dé más variedad en el menú y el 12% restante menciona que se mejore en la presentación e higiene. Evidenciando que los habitantes sugieren que se capacite al personal para brindar un servicio de calidad y así atraer a más turistas para que consuman lo típico de Saraguro.

## **6.1.2 Análisis Interno**

### **a. Entrevista**

Las entrevistas fueron aplicadas a las autoridades del Municipio de Saraguro, relacionados con el turismo como Jefe de Turismo y Técnico de Turismo. Además se aplicó a 4 dueños de los restaurantes del Saraguro con el fin de obtener información sobre la gastronomía del Cantón y así plantear la propuesta.

- **Análisis de las entrevistas realizadas a las autoridades del Cantón Saraguro.**

Las entrevistas fueron realizadas al Jefe de Turismo Ing. Luis Muñoz Silva y al Técnico de Turismo Ing. Jaime Roberto Poma Sigcho, los mismos que mencionaron e hicieron un realce al turismo, ya que hoy en día es un eje fundamental para la economía nacional, local e internacional y que de una u otra manera están tratando de promocionar el cantón Saraguro y su gastronomía a través de ferias locales, material publicitario y q además de esto existe un Plan Operativo anual el mismo que ayuda la difusión del Cantón, contribuyendo a la economía de sus habitantes y por ende a mejorar la calidad de vida de los mismos.

De igual manera mencionaron que la falta de decisión del sector privado y la falta de apoyo del sector público dificulta la debida promoción y difusión de la gastronomía y que las principales necesidades que el turista posee al momento de visitar Saraguro es la falta de señalética, que los establecimientos hoteleros, de alimentos y bebidas no están bien adecuadas.

- **Entrevista realizada a los dueños de los restaurantes.**

Esta entrevista se la realizó a cuatro dueños de los restaurantes de Saraguro Sra. Aida Janeth Coronel Villavicencio dueña del restaurante “Casona del Sabor”, al señor Roberto Muñoz Ordoñez dueño del restaurante “Pinky y tiempla”, la señora, Isabel Gualan Guamán

administradora del restaurante “ Mama Cuchara” y a la señora Esperanza Guayllas dueña del restaurante “Tupai Pacha” los mismos que mencionaron que la gastronomía es una riqueza del pueblo Saraguro diferenciándose de los demás pueblos y que se debería promocionarla con el fin de que más turistas visiten Saraguro y degusten exquisita gastronomía.

En cuanto a las capacitaciones que el municipio ha brindado un entrevistado menciona que no sabía sobre las capacitaciones que dictaba el municipio, mientras que los demás entrevistados mencionaron que son temas básicos que ellos ya tienen conocimiento y que no van enfocadas a lo que los dueños y empleados de los restaurantes necesitan para brindar una buena atención y servicio al cliente.

#### **b. Historia De La Gastronomía De Saraguro**

La historia de la gastronomía en el Cantón Saraguro viene desde la cultura del pueblo Kichwa Saraguro manteniendo hasta los actuales momentos sus costumbres y tradiciones en cuanto a la gastronomía, ya en fiestas religiosas, reuniones familiares o cualquier tipo de evento comunitario los Saraguros tienen como costumbre brindar sus platos típicos los mismos que han variado con el pasar de los años.

Los Saraguros mantenían una economía de subsistencia, a través del sistema de trueque con poblaciones de la provincia de Loja, Zamora Chinchipe y El Oro, esta se basaba en el intercambio de queso, quesillo y granos, con sal, panela, arroz; actividad que lo realizaban con largas caminatas o con la ayuda de acémilas, hasta las regiones de Zaruma, Portovelo, Curtincapac, Pasaje, Chilla en El Oro; Celica y Chantaco en la Provincia de Loja; actividad que se realizó hasta la década de 1940.

El indígena Saraguro tiene costumbres muy novedosas que invitan a ser conocidas, para mencionar algunas, por ejemplo, en cuanto a la alimentación que se hace a diario, ellos las consideran como: comidas



típicas diarias. En este grupo están las que son consumidas en forma cotidiana.

- **El Chinzhi (desayuno)**

Se sirve mote con quesillo, tamales, tortillas de maíz acompañado de un agua aromática de plantas medicinales cultivadas en la zona, en ocasiones se sirve una sopa hecha con los productos que se cultivan aquí, como trigo, melloco, papa, maíz, etc.

- **El Dudi Micuna (almuerzo)**

Este depende del lugar del trabajo, si es distante a la casa se lleva la alimentación preparada conocida como el fiambre, puede ser una porción de mote con queso, papas, una salsa hecha de pepa de zambo, ají y como refresco chicha de jora; cuando el trabajo queda cerca de la casa, entonces se sirven otros platos como el trigo, colada de zapallo, etc.

- **Zina (merienda)**

Esta comida es más copiosa que las dos anteriores, especialmente si el trabajo del día fue una minga en la que participaron varias personas; se inicia con un plato de sopa hecha de guineo verde con cualquier tipo de grano, luego viene el segundo plato que consiste en una porción de trigo con una presa de cuy y un poco de queso, esta misma dosis es brindada también a la esposa del mingado o a su mamá en el caso de que fuera soltero.

La dieta de los Saraguros posee peculiaridades gastronómicas que no tienen una variedad extensa, pero que si les reporta en cambio un enorme potencial nutritivo.

- **Pinzhi**

Para la cultura Saraguro es muy típico celebrar las fiestas con tres comidas tradicionales: Primero el caldo de carne, el cual se prepara con

trigo, diversos aliños, yuca, cebada pelada o arroz. Luego hay la col con yuca: la col se cocina con hueso de res.

Finalmente se brinda "la obligación" o también conocida como "reparto de pinzhis". El Pinzhi: Es todo lo que se lleva para ofrecer, hasta una cabeza de ganado, dicen. Se denomina obligación, porque se debe llegar con algo.


El Pinzhi se entrega al Marka Tayta. Cuando se festeja un matrimonio se entrega a los novios; a los alumbradores de una fiesta, al Kapak, en otras palabras a quien preside la festividad. En él se utilizan los productos propios del sector así como las comidas tradicionales. Consta de mote, papas con pepa, zanahoria morada, cuy, cebada, trigo, queso y encima entre 6 a 12 panes. Hay distintos tipos de pinzhis. Siempre dicen, lo que sea su voluntad. Tanto los invitados a la celebración como el dueño de casa entregan un pinzhi. El dueño de casa recibe con uno a sus invitados más cercanos, para los que cocinen y para los músicos.

#### **Cuadro 25 Ficha de Resumen de la gastronomía del Cantón Saraguro**

<b>FICHA DE RESUMEN</b>			
	<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>	<b>JERARQUIA</b>	<b>Nº DE FICHA</b>
<b>PLATOS TIPICOS</b>	Cuy con papas	I	001
	Caldo de gallina criolla	I	002
	Estofado de gallina criolla	I	003
	Caldo de res	I	004
	Ají de pepa de zambo	I	005
	Tortillas de walus	I	006
	Bollos	I	007
	Tamales	I	008
	Humas	I	009
<b>BEBIDAS TIPICAS</b>	Wajango	I	008
	Horchata	I	010
	Chicha de Jora	I	011
	Zambo con leche	I	012

Fuente: Trabajo de Campo  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho


**Cuadro 26 Ficha de Resumen Cuy con papas**

<b>CUY CON PAPAS</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha N°:</b> 001
		<p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja</p>	
<p><b>Figura 12 Cuy con papas</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>                      Este exquisito plato es el preferido por el pueblo se lo sirve en las fiestas, en las mingas y en todo tipo de celebraciones.</p> <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuy</li> <li>• Aliños</li> <li>• Especias</li> <li>• Papas</li> <li>• Mote o trigo</li> </ul> <p><b>Preparación:</b>                      Primeramente se lo adereza con condimentos como ajo, comino y sal y se lo deja marinar un momento para luego colocarlo en el carbón hasta que esté dorado y crujiente, se lo sirve caliente con papas y mote, como bebida la chicha de jora o de hongos. El cuy es el plato elegido en todos los eventos, por esta razón se lo cría en casi la mayoría de hogares indígenas.                      Las papas, preparar con refrito y manteca.                      Se lo acompaña con mote o trigo</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>                      Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar estos platos.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de platos típicos</li> <li>• Fotografía</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho


## Cuadro 27 Ficha de Resumen Caldo de Gallina Criolla

<b>CALDO DE GALLINA CRIOLLA</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha N°:</b> 002
		<p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja</p>	
<p><b>Figura 13 Caldo de Gallina Criolla</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>                      Este plato es uno de los más exquisitos que prepara el pueblo Saraguro y se lo sirve en las fiestas, mingas o en reuniones familiares.</p> <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gallina Criolla</li> <li>• Aliños</li> <li>• Cebolla blanca</li> <li>• Orégano</li> <li>• Perejil</li> </ul> <p><b>Preparación:</b>                      Se corta la gallina en presas y se pone en infusión, una vez cocida la gallina se le coloca los aliños, la cebolla blanca cortada en trozos pequeños, el orégano, sal al gusto y finalmente se le agrega el perejil.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>                      Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar estos platos.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de platos típicos</li> <li>• Fotografía</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cuadro 28 Ficha de Resumen Estofado de Gallina Criolla**

<b>ESTOFADO DE GALLINA CRIOLLA</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha N°:</b> 003
		<p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja</p>	
<p><b>Figura 14 Estofado de Gallina Criolla</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>  Este plato es uno de los más exquisitos que prepara el pueblo Saraguro y se lo sirve en las fiestas, mingas o en reuniones familiares.</p> <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gallina Criolla</li> <li>• Aliños</li> <li>• Pimiento</li> <li>• Orégano</li> <li>• Tomate</li> <li>• Perejil</li> <li>• Arroz</li> </ul> <p><b>Preparación:</b>  Se corta la gallina en presas y se pone en infusión, se le agrega los aliños, el orégano, el pimiento, comino y cuando la gallina ya este cocida se le agrega el perejil. Aparte pone al fuego el arroz ya que este le acompañara al estofado de gallina criolla.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>  Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar estos platos.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de platos típicos</li> <li>• Fotografía</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo


Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

## Cuadro 29 Ficha de Resumen Caldo de Res

<b>CALDO DE RES</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha Nº:</b> 004
<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja</p> </div> </div>			
<p><b>Figura 15 Caldo de Res</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>  El caldo de res es un plato muy consumido por las familias del Cantón Saraguro.</p> <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carne de res con hueso.</li> <li>• cebolla blanca y ajo.</li> <li>• Ramitas de cilantro</li> <li>• Zanahorias y calabacitas.</li> <li>• Papas y choclo.</li> <li>• col blanca.</li> <li>• Sal al gusto.</li> </ul> <p><b>Preparación:</b>  En una olla express poner el agua, la carne de res, la cebolla, el cilantro y los dientes de ajo pelados todo sin sal para que la consistencia de la carne quede suave, dejar hervir la carne por 20 minutos, sacar la carne con la cebolla, los ajos y el cilantro y dejar el caldo en la olla., en la olla con el caldo poner nuestras verduras y sal a nuestro caldo., una vez que ya se cocieron nuestras verduras, vamos a colocar en una cacerola mitad de nuestras verduras de la olla express con la mitad del caldo y le vamos a poner la carne que ya habíamos cocido, esto para que la carne obtenga sal y sabor de las verduras.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>  Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar estos platos.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de platos típicos</li> </ul>			


Fuente: Trabajo de Campo  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cuadro 30 Ficha de Resumen Ají de Pepa de Zambo**

<b>AJÍ DE PEPA DE ZAMBO</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha N°:</b> 005
		<b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja	
<p><b>Figura 16 Ají de Pepa de Zambo</b>                      Fuente: Observación Directa                      Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>                      Esta salsa es muy apetecida ya que acompaña a todos los platos típicos.</p> <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pepa de Zambo</li> <li>• Cilantro picado</li> <li>• Chorrillo de leche</li> <li>• Cebolla</li> <li>• Ají</li> <li>• Aceite</li> <li>• Agua, sal y comino al gusto</li> </ul> <p><b>Preparación:</b>                      Tostar las pepas de zambo y reservarlas, en un vaso de licuadora colocar el cilantro, la leche, ajo, ají, agua y las pepas de zambo, rectificar el sabor con sal y comino, sacar la preparación a un recipiente y finalmente mezclar con la cebolla picada y aceite.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>                      Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar estos platos.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de platos típicos</li> <li>• Fotografía</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo  
 Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cuadro 31 Ficha de Resumen Tortillas de Walus**


<b>TORTILLAS DE WALUS</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha Nº:</b> 006
		<p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja.</p>	
<p><b>Figura 17 Tortillas de Walus</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>                      Las tortillas de maíz constituyen delicia típica de la parroquia Manú.</p> <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maíz fresco</li> <li>• Royal</li> <li>• Sal</li> <li>• Quesillo</li> <li>• Mantequilla</li> <li>• Panela</li> </ul> <p><b>Preparación:</b>                      Para la elaboración de las tortilla de maíz se utiliza la masa de sarazo (paros), siendo este uno de los elementos indispensables para este producto, además se añade: mantequilla, royal, sal, zanahoria amarilla y el quesillo. De esta manera se obtiene la masa para proceder hacer las tortillas, posteriormente se las coloca en el tiesto.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>                      Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar estos platos.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b>                      Las actividades turísticas que complementan al principal plato tradicional de la parroquia son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de platos típicos</li> <li>• Participar en las festividades del Cantón Saraguro.</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho




### Cuadro 32 Ficha de Resumen Bollos

<b>BOLLOS</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha N°:</b> 007
		<p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja.</p>	
<p><b>Figura 18 Bollos</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>            Los bollos son unos deliciosos panes que se venden en pocas tiendas de Saraguro, son muy apetecidos por la gran cantidad de queso que llevan en el centro, y se los puede servir con café caliente.</p>			
<p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harina de trigo</li> <li>• Levadura o royal</li> <li>• Sal y Azúcar al gusto</li> <li>• Leche, Queso y huevos</li> </ul>			
<p><b>Preparación:</b>            Primeramente se coloca en un recipiente la leche tibia, la sal, azúcar, huevos, levadura y luego se le va colocando poco a poco la harina, se mezcla hasta que consigas una pasta que sea firme y pegajosa, a esta masa se la deja reposar por 30 minutos. Luego se le rellena de queso al pan, se le da forma y se introduce el pan al horno.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>            Se debe comunicar con anticipación para que se puedan preparar los bollos ya que solo elaboran en pocas cantidades</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de platos típicos.</li> <li>• Visitar atractivos cercanos a este atractivo.</li> </ul>			


Fuente: Trabajo de Campo  
 Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

### Cuadro 33 Ficha de Resumen Tamales de Queso

<b>TAMALES DE QUESO</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha N°:</b> 008
<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  </div> <div style="flex: 2; padding-left: 20px;"> <p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja.</p> </div> </div>			
<p><b>Figura 19 Tamales de Queso</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>            Los tamales de queso la mayoría de los habitantes de Saraguro lo preparan, y lo sirven en reuniones familiares o simplemente en el desayuno.</p>			
<p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maíz</li> <li>• Sal</li> <li>• Levadura</li> <li>• Comino</li> <li>• Manteca de cerdo</li> <li>• Queso</li> </ul>			
<p><b>Preparación:</b>            Bata la manteca hasta que quede esponjosa. Sin parar de batir añada la sal, el comino y la levadura hasta que la pasta tenga la consistencia de miguitas muy pequeñas. En un cuenco aparte mezcle el maíz con el pimiento troceado y el queso. Sobre una hoja de achira, extiende un par de cucharadas de la masa y rellénala de quesillo en migas.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>            Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar estos platos.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de platos típicos</li> <li>• Participar en las festividades del Cantón Saraguro.</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo  
 Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

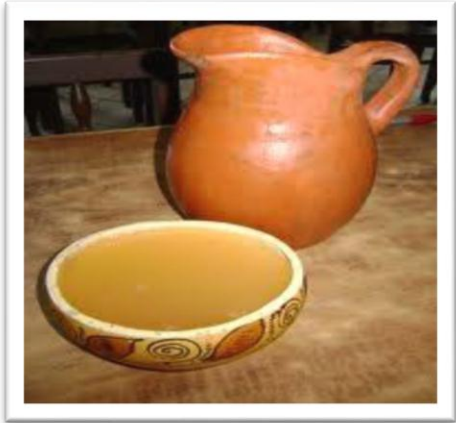
### Cuadro 34 Ficha de Resumen Humas

<b>HUMAS</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha N°:</b> <b>009</b>
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: left;"> <p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja.</p> </div> </div>			
<p><b>Figura 20 Humas</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>            Las humas, la mayoría de los habitantes de Saraguro lo preparan, y lo sirven en reuniones familiares o simplemente en el desayuno.</p> <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Choclo</li> <li>• Mantequilla</li> <li>• Sal y azúcar</li> <li>• Huevos</li> <li>• Manteca de cerdo</li> </ul> <p><b>Preparación:</b>            Batir la masa del choclo, agregar la mantequilla, agregar los huevos, levadura, manteca de cerdo, añada la sal y azúcar, una vez que todos los ingredientes estén bien mezclados sobre una hoja de choclo se le agrega la masa y encima de esta el queso.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>            Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar estos platos.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de platos típicos</li> <li>• Participar en las festividades del Cantón Saraguro.</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho


### Cuadro 35 Ficha de Resumen Wajango

WAJANGO			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha N°:</b> 010
		<p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja.</p>	
<p><b>Figura 21 Wajango</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>            Esta bebida llamada wajango se la puede encontrar en todo el Cantón Saraguro, especialmente en la Comunidad Jera la cual pertenece a la Parroquia Saraguro.</p>			
<p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jugo del penco</li> </ul>			
<p><b>Preparación:</b></p> <p>Se lo hace con el tallo del penco, la planta debe estar madura: se retiran algunas hojas para dejar al descubierto una parte del tallo y luego se procede a raspar en su interior hasta hace un boquete: la savia va llenando lentamente el boquete, el cual que se tapa por unos días hasta que se junte la suficiente cantidad de savia. En primera etapa el líquido que se extrae se llama (mishki) que se sirve como un refresco. Cuando el mishki se deja fermentar adquiere propiedades espirituosas y pasa a llamarse wajango.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>            Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar esta bebida.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de bebidas típicas</li> <li>• Participar en las festividades del Cantón Saraguro.</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cuadro 36 Ficha de Resumen Horchata**

<b>HORCHATA</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha N°:</b> 011
		<p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja.</p>	
<p><b>Figura 22 Horchata</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>            Esta bebida llamada Horchata es una bebida medicinal y se la puede encontrar en las once parroquias que conforman el Cantón Saraguro.</p> <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Linaza</li> <li>• Ataco</li> <li>• Hierba luisa</li> <li>• Esencia</li> <li>• Albahaca</li> <li>• Zhullo</li> <li>• Cadillo</li> <li>• Cola de caballo</li> </ul> <p><b>Preparación:</b>            La horchata se la prepara con plantas medicinales como linaza, ataco, hierba luisa, cadillo, zhullo y cola de caballo, se junta todas estas plantas y se las pone a hervir, acompañándolas con limón para dar un mejor sabor a la horchata.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>            Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar esta bebida típica.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de bebidas típicas</li> <li>• Visitar atractivos cercanos a este atractivo.</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo


Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cuadro 37 Ficha de Resumen Chicha de Jora**

<b>CHICHA DE JORA</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha Nº:</b> 012
		<p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja.</p>	
<p><b>Figura 23 Chicha de Jora</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>                  La Chicha de Jora se convierte en una bebida típica de la parroquia Manú.</p> <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maíz chancado</li> <li>• Panela</li> <li>• Congona</li> <li>• Cedrón</li> <li>• Malbolorosa</li> </ul> <p><b>Preparación:</b>                  Para la elaboración de la Chicha de Jora se necesitan los siguientes ingredientes: Maíz chancado, panela, congona, cedrón y malbolorosa, para la producción de este producto se procede a hervir el agua mezclado los componentes indicados durante diez minutos una vez realizado este proceso se coloca el líquido en un cántaro adecuado durante tres días, para que la producción se fermente y de esta manera esté lista para su repartición.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>                  Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar estos platos.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de platos típicos</li> <li>• Participar en las festividades del Cantón Saraguro.</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo  
 Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

### Cuadro 38 Ficha de Resumen Zambo Con Leche

<b>ZAMBO CON LECHE</b>			
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	<b>Jerarquía:</b> I
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Saraguro	<b>Localidad:</b> Saraguro	<b>Ficha Nº:</b> 013
<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="flex-grow: 1;"> <p><b>Ubicación:</b> Cantón Saraguro, Provincia de Loja.</p> </div> </div>			
<p><b>Figura 24 Zambo Con Leche</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaborado:</b> Marcia Enidt Pizarro Morocho</p>			
<p><b>Características.-</b>  El zambo es una colada exquisita que la podemos encontrar en las once parroquias que conforman el Cantón Saraguro.</p> <p><b>Ingredientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zambo</li> <li>• Leche</li> <li>• Panela</li> <li>• Canela</li> </ul> <p><b>Preparación:</b>  Primeramente cocinamos el zambo conjuntamente con la panela y la canela, por un lapso de 45 minutos hacemos enfriar el zambo y le agregamos la leche.</p>			
<p><b>Recomendaciones:</b>  Se debe comunicar con anticipación para que se pueda elaborar esta bebida típica.</p>			
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Degustación de bebidas típicas</li> <li>• Visitar atractivos cercanos a este atractivo.</li> </ul>			

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

### **c. Infraestructura de Servicios Básicos**

- **Sanidad**

La prestación del servicio público de agua potable, en el sector urbano y periférico de la ciudad de Loja se da a través de la **UMAPAL** del G.A.D. Municipal encargada de tratar el agua para que sea apta para el consumo humano.

- **Eliminación de la basura la población**

La parroquia de Saraguro cuenta con un sistema de recolección y disposición final de los Desechos Sólidos Urbanos, esta es transportada por el carro recolector de basura, mientras que en los barrios de las parroquias del Cantón Saraguro no posee el servicio de recolección de la basura.

- **Energía**

La población cuenta con servicio de energía eléctrica, suministrada por la Empresa Eléctrica Regional del Sur (EERSSA), encargada de generar, distribuir y comercializar energía eléctrica en el área de concesión con estándares de calidad, confiabilidad y seguridad.

- **Vigilancia y Seguridad**

Saraguro Cuenta con Unidades de Policía Comunitaria (UPC)". (Vivienda M. d., Agosto 2006)

- **Vías de Comunicación**

“Desde Quito en un recorrido de 635 km. (11 horas aproximadamente), atravesando gran parte de la región andina se arriba al Cantón Saraguro, las Empresas de Transporte Loja Internacional, Santa y Pullman Viajeros disponen frecuencias permanentes; el valor del pasaje normal es de \$20.00 dólares, y el servicio VIP (algunas empresas), es de \$25.00 dólares. Desde Cuenca se recorren 159 km. (3 horas aproximadamente.



Operan las empresas de transporte Loja, Ejecutivo San Luis, Pullman Viajeros, con intervalos de una hora, por un costo de \$6.00 dólares.

Desde Guayaquil 450 km. Hasta Loja y 54km desde Loja a Saraguro (1 ½ horas aproximadamente), operan las empresas de transporte Loja, Panamericana, Nambija, Yantzaza, con varias frecuencias en el día, por un valor de \$15.00 dólares, y el servicio VIP en \$120.00 dólares. Desde Machala se recorren 224 Km. Hasta Loja y 54km desde Loja a Saraguro (7 ½ horas aproximadamente) varias empresas de transporte ofrecen frecuencias diarias por esta ruta por un costo de \$10.00 dólares.

Por vía aérea el aeropuerto Catamayo ubicado en el cantón Catamayo a 36 km., es el punto de entrada por vía aérea. Una línea especial de taxis conecta al viajero entre la ciudad de Loja y el aeropuerto en un recorrido de 45 minutos, por un costo individual de veinte dólares, y una vez que se llega a Loja se puede escoger entre varias cooperativas de transporte que pueden facilitar la llegada a Saraguro”. (Paladines Ludeña, 2014)

**La empresa TAME, ofrece los siguientes vuelos:**

**CUADRO 39 Vuelos Tame**

ITINERARIOS DE AEROLINEA TAME EN VIGENCIA A PARTIR 24 DE JUNIO 2013					
VUELO	DESTINO	ARRIBO	H. SALIDA	H. LLEGADA	DÍAS DE OPERACIÓN
145	UIO	LOH	07H00	07H50	Lunes a Sábado
144	LOH	UIO	08H20	09H10	
147	UIO	LOH	08H05	08H55	Lunes a Domingo
146	LOH	UIO	09H25	10H15	
149	UIO	LOH	16H00	16H50	Domingo a Viernes
148	LOH	UIO	17H20	18H10	
141	GYE	LOH	06H00	06H50	Lunes a Sábado
140	LOH	GYE	07H20	08H10	
143	GYE	LOH	16H40	17H30	Lunes a Viernes
142	LOH	GYE	17H50	18H40	

Fuente oficinas de la Aerolínea TAME  
Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

“En lo referente a la red vial dentro del Cantón Saraguro existe un circuito de intercomunicación vial entre parroquias y salidas a las provincias del Oro por la parroquia Manú: Bellavista, Sabadel, Taguarcocha, Palenque, y Azuay por la vía Tenta, La Papaya, Chayazapa, Zapotepamba, Chamental, El Tablón, hasta unir con la vía Panamericana sur; el otro anillo vial que une las parroquias Lluzhapa, Seucer, Mostazapamba, Sumaypamba, Uchucay y la salida a la Panamericana Norte, para unir con Girón, Pasaje, El Oro y Azuay.

- **Alojamiento**

Loja cuenta con hostales, pensiones o dentro de las comunidades para todas las posibilidades en categorías de segunda a cuarta, con precios que fluctúan entre los \$8.00 dólares a \$15.00 dólares.

- **Alimentos y bebidas**

En alimentación las opciones son muy variadas, desde comida típica hasta comida tradicional con precios desde \$2.00 dólares a \$5.00 dólares por servicio”. (Plan Estratégico Cantonal de Turismo, 2009)

#### **d. Infraestructura Turística**

Saraguro cuenta con una limitada infraestructura turística, en las cuales tenemos: hostales, pensiones, alojamiento en las comunidades, todos estos de segunda y tercera categoría, restaurantes, fuentes de soda, cafeterías y transporte terrestre

**Cuadro 40 Hostales**

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	N. Hab.	N. PLAZAS
Samana Wasi	10 de Marzo y Avda. Panamericana.	2	4	15	24
Sara Allpa	Avda. Antonio Castro y Avda. Loja.	3	4	14	42
Menbrillo	Parroquia Tenta		3	7	25

Fuente: Plan estratégico Cantonal de Turismo de Saraguro  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

### Cuadro 41 Pensiones

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	N. Hab	N. PLAZAS
Saraguro	Avda. Loja y Antonio Castro	3	3	7	18
Armijos	Avda. Fernando Bravo	3	2	11	15

Fuente: Plan estratégico Cantonal de Turismo de Saraguro  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

### Cuadro 42 Fuentes De Soda

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	N. MESAS	N. PLAZAS
Papas de Don Jorge.	Avda. Loja	3	2	3	12

Fuente: Plan estratégico Cantonal de Turismo de Saraguro  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

### Cuadro 43 Cafeterías

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	N. MESAS	N. PLAZAS
Ñucanchik Micuicuna	El Oro y Loja	3	1	4	16
Café del Teatro	José María Vivar y Sucre.	3	1	6	18

Fuente: Plan estratégico Cantonal de Turismo de Saraguro  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

### Cuadro 44 Comidas y Bebidas

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	N. MESAS	N. PLAZAS
Reina del Cisne.	EL Oro y José María Vivar.	3	4	8	32
Mama Cuchara	Avda. Loja y El Oro.	3	5	8	32
Cheers	Sucre y José María Vivar.	4	3	7	28
Inka Pirka	José María Vivar	3	3	8	32
La guarida del sabor	Diez de Marzo y Azuay	3	4	7	28
Pollos a la brasa Danielita	Av. Loja y diez de Marzo	4	3	5	20
Inti Samana	El Oro y Loja	3	2	6	24

Fuente: Plan estratégico Cantonal de Turismo de Saraguro  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

## ANÁLISIS FODA

Después de realizar las encuestas a los habitantes del Cantón Saraguro, entrevistas a las autoridades del ITUR y dueños de los restaurantes se obtuvo el análisis FODA, el mismo que nos permitió conocer la realidad de la situación de actual de la gastronomía del Cantón, con el fin de obtener las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

**Cuadro 45 Análisis FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Variedad de productos que se oferta a los turistas o visitantes	Limitada Planta turística
Los precios establecidos para cada plato son módicos	Escasa promoción y publicidad de los Recursos gastronómicos de Saraguro
Alta acogida por parte de los turistas al consumir la gastronomía de Saraguro	Mala atención al cliente
Cuenta con materia prima cultivada en el mismo sector para la preparación de los alimentos	Capacitaciones son de conocimientos muy superficiales y no llenan las expectativas de los asistentes.
La gastronomía de Saraguro constituye un aporte al desarrollo turístico.	Deficiente presentación de los platos típicos.
La infraestructura de los locales donde se expende la gastronomía de Saraguro es buena	No existen paquetes turísticos de la gastronomía de Saraguro.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Crecimiento turístico durante los tres últimos años.	Cercanía a la ciudad de Loja por lo que el turista prefiere visitar esta ciudad que el Cantón Saraguro
Ubicación estratégica del Cantón Saraguro.	Incremento de tasas de inflación
La actividad económica más sobresaliente es la agricultura	Falta de organización entre los empresarios turísticos.
Diversidad de atractivos especialmente naturales en el Cantón Saraguro.	Vías de acceso limitada por derrumbes
Turismo comunitario	No existe un Plan de manejo Turístico para mejorar el acceso en época de invierno en el Cantón.
Guías turísticos nativos	Poca inversión para proyectos por parte del sector privado.
Afluencia de turistas en los meses de marzo, junio, septiembre, diciembre.	Población con altos índices de alcoholismo.

Fuente: Entrevistas y encuestas Observación  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

## MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)

A través de esta matriz evaluaremos y calificaremos los factores que se han determinado como oportunidades y amenazas, dando como resultado el análisis externo de la gastronomía del Cantón Saraguro para considerar si las oportunidades están sobre las amenazas, las amenazas sobre las oportunidades o si existe equilibrio entre estas.

**Cuadro 46 Ponderación, Calificación, Resultados MEFE**

PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADOS
0,001 hasta 0,9	Oportunidad mayor 4	Mayor a 2,5 significa que las oportunidades están sobre las amenazas
SUMATORIA = 1	Oportunidad menor 3	Menor a 2,5 significa que las amenazas están sobre las oportunidades
	Amenaza menor 2	Igual a 2,5 significa equilibrio entre oportunidades y amenazas
	Amenaza mayor 1	

Fuente: Entrevistas y encuestas Observación  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cuadro 47 Matriz De Factores Externos**

FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES	PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADOS
Crecimiento turístico durante los tres últimos años.	0,086	4	0,34
Ubicación estratégica del Cantón Saraguro.	0,086	3	0,26
La actividad económica más sobresaliente es la agricultura	0,086	3	0,26
Diversidad de atractivos especialmente naturales en el Cantón.	0,086	4	0,34
Turismo comunitario	0,086	4	0,34
Guías turísticos nativos	0,086	3	0,26
Afluencia de turistas en los meses de marzo, junio, septiembre, diciembre.	0,086	3	0,26
AMENAZAS			
Cercanía con la ciudad de Loja por lo que el turista prefiere visitar esta ciudad que el Cantón Saraguro	0,057	2	0,11
Incremento de tasas de inflación	0,057	1	0,06
Falta de organización entre los empresarios turísticos	0,057	1	0,06
Vías de acceso limitada por derrumbes	0,057	2	0,11
No existe un Plan de manejo Turístico para mejorar el acceso en época de invierno en el Cantón.	0,057	2	0,11
Poca inversión para proyectos por parte del sector privado	0,057	1	0,06
Población con altos índices de alcoholismo.	0,057	2	0,11
<b>TOTAL</b>	1,0		2,69

Fuente: Entrevistas y encuestas Observación  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Análisis:** Una vez analizada y evaluada la matriz de evaluación de factores externos MEFE se obtuvo como resultado 2,69 lo que significa que las oportunidades son levemente superiores a las amenazas por lo tanto se deben proponer estrategias para aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas.

### **MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS (MEFI)**

A través de esta matriz se analizará las fortalezas y debilidades definidas por el diagnóstico interno, lo cual permite al igual que la matriz MEFE considerar si las fortalezas están sobre las debilidades y viceversa o existe un equilibrio dentro de estos factores, dependiendo de los resultados se optará por proponer estrategias que permitan impulsar las fortalezas y eliminar las debilidades.

**Cuadro 48 Ponderación, Calificación, Resultados MEFE**

<b>PONDERACION</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>RESULTADOS</b>
0,001 hasta 0,9	Fortaleza mayor 4	Mayor a 2,5 significa que las fortalezas están sobre las debilidades
SUMATORIA = 1	Fortaleza menor 3	Menor a 2,5 significa que las debilidades están sobre las fortalezas
	Debilidad menor 2	Igual a 2,5 significa equilibrio entre fortalezas y debilidades
	Debilidad mayor 1	

Fuente: Entrevistas y encuestas Observación  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cuadro 49 Matriz De Factores Internos**

<b>FACTORES INTERNOS</b>			
<b>FORTALEZAS</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CALIFICACION</b>	<b>RESULTADOS</b>
Variedad de productos que se oferta a los turistas o visitantes	0,13	3	0,53
Los precios establecidos para cada plato son módicos	0,13	3	0,40
Alta acogida por parte de los turistas al consumir la gastronomía de Saraguro	0,13	3	0,40
Cuenta con materia prima cultivada en el mismo sector para la preparación de los alimentos	0,13	4	0,40
La gastronomía de Saraguro constituye un aporte al desarrollo turístico.	0,13	3	0,53
La infraestructura de los locales donde se expende la gastronomía de Saraguro es buena	0,13	3	0,40
<b>DEBILIDADES</b>			
Limitada Planta Turística	0,13	2	0,27
Escasa promoción y publicidad de los Recursos gastronómicos de Saraguro	0,13	1	0,13
Mala atención al cliente	0,13	1	0,27
Capacitaciones son de conocimientos muy superficiales y no llenan las expectativas de los asistentes.	0,13	2	0,13
Deficiente presentación de los platos típicos.	0,13	1	0,13
No existen paquetes turísticos de la gastronomía de Saraguro.	0,13	1	0,13
<b>TOTAL</b>	<b>1,60</b>		<b>3,73</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Análisis:** una vez analizada y evaluada la matriz de factores internos se obtuvo como resultado 2,80 lo que significa que las fortalezas son levemente superiores a las debilidades por lo tanto se deben proponer estrategias para aprovechar las fortalezas y evitar las debilidades.

**Cuadro N° 50 Matriz De Estrategias**

		<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
		<b>FACTORES INTERNOS</b>	Variedad de productos que se oferta a los turistas o visitantes
	Los precios establecidos para cada plato son módicos	Escasa promoción y publicidad de los Recursos gastronómicos de Saraguro	
	Alta acogida por parte de los turistas al consumir la variedad gastronómica de Saraguro	Mala atención al cliente	
	Cuenta con materia prima cultivada en el mismo sector para la preparación de los alimentos	Capacitaciones son de conocimientos muy superficiales y no llenan las expectativas de los asistentes.	
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	La gastronomía de Saraguro constituye un aporte al desarrollo turístico.	Deficiente presentación de los platos típicos.	
	La infraestructura de los locales donde se expende la gastronomía de Saraguro es buena	No existen paquetes turísticos de la gastronomía de Saraguro.	
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>
Crecimiento turístico durante los tres últimos años.		Elaborar artesanías, postales y llaveros referentes a la gastronomía de Saraguro, con el fin de promocionar dicho cantón y ayudar a su crecimiento económico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar y elaborar un logo para que la gastronomía de Saraguro sea reconocida ya sea a nivel local o nacional.</li> <li>- Dar a conocer la gastronomía de Saraguro a través del internet y medios de comunicación.</li> <li>- Crear un paquete turístico y ofrecer a las diferentes AAVV de la ciudad de Loja con la finalidad de atraer más turistas al Cantón Saraguro.</li> </ul>
Ubicación estratégica del Cantón Saraguro.			
La actividad económica más sobresaliente es la agricultura			
Diversidad de atractivos especialmente naturales en el Cantón Saraguro.			
Turismo comunitario			
Guías turísticos nativos			
Afluencia de turistas en los meses de marzo, junio, septiembre, diciembre.			
<b>AMENAZAS</b>		<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
Cercanía a la ciudad de Loja por lo que el turista prefiere visitar esta ciudad que el Cantón Saraguro		-Realizar un catálogo gastronómica para que le turista conozca más sobre la gastronomía de Saraguro.	- Elaborar un plan de capacitación dirigido a las personas que laboran dentro de los restaurantes del Cantón Saraguro con el fin de brindar una mejor atención al cliente.
Incremento de tasas de inflación			
Falta de organización entre los empresarios turísticos			
Vías de acceso limitada por derrumbes			
No existe un Plan de manejo Turístico para mejorar el acceso en época de invierno en el Cantón.			
Poca inversión para proyectos por parte del sector privado			
Población con altos índices de alcoholismo.			

Fuente: Trabajo de Campo  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho



## 6.2 Plan de Marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro con el fin de posicionarla como uno de los principales atractivos turísticos de la región sur del país

Para el desarrollo del segundo objetivo se va a proponer dos objetivos estratégicos, los mismos que servirán para posicionar a la gastronomía como uno de los principales atractivos de Saraguro.

### **MISIÓN**

Contribuir al desarrollo turístico, cultural y económico del Cantón Saraguro; y convertirse en un ejemplo para el resto de cantones aplicando valores y principios para la planificación turística e ir estableciendo relaciones con aliados estratégicos, convirtiéndolos en pilares de unidad y crecimiento local.

### **VISIÓN**

Ser el ente líder en la operación de actividades turísticas de alta calidad, generando emprendimientos innovadores e interviniendo con sus manifestaciones culturales y multiétnicas al ofrecer servicios turísticos de calidad, ética profesional y seguridad para sus visitantes nacionales y extranjeros.

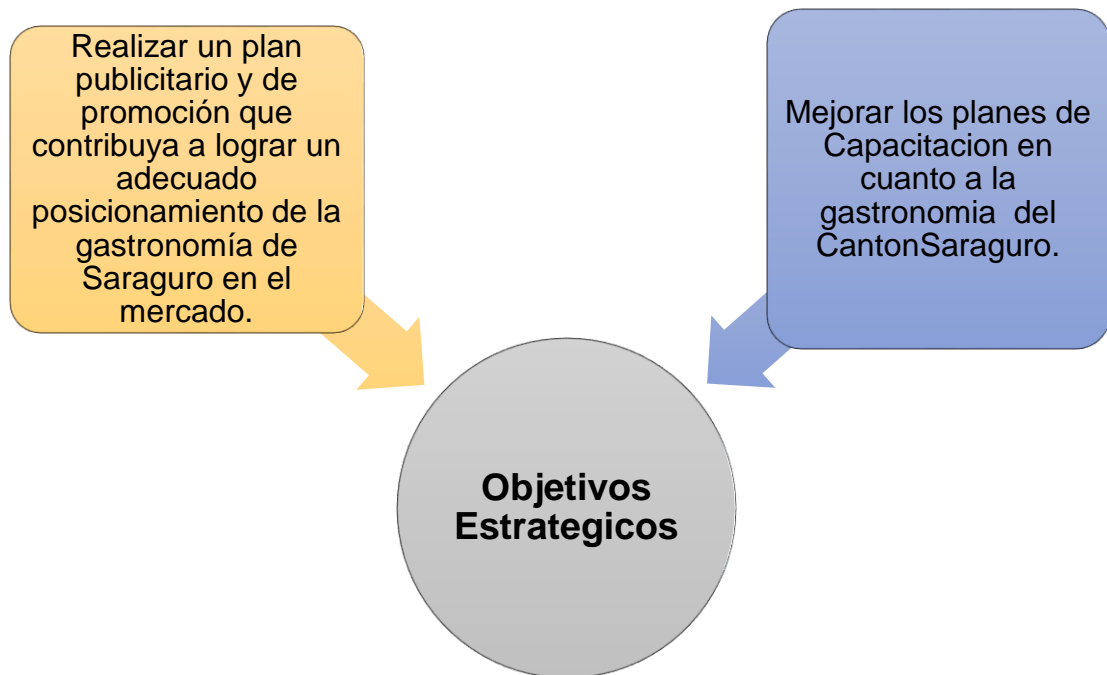
## MARCA

Para el diseño de la Marca se tomó la imagen de la iglesia de Saraguro y a su alrededor los platos típicos más sobresalientes de este cantón ya que en las fiestas religiosas tienen como costumbre ofrecer alimentos y bebidas a los asistentes, esta tradición se llama Pinzhi, fusionándose las fiestas religiosas con la gastronomía.

En la parte posterior encontramos el eslogan “**Gastronomía, Tradición Y Sabor**” lo cual menciona en pocas palabras lo típico de Saraguro, las costumbres y tradiciones que aún se mantiene en este pueblo al momento de preparar los alimentos.



**Figura 22** Marca de la gastronomía de Saraguro  
**Fuente:** Brigitte Becerra Ortiz (Diseñadora Grafica)  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Plan publicitario y de promoción que contribuya a lograr un adecuado posicionamiento de la gastronomía de Saraguro en el mercado.**

### **1. META**

Incrementar el número de turistas que visitan el Cantón Saraguro a través de un plan de promoción y publicidad.

### **2. ESTRATEGIA**

- Diseñar herramientas comunicacionales que permitan fomentar la imagen de la gastronomía de Saraguro ante los diferentes mercados objetivos.
- Contratar los medios de comunicación más sintonizados y de mayor acogida.
- Promociones llamativas, que permitan estimular a los clientes a consumir la gastronomía de Saraguro.

### **3. POLÍTICAS**

- Controlar la eficiencia de la publicidad que se realice en el actuar de los consumidores y turistas.
- La publicidad será creativa y constante.
- El mensaje de la promoción y publicidad será acorde con la gastronomía de Saraguro.
- Se desarrollara la campaña publicitaria cada trimestre o cuando las condiciones del mercado así lo determine.

### **4. TÁCTICAS**

- Dar a conocer la gastronomía de Saraguro a través de trípticos los mismos que serán entregados a los turistas y consumidores y a la ciudadanía en general.
- Contratar espacios en los medios de comunicación masiva (televisión), para la difusión de spot y video publicitario de la gastronomía del Cantón Saraguro, el mismo que será transmitido en horarios AAA o de mayor audiencia.
- Las promociones estarán dirigidas exclusivamente para los consumidores de la gastronomía del Cantón Saraguro, a los cuales se les hará la entrega de artesanías, guías gastronómicas, postales y llaveros.

### **5. RESPONSABLES**

- Jefe de Turismo: Ing. Luis Muñoz Silva
- Tesista: Marcia Enidt Pizarro Morocho

### **6. TIEMPO.**

- El tiempo de duración de la promoción y publicidad será de un año.

- Los trípticos se entregarán en el momento de la compra, hasta agotar el número de trípticos elaborados.
- Para la difusión de las cuñas radiales se las realizará todos los días en las emisoras Cocodrilo Radio y Ecotel, las mismas que tendrán una duración de seis meses.
- Para la difusión del video el tiempo de duración será de un año, el cual será transmitido en ECOTEL TV y se lo transmitirá tres veces por semana.
- Para la promoción el tiempo de duración será constante ya que a través de la entrega de las artesanías, postales y guías gastronómicas el turista se sentirá atraído y seguirá consumiendo la gastronomía de Saraguro.

## **7. RECURSOS.**

### **Recursos Humanos**

- Jefe de Turismo
- Tesista: Marcia Enidt Pizarro Morocho
- Diseñador de la marca y Catalogo Turístico

### **Recursos Materiales**

- Trípticos.
- Materiales de oficina (papel, esferos).
- Equipos de computación.

### **Recursos Económicos**

- Costo de Publicidad = **\$2171,6**
- Costo de la Promoción: **4.475**

## **8. RESULTADOS ESPERADOS**

- Posicionamiento en el mercado.

- Difundir la gastronomía de Saraguro.
- Incrementar el número de turistas que visitan Saraguro.
- Obtención de ganancias.

## 9. INDICADORES

- $\frac{\text{Total de Catálogos Turísticos}}{\text{Total de Catálogos Turísticos entregados}}$
- $\frac{\text{Total de Postales}}{\text{Total de Postales entregadas}}$
- $\frac{\text{Incremento en ventas}}{\text{Costo de la publicidades}}$
- $\frac{\text{Consumidores actuales}}{\text{Consumidores esperados}}$

## 10. PRESUPUESTOS.

### Publicidad

**Cuadro 51 Presupuesto de la publicidad**

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
100	Catálogos	2	200
1	Radio Ecotel.	240	480
	1 cuñas por la tarde.		
	1 cuña por la noche.		
2	Vallas Publicitarias	1250	2,500
12	Prensa Escrita Diario LA HORA	62,15	745,80
<b>TOTAL</b>			<b>\$3925,8</b>

Fuente: Trabajo de Campo  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cuadro 52 Presupuesto de la Promoción**

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
500	Llaveros	3	1500
500	Artesanías	5	2500
300	Catalogo gastronómica	0,75	225
500	Postales	0,5	250
<b>TOTAL</b>			<b>4.475</b>

Fuente: Trabajo de Campo  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho



## Radio Ecotel

Su cobertura avanza toda la provincia de Loja y parte de la región sur, su mega 95.3 y la frecuencia FM Estéreo. El medio radial expuesto anteriormente es el que tienen mayor cobertura y un gran número de oyentes.

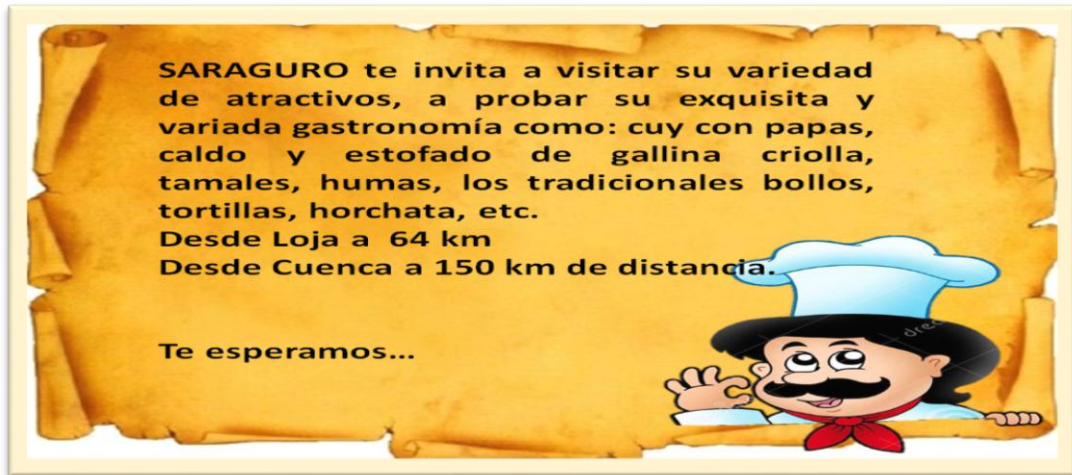


Figura 23 Formato de la cuña radial  
Fuente: Observación Directa  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Prensa Escrita:** la gastronomía del Cantón Saraguro también será difundida en el Diario LA HORA. Donde el lector podrá observar la exquisita gastronomía que posee este Cantón.



Figura 24 Arte periódico  
Fuente: Observación Directa  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**VALLA PUBLICITARIA:** Las vallas publicitarias estarán ubicadas en Cuenca vía a Saraguro y en Loja Vía a Saraguro, el tiempo de permanencia de las vallas publicitarias será de seis meses en los lugares establecidos



**Figura 24 Valla Publicitaria**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Redes Sociales:** a través de las redes sociales se pretende llegar hacia el turista, rompiendo las fronteras y teniendo como propósito la llegada de más turistas nacionales y extranjeros a Saraguro.

A la gastronomía se la difundirá a través del Facebook y Twitter, redes sociales utilizadas por la mayoría de personas como medios de comunicación e informativos.



## TWITTER



**Figura 25 Publicidad por Twitter**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Moroch

## FACEBOOK



**Figura 26 Publicidad por Facebook**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Moroch

**POSTALES:** Se fabricaran 500 postales las mismas que servirán para dar a conocer la riqueza gastronómica del pueblo de Saraguro ya que dentro de cada postal ira la imagen de los platos típicos, los ingredientes y su preparación, siendo este objeto un llamativo para el turista.



**Cuy con papas**

**SARAGURO**  
GASTRONOMIA, TRADICIÓN Y SABOR

**CALDO DE GALLINA CRIOLLA**

**Ingredientes:**  
Cuy  
Añiños  
Especias  
Papas

**Preparación:**  
Primeramente se lo adereza con condimentos como ajo, comino y sal y se lo deja marinar un momento para luego colocarlo en el carbón hasta que esté dorado y crujiente, se lo sirve caliente con papas y mote, como bebida la chicha de jora o de hongos. El cuy es el plato elegido en todos los eventos, por esta razón se lo cría en casi la mayoría de hogares indígenas. Las papas, preparar con refrito y manteca.

**Saraguro – Loja - Ecuador**

Logos:    

**Figura 27 Postal del Cuy con papas**  
Fuente: Observación Directa  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Caldo de Gallina Criolla**

**SARAGURO**  
GASTRONOMIA, TRADICIÓN Y SABOR

**ESTOFADO DE GALLINA CRIOLLA**

**Ingredientes:**  
Gallina Criolla  
Añiños  
Cebolla blanca  
Orégano  
Perejil

**Preparación:**  
Se corta la gallina en presas y se pone en infusión, una vez cocida la gallina se le coloca los añiños, la cebolla blanca cortada en trozos pequeños, el orégano, sal al gusto y finalmente se le agrega el perejil.

**Saraguro – Loja - Ecuador**

Logos:    

**Figura 28 Postal del Caldo de gallina criolla**  
Fuente: Observación Directa  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Estofado de gallina criolla**

**SARAGURO**  
GASTRONOMIA, TRADICIÓN Y SABOR

**ESTOFADO DE GALLINA CRIOLLA**

**Ingredientes:**  
Gallina Criolla  
Añiños  
Pimiento  
Orégano  
Tomate  
Perejil  
Arroz

**Preparación:**  
Se corta la gallina en presas y se pone en infusión, se le agrega los añiños, el orégano, el pimiento, comino y cuando la gallina ya este cocida se le agrega el perejil. Aparte pone al fuego el arroz ya que este le acompañara al estofado de gallina criolla.

**Saraguro – Loja - Ecuador**

Logos:    

**Figura 29 Postal del Estofado de gallina criolla**  
Fuente: Observación Directa  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Caldo de res**

**CALDO DE RES**

**Ingredientes:**  
 Carne de res con hueso.  
 cebolla blanca y ajo.  
 Ramitas de cilantro  
 Zanahorias y calabacitas.  
 Papas y chocoilo.  
 col blanca.  
 Sal al gusto.

**Preparación:**  
 En una olla express poner el agua, la carne de res, la cebolla, el cilantro y los dientes de ajo pelados todo sin sal para que la consistencia de la carne quede suave, dejar hervir la carne por 20 minutos, sacar la carne con la cebolla, los ajos y el cilantro y dejar el caldo en la olla., en la olla con el caldo poner nuestras verduras y sal a nuestro caldo., una vez que ya se cocieron nuestras verduras, vamos a colocar en una cacerola mitad de nuestras verduras de la olla express con la mitad del caldo y le vamos a poner la carne que ya habiamos cocido, esto para que la carne obtenga sal y sabor de las verduras.

**Saraguro – Loja - Ecuador**

**Figura 30 Caldo de Res**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Ají de Pepa de Zambo**

**Aji de pepa de Zambo**

**Ingredientes:**  
 Pepa de Zambo  
 Cilantro picado  
 Chorrizo de leche  
 Cebolla  
 Aji  
 Aceite  
 Agua, sal y comino al gusto

**Preparación:**  
 Tostar las pepas de zambo y reservarlas, en un vaso de licuadora colocar el cilantro, la leche, ajo, aji, agua y las pepas de zambo, rectificar el sabor con sal y comino, sacar la preparación a un recipiente y finalmente mezclar con la cebolla picada y aceite.

**Saraguro – Loja - Ecuador**

**Figura 31 Aji de pepa de zambo**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Tortillas de walus**

**TORTILLAS DE WALUS**

**Ingredientes:**  
 • Maiz fresco  
 • Royal  
 • Sal  
 • Quesillo  
 • Mantequilla  
 • Panela

**Preparación:**  
 Para la elaboración de las tortilla de maiz se utiliza la masa de sarazo (paros), siendo este uno de los elementos indispensables para este producto, además se añade: mantequilla, royal, sal, zanahoria amarilla y el quesillo. De esta manera se obtiene la masa para proceder hacer las tortillas, posteriormente se las coloca en el tiesto

**Saraguro – Loja - Ecuador**

**Figura 32 Postal de Tortillas de Walus**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho





**Tamales**


**TAMALES**

**Ingredientes:**  
 Maíz  
 Sal  
 Levadura  
 Comino  
 Manteca de cerdo  
 Queso

**Preparación:**  
 Bata la manteca hasta que quede esponjosa. Sin parar de batir añade la sal, el comino y la levadura hasta que la pasta tenga la consistencia de miguitas muy pequeñas. En un cuenco aparte mezcla el maíz con el pimiento troceado y el queso. Sobre una hoja de achira, extiende un par de cucharadas de la masa y rellénala de quesillo en migas.

Saraguro – Loja - Ecuador

**Figura 33 Postal de Tamales**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Humas**

**HUMAS**

**Ingredientes:**  
 Choclo  
 Mantequilla  
 Sal y azúcar  
 Huevos  
 Manteca de cerdo

**Preparación:**  
 Bata la masa del choclo, agregue la mantequilla, agregue los huevos, levadura, manteca de cerdo, añada la sal y azúcar, una vez que todos los ingredientes estén bien mezclados sobre una hoja de choclo se le agrega la masa y encima de esta el queso.

Saraguro – Loja - Ecuador

**Figura 34 Postal de Humas**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Bollos**

**BOLLOS**

**Ingredientes:**  
 Harina de trigo  
 Levadura o royal  
 Sal y Azúcar al gusto  
 Leche, Queso y huevos

**Preparación:**  
 Primeramente se coloca en un recipiente la leche tibia, la sal, azúcar, huevos, levadura y luego se le va colocando poco a poco la harina, se mezcla hasta que consigas una pasta que sea firme y pegajosa, a esta masa se le deja reposar por 30 minutos. Luego se le rellena de queso al pan, se le da forma y se introduce el pan al horno.

Saraguro – Loja - Ecuador

**Figura 35 Postal de Bollos**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Figura 36 Postal de la Horchata**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Figura 37 Postal del Wajango**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Figura 38 Postal de la chicha de Jora**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho





**Figura 39 Postal del zambo con leche**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Llaveros:** se fabricarán alrededor de 500 llaveros, los mismos que tienen forma de un maíz granos que son propios del Cantón Saraguro, y estos son elaborados por artesanos del medio, con el fin de que toda la comunidad salga beneficiada al momento de recibir turistas ya sean nacionales o extranjeros.

Además de que la gastronomía de Saraguro se siga promocionando, difundiendo y posicionando en el mercado local y nacional.



**Figura 40 Llaveros**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cerámica:** Para el mejoramiento de la economía de los habitantes de Saraguro y para la difusión su gastronomía se ha creído conveniente elaborar diferentes figuras de cerámica las mismas que están representadas por figuras gastronómicas propias del Cantón en estudio.



**Figura 41 Cenicero**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Figura 42 Porta esferos**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Figura 43 Plato**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Figura 44 Olla**  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Figura 45 Florero**

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Catalogo Gastronómico:** Dentro del catálogo gastronómico se encuentra la lista de los platos típicos más representativos del Cantón Saraguro, describiendo brevemente los ingredientes y preparación de cada alimento, lo cual nos permite ofertar y mostrar las bondades existentes que posee la gastronomía de Saraguro.



## ¡SARAGURO TE DA LA BIENVENIDA!

### ¡GASTRONOMIA TRADICIÓN Y SABOR!

El indígena Saraguro tiene costumbres muy novedosas que invitan a ser conocidas, para mencionar algunas, por ejemplo, en cuanto a la alimentación que se hace a diario, ellos las consideran como: comidas típicas diarias. En este grupo están las que son consumidas en forma cotidiana.

- Chinzhi (desayuno)
- Dudi Micuna (almuerzo)
- Zina (merienda)
- Pinzhi



**Variedad  
de  
Atractivos  
Turísticos**

**Exquisita  
Gastronomía**



### HISTORIA DE SARAGURO

El espacio geográfico que actualmente corresponde a la ciudad de Saraguro, estuvo en un inicio ocupado por los Paltas quienes fueron desplazados por los Inkas; concretamente se cree que Tupak- Yupanki quien conquistó a esta bella región, radicando y sustituyendo a los Paltas por una de las más recias tribus del altiplano con excelentes cualidades humanas, étnicas y culturales hasta hoy apreciadas. Establecidos en estas tierras realizaron obras muy importantes en el tiempo de los emperadores Inkas, como es: parte del Camino Real o Kapak Ñan, que de norte a sur atravesaba el Tahuantinsuyu y que pasaba por aquí; templos, palacios y fortalezas de piedra, que servían para seguridad de la comarca y defensa del imperio, como también para atalayar el horizonte, realizar ritos y ceremonias de adoración a los Dioses, hospedar al Chaski y a los viajeros. Fue por el Camino Real que pasaron los Runas en acelerado viaje desde Quito hacia Cajamarca llevando en sus hombros los tesoros que serían para el rescate de Atawala. Hablaban el Quichua.

Figura 46 Catalogo Turístico  
Fuente: Observación Directa  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho





## PLATOS TÍPICOS DE SARAGURO

**CUY CON PAPAS**

**Características.-**  
Este exquisito plato es el preferido por el pueblo se lo sirve en las fiestas, en las mingas y en todo tipo de celebraciones.

**Ingredientes:**

- Cuy
- Aliños
- Especias
- Papas

**Preparación:**  
Primeramente se lo adereza con condimentos como ajo, comino y sal y se lo deja marinar un momento para luego colocarlo en el carbón hasta que esté dorado y crujiente, se lo sirve caliente con papas y mote, como bebida la chicha de jora o de hongos. El cuy es el plato elegido en todos los eventos, por esta razón se lo cría en casi la mayoría de hogares indígenas.  
Las papas, preparar con refrito y manteca.

**ESTOFADO DE GALLINA CRIOLLA**

**Características.-**  
Este plato es uno de los más exquisitos que prepara el pueblo Saraguro y se lo sirve en las fiestas, mingas o en reuniones familiares.

**Ingredientes:**

- Gallina Criolla
- Aliños
- Pimiento
- Orégano
- Tomate
- Perejil
- Arroz

**Preparación:**  
Se corta la gallina en presas y se pone en infusión, se le agrega los aliños, el orégano, el pimiento, comino y cuando la gallina ya este cocida se le agrega el perejil. Aparte pone al fuego el arroz ya que este le acompañara al estofado de gallina criolla.

**Figura 48** Catalogo Turístico  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

## PLATOS TÍPICOS DE SARAGURO

**BOLLOS**

**Características.-**  
Los bollos son unos deliciosos panes que se venden en pocas tiendas de Saraguro, son muy apetecidos por la gran cantidad de queso que llevan en el centro, y se los puede servir con café caliente.

**Ingredientes:**

- Harina de trigo
- Levadura o royal
- Sal y Azúcar al gusto
- Leche, Queso y huevos

**Preparación:**  
Primeramente se coloca en un recipiente la leche tibia, la sal, azúcar, huevos, levadura y luego se le va colocando poco a poco la harina, se mezcla hasta que consigas una pasta que sea firme y pegajosa, a esta masa se la deja reposar por 30 minutos. Luego se le rellena de queso al pan, se le da forma y se introduce el pan al horno.

**TORTILLAS DE WALUS**

**Características.-**  
Las tortillas de maíz constituyen delicia típica de la parroquia Manú.

**Ingredientes:**

- Maíz fresco
- Royal
- Sal
- Quesillo
- Mantequilla
- Panela

**Preparación:**  
Para la elaboración de las tortilla de maíz se utiliza la masa de sarazo (paros), siendo este uno de los elementos indispensables para este producto, además se añade: mantequilla, royal, sal, zanahoria amarilla y el quesillo. De esta manera se obtiene la masa para proceder hacer las tortillas, posteriormente se las coloca en el tiesto.

**Figura 49** Catalogo Turístico  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



## PLATOS TÍPICOS DE SARAGURO

### ESTOFADO DE GALLINA CRIOLLA

#### Características.-

Este plato es uno de los más exquisitos que prepara el pueblo Saraguro y se lo sirve en las fiestas, mingas o en reuniones familiares.

#### Ingredientes:

- Gallina Criolla
- Aliños
- Pimiento
- Orégano
- Tomate
- Perejil
- Arroz

#### Preparación:

Se corta la gallina en presas y se pone en infusión, se le agrega los aliños, el orégano, el pimiento, comino y cuando la gallina ya este cocida se le agrega el perejil. Aparte pone al fuego el arroz ya que este le acompañara al estofado de gallina criolla.



### TAMALES DE QUESO

#### Características.-

Los tamales de queso la mayoría de los habitantes de Saraguro lo preparan, y lo sirven en reuniones familiares o simplemente en el desayuno.

#### Ingredientes:

- Maíz
- Levadura
- Comino
- Manteca de cerdo
- Queso y sal al gusto

#### Preparación:

Bata la manteca hasta que quede esponjosa. Sin parar de batir añada la sal, el comino y la levadura hasta que la pasta tenga la consistencia de miguitas muy pequeñas. En un cuenco aparte mezcle el maíz con el pimiento troceado y el queso. Sobre una hoja de achira, extienda un par de cucharadas de la masa y rellenarla de quesillo en migas.



Figura 50 Catalogo Turístico

Fuente: Observación Directa

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

## PLATOS Y BEBIDAS TÍPICAS DE SARAGURO

**HUMAS**

**Características.-**  
Las humas, la mayoría de los habitantes de Saraguro lo preparan, y lo sirven en reuniones familiares o simplemente en el desayuno.

**Ingredientes:**

- Choclo
- Mantequilla
- Sal y azúcar
- Huevos
- Manteca de cerdo

**Preparación:**  
Batir la masa del choclo, agregar la mantequilla, agregar los huevos, levadura, manteca de cerdo, añada la sal y azúcar, una vez que todos los ingredientes estén bien mezclados sobre una hoja de choclo se le agrega la masa y encima de esta el queso.

**WAJANGO**

**Características.-**  
Esta bebida llamada wajango se la puede encontrar en todo el Cantón Saraguro, especialmente en la Comunidad Jera la cual pertenece a la Párrroquia Saraguro.

**Ingredientes:**

- Jugo del penco

**Preparación:**  
Se lo hace con el tallo del penco, la planta debe estar madura: se retiran algunas hojas para dejar al descubierto una parte del tallo y luego se procede a raspar en su interior hasta hacer un boquete: la savia va llenando lentamente el boquete, el cual que se tapa por unos días hasta que se junte la suficiente cantidad de savia. En primera etapa el líquido que se extrae se llama (mishki) que se sirve como un refresco. Cuando el mishki se deja fermentar adquiere propiedades espirituosas y pasa a llamarse wajango.

**Figura 51** Catalogo Turístico  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



## BEBIDAS TÍPICAS DE SARAGURO

### HORCHATA

#### Características.-

Esta bebida llamada Horchata es una bebida medicinal y se la puede encontrar en las once parroquias que conforman el Cantón Saraguro.

#### Ingredientes:

- Linaza
- Ataco
- Hierba luisa
- Esencia
- Albahaca
- Zhullo
- Cadillo
- Cola de caballo

#### Preparación:

La horchata se la prepara con plantas medicinales como linaza, ataco, hierba luisa, cadillo, zhullo y cola de caballo, se junta todas estas plantas y se las pone a hervir, acompañándolas con limón para dar un mejor sabor a la horchata.

### CHICHA DE JORA

#### Características.-

La Chicha de Jora se convierte en una bebida típica de la parroquia Manú.

#### Ingredientes:

- Maíz chancado
- Panela
- Congona
- Cedrón
- Malbolorosa

#### Preparación:

Para la elaboración de la Chicha de Jora se necesitan los siguientes ingredientes: Maíz chancado, panela, congona, cedrón y malbolorosa, para la producción de este producto se procede a hervir el agua mezclado los componentes indicados durante diez minutos una vez realizado este proceso se coloca el líquido en un cántaro adecuado durante tres días, para que la producción se fermente y de esta manera esté lista para su repartición.



Figura 52 Catálogo Turístico

Fuente: Observación Directa

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

## BEBIDAS TÍPICAS DE SARAGURO

### ZAMBO CON LECHE

#### Características.-

El zambo es una colada exquisita que la podemos encontrar en las once parroquias que conforman el Cantón Saraguro.

#### Ingredientes:

- Zambo
- Leche
- Panela
- Canela

#### Preparación:

Primeramente cocinamos el zambo conjuntamente con la panela y la canela, por un lapso de 45 minutos hacemos enfriar el zambo y le agregamos la leche.



## SARAGURO TE ESPERA



## VARIEDAD GASTRONÓMICA

**Figura 53** Catalogo Turístico  
**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



## ¿COMO LLEGAR?

### Panamericana:

Desde Quito en un recorrido de 635 km. (11 horas aproximadamente), atravesando gran parte de la región andina se arriba al Cantón Saraguro, las Empresas de Transporte Loja Intemacional, Santa y Pullman Viajeros disponen frecuencias permanentes; el valor del pasaje normal es de \$20.00 dólares, y el servicio VIP (algunas empresas), es de \$25.00 dólares. Desde Cuenca se recorren 159 km. (3 horas aproximadamente. Operan las empresas de transporte Loja, Ejecutivo San Luis, Pullman Viajeros, con intervalos de una hora, por un costo de \$6.00 dólares.

### ¿Por la Costa?

Desde Guayaquil 450 km. Hasta Loja y 54km desde Loja a Saraguro (11 ½ horas aproximadamente), operan las empresas de transporte Loja, Panamericana, Nambija, Yantzaza, con varias frecuencias en el día, por un valor de \$15.00 dólares, y el servicio VIP en \$120.00 dólares. Desde Machala se recorren 224 Km. Hasta Loja y 54km desde Loja a Saraguro (7 ½ horas aproximadamente) varias empresas de transporte ofrecen frecuencias diarias por esta ruta por un costo de \$10.00 dólares.

### Por vía aérea: ¿Cómo llegar?

El aeropuerto Catamayo ubicado en el cantón Catamayo a 36 km., es el punto de entrada por vía aérea. Una línea especial de taxis conecta al viajero entre la ciudad de Loja y el aeropuerto en un recorrido de 45 minutos, por un costo individual de veinte dólares, y una vez que se llega a Loja se puede escoger entre varias cooperativas de transporte que pueden facilitar la llegada a Saraguro.

## INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

### HOSTALES

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	N. HAB	N. PLAZAS
Samana Wasi	10 de Marzo y Avda. Panamericana.	2	4	15	24
Sara Allpa	Avda. Antonio Castro y Avda. Loja.	3	4	14	42
Menbrillo	Parroquia Tenta		3	7	25

### COMIDAS Y BEBIDAS

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	N. MESA S	N. PLAZA S
Reina del Cisne.	EL Oro y José María Vivar.	3	4	8	32
Mama Cuchara	Avda. Loja y El Oro.	3	5	8	32
Cheers	Sucre y José María Vivar.	4	3	7	28
Inka Pirka	José María Vivar	3	3	8	32
La guarida del sabor	Diez de Marzo y Azuay	3	4	7	28
Pollos a la brasa Danielita	Av. Loja y diez de Marzo	4	3	5	20
Inti Samana	El Oro y Loja	3	2	6	24

Figura 54 Catalogo Turístico

Fuente: Observación Directa

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**NOTA:** todo este material publicitario llevara en una esquina de su elaboración la marca o logotipo turístico de la gastronomía de Saraguro de tal forma que sirva como parte de un recuerdo para quien ha visitado, y a su vez permita posicionar de manera directa el logotipo como elemento que se reconoce turísticamente a Saraguro.

## **Paquete Turístico**

### **Perfil del Turista**

Este paquete turístico va dirigido a personas adultas de 35 años de edad hasta los 60 años ya que se necesita esfuerzo físico para subir a los diferentes atractivos con los que cuenta el Cantón Saraguro. Además de conocer sobre la cultura ancestral de este pueblo, sus costumbres, tradiciones y su exquisita gastronomía.

### **Servicios**

En cuanto a los servicios que se ofrecerá, el tour cuenta con transporte, alimentación, hospedaje, tiendas de artesanías.

### **Accesibilidad**

El recorrido se lo hará en vehículo para dirigirse a cada atractivo, pero para ingresar a ellos se lo hará caminando.

### **Horarios de visita**

Todo el año

### **Recomendaciones**

- La visita a los atractivos se los realizará durante el día
- Llevar ropa cómoda y abrigada
- Zapatos cómodos, especialmente deportivos
- Llevar protector solar
- Repelente

## **Guion**

Primeramente muy buenos días mi nombre es Marcia Enidt Pizarro Morocho y seré su guía durante este recorrido, cualquier duda o inquietud pueden decírmela y con gusto las responderé.

Les doy la bienvenida a Saraguro, ubicado al Sur de la Cordillera andina, su paisaje está formado por diferentes ecosistemas como páramo andino, bosque nublado, bosque seco interandino, bosque subtropical desértico y bosque tropical amazónico

Saraguro proviene de los vocablos Kichwa: sara-maíz y Kuri-oro, que significa “maíz de oro”. Sin duda, su nombre está estrechamente ligado al maíz y reafirma la importancia económica, social y simbólica que este producto tienen en la vida del pueblo Saraguro.

Se encuentra constituida por una parroquia urbana: Saraguro, y diez parroquias rurales: Tenta, Celén, Selva Alegre, Lluzhapa, Manú, Yúluc, Urdaneta, Cumbe, Tablón y Sumaypamba.

La cabecera cantonal (Saraguro) se levanta entre varias comunidades indígenas: Lagunas, Ilincho, Yucucapac, Gera, Gunudel, Ñamarín, Tuncarta, Tambopamba, Oñacapac y cada parroquia está dividida en el centro urbano y sus comunidades indígenas y/o comunidades campesinas.

Ahora nos dirigiremos al Restaurante MAMA CUCHARA ubicado en el centro de Saraguro, donde degustaremos un típico desayuno el cual consiste en zambo con leche acompañado de los tradicionales bollos de harina de trigo, típicos del Cantón Saraguro y horneados en hornos de leña y el zambo con leche es una colada exquisita que la podemos encontrar en las once parroquias que conforman el Cantón Saraguro y que consiste en hervir el zambo conjuntamente con la panela y la canela, por un lapso de 45 minutos hacemos enfriar el zambo y le agregamos la leche fría y mezclamos hasta tener una bebida en forma de colada.

A continuación vamos a visitar el atractivo Natural Baño del Inca, el cual se encuentra ubicado en la comunidad de Ñamarin y para ingresar al atractivo iremos por la panamericana norte vía a Cuenca a cinco minutos en carro desde el centro de Saraguro y luego haremos el recorrido a pie alrededor de una hora, es un lugar natural, oculto en la elevación Ñamarin. Está conformado por una cascada de 60 metros de alto, dos pozas una natural y otra artificial. El agua de las pozas es turbia. A 50 metros de la cascada se encuentra las cuevas del Inca, de 4 metros de alto y profundidad, estas cuevas se las conoce como Sininpac. El paisaje natural de este atractivo es muy particular por las formaciones geológicas, la cascada y los matorrales constituidos por especies secundarias pumamaquis, shinin, chilca. En cuanto a fauna se puede observar aves como águilas, colibrís, y mirlos. Entre sus principales atractivos están: la cascada que recorre la montaña y cae perpendicularmente formando dos lagunas, rituales anuales del Inti Raymi y kapak Raymi, cuevas enormes que según la historia servían como trincheras en épocas de guerra. Se acostumbra hacer celebraciones por el Inti Raymi, los asistentes son la comunidad, el presidente de la fiesta y sus reinas. El ritual consiste en: limpieza de perfume, a la media noche se realizan los baños y luego retornan a sus comunidades con danzas.

Terminando este recorrido visitaremos la comunidad de Ñamarin ubicada al este del cantón Saraguro cuenta con servicio de alojamiento para dos huéspedes, en hogares indígenas, actividades como cabalgata, visita a talleres artesanales, rituales, música y danza tradicional y convivencia, esta comunidad conserva costumbres incaica, su vestimenta, el idioma quichua, la elaboración de artesanías, ritual en los solsticios, uso de las plantas medicinales, comidas-bebidas típicas, su música, danza andina donde seremos partícipes de la elaboración de artesanías en mullos, de cultivar los alimentos que dentro de esta comunidad produce y de la preparación de los mismos.

A las 13:30 pm será el almuerzo donde degustaremos la exquisita sopa de chuchuga que está hecha de choclo tierno semicocido y puesto a secar para luego molerlo y colocarlo en una olla en la cual previamente se le añade papa, cebolla y ajo, luego se la deja hervir y posteriormente se le agrega el quesillo gruñido, se la puede servir en cuales quiera de las tres comidas diarias; esta sopa se consume por lo general en forma diaria sólo por la familias que conforman Saraguro. Seguidamente se servirán el cuy con papas, plato típico más representativo del el Cantón Saraguro y que se lo sirve en las fiestas, en las mingas y en todo tipo de celebraciones, antes de asarlo se lo adereza con condimentos y se lo deja marinar un momento para luego colocarlo en el carbón hasta que esté dorado y crujiente, se lo sirve caliente con papas y mote, como bebida la chicha de jora o de hongos. El cuy es el plato elegido en todos los eventos, por esta razón se lo cría en casi la mayoría de hogares indígenas.

En las festividades indígenas este alimento no puede faltar, es considerado el plato fuerte para los matrimonios y todo tipo de celebración, también en las mingas y trabajos importantes se sirve el cuy asado acompañado de papas y el infaltable mote.

A las 2:30 visitaremos la cascada Virgen del Kaka, este atractivo se encuentra en la comunidad de Oñakapak esta cascada tienes unos 30 metros de alto, con formaciones rocosas, formando una poza profunda en su caída y el origen de una quebrada. Justo en la caída de la cascada se puede contemplar la imagen de la Virgen en la roca, aparentemente de perfil, aunque esta no es visible a primera vista. Los habitantes de Saraguro y Cuenca son devotos de esta Virgen. Los cuencanos le hacen fiesta el 16 de octubre. La cascada forma en su interior una gran laguna con una profundidad de no más de 2,5 m. Esta cascada se encuentra escondida entre la montaña, sin embargo desde la comuna de Oñakapak

existe una carretera que conduce hasta la cascada. Frente a la cascada existe un altar arreglado con flores y candelabros, aquí se depositan ofrendas a la Virgen por los milagros realizados. En la actualidad se considera al sector como Santuario Turístico por los milagros realizados por la virgen y por el paisaje natural. A esto se suma la construcción de senderos, cabañas y canchas deportivas para uso de los visitantes en épocas de la fiesta a la virgen.

Ahora tomaremos un descanso para degustar las tortillas de walus, se lo prepara del choclo maduro (Walus) y son ideales para llevar a las faenas de trabajo en el campo como fiambre, se prepara moliendo el choclo y mezclando con panela, huevos y sal; se amasa hasta que esté toda la mezcla uniforme y se hace porciones del tamaño deseado, en el centro de cada porción hacer un hoyo para colocar queso y luego con la mano darles la forma de tortillas. Para cocinarlas se coloca un tiesto a la candela con llama alta, colocar las tortillas hasta que estén asadas luego dar la vuelta para que se hacen del otro lado.

Luego de este break nos trasladaremos a visitar los talleres artesanales de la comunidad de Gunudel que queda a cinco minutos del centro de Saraguro donde visitaremos la casa del señor Miguel Ángel Lozano para la observación de las artesanías trabajadas con arcilla y quemadas en un horno destinado para el efecto, realizando diferentes formas, modelos demostrando su habilidad y destreza para trabajar con la arcilla.

Luego nos trasladaremos al centro de Saraguro donde haremos un pequeño recorrido en la iglesia Matriz de este Cantón, la construcción del templo fue realizada en la administración del Arq. Bruning, en el año de 1943. El iniciador y propulsor de la obra fue por el presbítero Lorenzo Imaicela, la colocación de la primera piedra fue el 16 de Abril de 1943. El financiamiento se debe a los feligreses y los bazares organizados por el

Sr. Fernando Ordoñez. El templo fue construido en el periodo comprendido entre 1943-1963 y restaurado durante los años 1983-1991. Se encuentra administrada por la comunidad de los Hermanos Calasanz. Frente a la Iglesia se encuentra el balaustre del mirador y el parque central.

Estilo: arquitectura ecléctica, la fachada tiene una mezcla de gótico y románico. Gótico por la presencia de arcos ojivales y el rosetón. Románico por la presencia de pilastras con capiteles. La casa parroquial posee una arquitectura tradicional de tipo popular y rural con presencia de portales y cubiertas inclinadas de teja.

Distribución espacial: tres naves, altar mayor, atrio exterior y un campanario en la parte superior del cuerpo central de la fachada. Materiales utilizados: fachada trabajada con piedra, muros de tapia, arena, cal y ladrillo; columnas de cal y ladrillo, pisos de baldosa y de granillo y cemento colorado; tumbado de romerillo y cedro.

Finalmente iremos a degustar el típico caldo y estofado de gallina criolla en el restaurante Casona del Sabor, el caldo y estofado de Gallina Criolla son unos de los más exquisitos que prepara el pueblo Saraguro y se lo sirve en las fiestas, mingas o en reuniones familiares.

Aquí concluimos, gracias por su atención, ha sido un honor acompañarles, espero que después de este interesante recorrido, valoren la gastronomía del Cantón Saraguro. De inmediato abordaremos el transporte que los retornará a la ciudad de Loja.

**Cuadro 53 Itinerario**

<b>DETALLES DEL TOUR</b>	
<b>Nombre del Tour:</b>	Gastronomía, tradición y sabor
<b>Duración:</b>	1 día
<b>Precio:</b>	1200.00
<b>Incluido 10% del paquete</b>	120.00
<b>Total del Costo del Paquete</b>	1320.00
<b>Pago por persona</b>	60.00 pax .10% 6.00
<b>Número de personas</b>	20 pax
<b>Pago incluido el 10%</b>	66 por pax
<b>ITINERARIO</b>	
<b>06:00</b>	Salida Saraguro
<b>07:30</b>	Desayuno en el Restaurantes Mama Cuchara
<b>08:30</b>	Visita al atractivo natural Baño del Inca
<b>09:45</b>	Degustación del wajango
<b>10:00</b>	Salida hacia la Comunidad de Namarin
<b>10:15</b>	Convivencia con la Comunidad de Namarin (Elaboración de artesanías de mullos , cultivo de alimentos y preparación de los mismos)
<b>13:00</b>	<b>Almuerzo en la comunidad de Namarin</b>
<b>14:30</b>	Salida a la Cascada Virgen del Kaka
<b>16:15</b>	Break y degustación de las típicas tortillas de walus.
<b>16: 40</b>	Visita a los talleres artesanales de la comunidad de Gunudel
<b>17:15</b>	Visita a la iglesia Matriz de Saraguro
<b>18:00</b>	Cena en el Restaurante la Casona del Sabor
<b>19:00</b>	Salida a Loja

Fuente: Trabajo de Campo  
 Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Cuadro 54 Objetivo Estratégico N° 1 “Plan de Promoción y Publicidad”**

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 1</b>				
<b>“Realizar un plan publicitario y de promoción que contribuya a lograr un adecuado posicionamiento de la gastronomía de Saraguro en el mercado”</b>				
<b>META</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>POLITICAS</b>	<b>TÁCTICAS</b>	<b>RESP.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar el número de turistas que visitan el Cantón Saraguro a través de un plan de promoción y publicidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar herramientas comunicacionales que permitan fomentar la imagen de la gastronomía de Saraguro ante los diferentes mercados objetivos.</li> <li>Contratar los medios de comunicación más sintonizados y de mayor acogida.</li> <li>Promociones llamativas, que permitan estimular a los clientes a consumir la gastronomía de Saraguro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Controlar la eficiencia de la publicidad que se realice en el actuar de los consumidores y turistas.</li> <li>La publicidad será creativa y constante.</li> <li>El mensaje de la promoción y publicidad será acorde con la gastronomía de Saraguro</li> <li>Se desarrollara la campaña publicitaria cada trimestre o cuando las condiciones del mercado así lo determine.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dar a conocer la gastronomía de Saraguro a través de trípticos los mismos que serán entregados a los turistas y consumidores y a la ciudadanía en general.</li> <li>Contratar espacios en los medios de comunicación masiva, para la difusión de spot y video publicitario de la gastronomía del Cantón Saraguro, el mismo que será transmitido en horarios AAA o de mayor audiencia.</li> <li>Las promociones estarán dirigidas exclusivamente para los consumidores de la gastronomía del Cantón Saraguro, a los cuales se les hará la entrega de artesanías, guías gastronómicas, postales y llaveros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jefe de Turismo: Ing. Luis Muñoz Silva</li> <li>Tesista: Marcia Enidt Pizarro Morocho</li> </ul>
<b>TIEMPO</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICADORES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>El tiempo de duración de la promoción y publicidad será de un año.</li> <li>Los trípticos se entregarán en el momento de la compra, hasta agotar el número de trípticos elaborados.</li> <li>Para la difusión de las cuñas radiales se las realizará todos los días en las emisoras Cocodrilo Radio y Ecotel, las mismas que tendrán una duración de seis meses.</li> <li>Para la difusión del video el tiempo de duración será de un año, el cual será transmitido en ECOTEL TV y se lo transmitirá tres veces por semana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recursos Humanos Jefe de Turismo Ing. Luis Muñoz Silva Tesista: Marcia Enidt Pizarro Morocho</li> <li>Recursos Materiales Trípticos. Materiales de oficina (papel, esferos). Equipos de computación.</li> <li>Recursos Económicos Costo de Publicidad = 2.172,6 Costo de la Promoción = 4.475</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Posicionamiento en el mercado.</li> <li>Difundir la gastronomía de Saraguro.</li> <li>Incrementar el número de turistas que visitan Saraguro.</li> <li>Obtención de ganancias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><math>\frac{\text{Total de Catálogos Turísticos}}{\text{Total de Catálogos Turísticos entregados}}</math></li> <li><math>\frac{\text{Total de Postales}}{\text{Total de Postales entregadas}}</math></li> <li><math>\frac{\text{Incremento en ventas}}{\text{Costo de la publicidades}}</math></li> <li><math>\frac{\text{Consumidores actuales}}{\text{Consumidores esperados}}</math></li> </ul>	

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

## **Plan de capacitación en cuanto a la gastronomía del Cantón Saraguro**

### **1. META**

Fidelizar al turista y consumidor a través de la eficiencia y eficacia del personal que labora dentro de los diferentes restaurantes de Saraguro, logrando con ello incrementar el número de turistas y visitantes.

### **2. ESTRATEGIAS**

- Buscar instituciones que dicten las capacitaciones.
- Realizar una conferencia en temáticas de atención al cliente y alimentos y bebidas.
- Desarrollo de una conferencia dirigida a los dueños y empleados de los restaurantes de Saraguro..

### **3. POLÍTICAS**

- La capacitación del personal será continua, actualizada y permanente.
- Las conferencias serán gratuitas.
- Se evaluarán los resultados luego de la capacitación
- Los cursos de capacitación se los realizará en horarios que no interrumpen las labores en las empresas dedicadas al servicio de alimentación

### **4. TÁCTICAS**

- Llevar a efecto el plan de capacitación de acuerdo a las necesidades de cada uno de los empleados y empleadores de los diferentes restaurantes de Saraguro.
- Dar a conocer la programación planificada a los dueños y empleados de los restaurantes de Saraguro.
- Entregar el material didáctico adecuado al personal a capacitar.

## **5. RESPONSABLES**

- Jefe de Turismo: Ing. Luis Muñoz Silva
- Tesista: Marcia Enidt Pizarro Morocho

## **6. TIEMPO.**

- La capacitación se llevara a cabo una vez al año en el mes de noviembre

## **7. RECURSOS.**

### **Recursos Humanos**

- Jefe de Turismo del Cantón Saraguro
- Tesista: Marcia Enidt Pizarro Morocho
- Capacitadores
- SECAP

### **Recursos Materiales**

- Materiales de oficina (papel, esferos).
- Carpetas
- Infocus
- Equipos de computación.
- Mesas y sillas

### **Recursos Económicos**

- Costo de la Capacitación será gratuito

## **8. RESULTADOS ESPERADOS**

- Eficiencia y eficacia en el desempeño de los empleados y empleadores de los restaurantes de Saraguro.
- Satisfacción a los turistas y consumidores con el servicio ofrecido.
- Fidelización del consumidor y turista.

- Modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes de los dueños y empleados de los restaurantes el manejo de y control de turistas o comensales de manera correcta.

## 9. INDICADORES

- Cursos realizados  
Cursos Programados
- Horas de Capacitación Impartidas  
Horas de Capacitación Programadas
- Aprobación y certificación del curso  
Personas aprobadas del curso

## 10. PRESUPUESTOS.

Presupuesto será avalado por el SECAP en convenio con el Municipio del Cantón Saraguro.

### Plan de Capacitación

La planificación curricular para las capacitaciones a desarrollarse tendrá una carga horaria total de 240 horas, ponderadas de la siguiente manera:

**Cuadro 55 Módulos de Formación**

<b>MÓDULOS DE FORMACIÓN</b>			
Saber hacer (práctica, procedimiento, destrezas y habilidades)	Saber, saber (conocimiento teórico adquirido en un centro de formación)	Saber administrar (gestión y apoyo)	Saber ser (actitud)
<b>50%</b>	<b>25%</b>	<b>15%</b>	<b>10%</b>

Fuente: Trabajo de Campo  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

A continuación se describirá la metodología de enseñanza – aprendizaje para las temáticas que darán durante el proceso de capacitación, misma que deberá facilitar la transmisión de conocimientos y la generación de habilidades y destrezas, pero además desarrollar en el participante las capacidades para aplicarlos y movilizarlos en situaciones reales de trabajo habilitándolo para aplicar sus competencias en diferentes contextos y en la solución de situaciones emergentes.

**Cuadro 56 Cronograma de la Capacitación**

CAPACITADOR	DIRIGIDO A:	HORARIO	LUGAR/	TEMA	SEMANA 1					SEMANA 2							
					1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
Profesional avalado por el SECAP	Empleados y empleadores de los restaurantes de Saraguro	Lunes a viernes Sábados y Domingos	Instalaciones del Antiguo Municipio de Saraguro	1. Capacitación en atención al cliente.	X	X											
Profesional avalado por el SECAP	Empleados y empleadores de los restaurantes de Saraguro	Lunes a viernes Sábados y Domingos	Instalaciones del Antiguo Municipio de Saraguro	2. Hospitalidad			X	X									
Profesional avalado por el SECAP	Empleados y empleadores de los restaurantes de Saraguro	Lunes a viernes Sábados y Domingos	Instalaciones del Antiguo Municipio de Saraguro	3. Capacitación en Higiene Alimentaria					X	X							
Profesional avalado por el SECAP	Empleados y empleadores de los restaurantes de Saraguro	Lunes a viernes Sábados y Domingos	Instalaciones del Antiguo Municipio de Saraguro	4. Capacitación en Contaminación de alimentos							X	X					
Profesional avalado por el SECAP	Empleados y empleadores de los restaurantes de Saraguro	Lunes a viernes Sábados y Domingos	Instalaciones del Antiguo Municipio de Saraguro	5. Capacitación manipulación de alimentos											X	X	

Fuente: Trabajo de Campo  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Cuadro 57 Plan de Capacitación**

<b>1. Identificación del plan de capacitación</b>	
Área:	ALIMENTOS Y BEBIDAS
Especialidad:	CAPACITACIÓN NIVEL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO
Ámbito sectorial:	TURISMO
Alcance:	PROPIETARIOS, ADMINISTRADORES, EMPLEADOS CON O SIN RELACIÓN DE DEPENDENCIA, TRABAJADORES INDEPENDIENTES Y EMPRENDEDORES
Cobertura:	CANTONAL
<b>2. Marco de referencia:</b>	
<p>Considerando al turismo como un ente dinamizador y productivo a nivel mundial que ha evolucionado paulatinamente, de tal modo que en la actualidad se constituye en una de las mayores divisas para el mundo contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes. Para la Organización de las Naciones Unidas “ONU” y la Organización Mundial de Turismo “OMT” la erradicación de la pobreza es uno de los objetivos de desarrollo del milenio que se pretende contrarrestar a través del turismo mediante proyectos de desarrollo sostenible desde el punto de vista social, económico y medioambiental.</p> <p>Puesto que el turismo es una actividad en la cual convergen diversos servicios y entre uno de ellos y muy importante son los Alimentos y bebidas, este servicio cumple un papel muy significativo en el desarrollo integral y la rentabilidad del turismo y en esencia propia de los prestadores de servicios de Alimentos y Bebidas. Por ello se debe considerar como imperante que el personal administrativo y operativo de estos establecimientos deba estar capacitado y contar con todas las herramientas para realizar un desempeño óptimo, y de esta manera reflejar el alcance de una mejor productividad.</p> <p>En este particular caso, se propone un Plan de Capacitación en el que estarán inmersos los establecimientos del cantón Saraguro que ofrezcan el servicio de Alimentos y Bebidas, enfocados a la gastronomía del cantón Saraguro, con la finalidad de brindar un complemento y fortalecer los conocimientos ya adquiridos durante su experiencia profesional o laboral. En base a esta premisa y de acuerdo a la información obtenida en el GAD Municipal de Saraguro, en la actualidad existen varios establecimientos con las características antes señaladas, los mismos que de acuerdo a la</p>	

siguiente planificación serán capacitados.

**3. Perfil del Capacitador:**

El profesional encargado de brindar la capacitación debe cumplir con lo siguiente:

- Profesional con título de tercer o cuarto nivel en las especialidades de acuerdo al módulo de capacitación.
- Experiencia en procesos de capacitación como coordinador, facilitador y/o capacitador.
- Experiencia profesional en el área mínimo de un año
- Disponibilidad de tiempo para atender las exigencias propias del programa de capacitación.
- Capacidad para la toma de decisiones oportunas.
- Manejar estrategias para el trabajo en equipo.
- Poseer habilidades comunicativas que le facilitan interactuar en diferentes contextos.

**4. Perfil del Capacitado:**

Los participantes en el proceso de capacitación deberán presentar los siguientes requisitos:

- Manejo de lenguaje y comprensión de texto a un nivel básico.
- Vocación hacia la profesión.

**5. Objetivo general del plan de capacitación:**

Adquirir conocimientos que permitan a los trabajadores a nivel administrativo y operativo realizar la operación del establecimiento aplicando buenas prácticas con eficiencia y calidad.

**4. Objetivos específicos del plan de capacitación:**

- Conocer procesos de planificación económica para el menú a ofrecer.
- Adquirir conocimientos para montaje y presentación de platos.
- Establecer estrategias de posicionamiento del establecimiento.

**5. Parámetros generales:**

Nº de participantes:	30 PARTICIPANTES
Nº de grupos	2 GRUPOS Los grupos estarán repartidos de la siguiente manera: 2 Grupos de 15 participantes
Periodo de capacitación:	Bimestral (cada dos meses desde el inicio de la capacitación)

Horario:	Considerando que existen 2 grupos de capacitación, existirán dos horarios de capacitación con el fin de facilitar a los participantes escoger el horario que se ajusten a actividades cotidianas. Lunes a Viernes 17h00 a 21h00 Sábados y Domingos 14h00 a 21h00
Horas total de capacitación:	240 horas
Lugar:	Las capacitaciones serán impartidas en aulas que presenten las facilidades físicas para el correcto desempeño de la misma.
<b>6. Estructura curricular modular:</b>	
Módulos de estudio: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación en atención al cliente.</li> <li>• Hospitalidad</li> <li>• Capacitación en Higiene Alimentaria</li> <li>• Capacitación en Contaminación de alimentos</li> <li>• Capacitación manipulación de alimentos</li> </ul>	

Fuente: Trabajo de Campo  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho



## **TEMA 1: ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE**

### **Cliente definición, tipos características**

- Importancia del cliente
- Punto de vista del cliente
- Preparación para atender al cliente
- La exigencia del cliente
- La percepción de la calidad
- Seguridad
- Capacidad de respuesta
- Comunicación credibilidad
- Quien es el cliente y cuáles son sus expectativas

### **Elementos Del Servicio Al Cliente**

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Correspondencia
- Reclamos y cumplidos
- Instalaciones

### **Comunicación y atención al cliente**

- Proceso de comunicación
- Habilidades específicas de comunicación
- Comunicación no verbal y el lenguaje del cuerpo.
- Atención telefónica
- Habilidades de la atención al cliente

## **TEMA 2: HOSPITALIDAD**

### **Atención de requerimientos**

- Definición e importancia y generalidades de hospitalidad
- Norma técnica INEN y estándares internacionales, generalidades.
- Técnicas de recepción-atención al cliente
- Normas de cortesía
- Servicios especiales y personalizados
- Satisfacción de necesidades de los clientes

### **Información al turista**

- La actividad turística y el desarrollo socioeconómico del país
- Tipos de servicios y establecimientos turísticos.
- Atractivos turísticos: clasificación descripción
- Información al turista: procedimientos
- Vocabulario técnico

### **Recursos personales**

- Ética y escala de valores,
- El trabajo en equipo definición, e importancia

### **Seguridad turística**

- Situaciones seguras e inseguras
- Seguridad para el turista e importancia

## **TEMA 3: HIGIENE ALIMENTARIA**

### **Los costes de una práctica higiénica deficiente son:**

- El cierre de un negocio
- La pérdida de su empleo.
- Cuantiosas multas y costes legales, y posible encarcelamiento.
- La pérdida de su reputación.

- El pago de indemnizaciones a las víctimas de intoxicación alimentaria.

**Los beneficios de una buena práctica higiénica son:**

- Una buena reputación del restaurante y pundonor personal.
- Una mejora en los rendimientos, mayores beneficios y salarios.
- Una mejor motivación del personal, que promueve un ambiente de trabajo más seguro y agradable.
- La satisfacción del cliente.
- Unas buenas condiciones laborales.
- La satisfacción personal y laboral.

**TEMA 4: CONTAMINACION DE ALIMENTOS.**

**En base a:**

- Temperatura
- Humedad o Disponibilidad de agua
- Oxígeno
- Acidez

**Principales causas de alteración de alimentos**

- Causas físicas
- Causas químicas
- Causas Biológicas

**Contaminación Cruzada**

- Cuando se transportan de manera incorrecta alimentos crudos con otros ya procesados

- Al almacenar los productos procesados o semiprocados con alimentos crudos.

#### **TEMA 5: MANIPULACION DE ALIMENTOS**

- Limpieza de piel y manos
- Recogerse el cabello
- Cubrirse boca y nariz con una mascarilla
- Utilizar ropa adecuada
- No masticar chicle, fumar o beber
- No llevar joyas, perfume o cremas de afeitar

**Cuadro 58 Objetivo Estratégico N° 2 “Plan de Capacitación”**

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2</b>				
“Mejorar los planes de capacitación en cuanto a la gastronomía del Cantón Saraguro”				
<b>META</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>POLITICAS</b>	<b>TÁCTICAS</b>	<b>RESP.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fidelizar al turista y consumidor a través de la eficiencia y eficacia del personal que labora dentro de los diferentes restaurantes de Saraguro, logrando con ello incrementar el número de turistas y visitantes.</li> </ul>	<p>Planificar un plan de capacitación referente a los temas de</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitación en atención al cliente.</li> <li>2. Hospitalidad</li> <li>3. Capacitación en Higiene Alimentaria</li> <li>4. Capacitación en Contaminación de alimentos</li> <li>5. Capacitación manipulación de alimentos</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>Buscar instituciones que dicten las capacitaciones.</li> <li>Los cursos de capacitación se los realizará en horarios que no interrumpan las labores en las empresas dedicadas al servicio de alimentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La capacitación del personal será continua, actualizada y permanente.</li> <li>Controlar la eficiencia de la capacitación a los empleados de la empresa</li> <li>Realizar un sondeo anual para conocer en qué puntos se encuentra fallando el personal y programar temas de capacitación referentes a estos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Llevar a efecto el plan de capacitación de acuerdo a las necesidades de cada uno de los empleados y empleadores de los diferentes restaurantes de Saraguro.</li> <li>Dar a conocer la programación planificada a los dueños y empleados de los restaurantes de Saraguro.</li> <li>Entregar el material didáctico adecuado al personal a capacitar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jefe de Turismo: Ing. Luis Muñoz Silva</li> <li>Tesista: Marcia Enidt Pizarro Morocho</li> </ul>
<b>TIEMPO</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESULTADOS</b>	<b>INDICADORES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>La capacitación se llevará a cabo una vez al año en el mes de noviembre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recursos Humanos Jefe de Turismo Ing. Luis Muñoz Silva Tesista: Marcia Enidt Pizarro Morocho</li> <li>Recursos Materiales Materiales de oficina (papel, esferos). Carpetas Equipos de computación.</li> <li>Recursos Económicos Costo de la Capacitación = \$5.400</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eficiencia y eficacia en el desempeño de los empleados y empleadores de los restaurantes de Saraguro.</li> <li>Satisfacción a los turistas y consumidores con el servicio ofrecido.</li> <li>Fidelización del consumidor y turista.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> <math display="block">\frac{\text{Número de consumidores}}{\text{Número de consumidores satisfechos}} \times \text{Capacitación Programada}</math> </li> <li> <math display="block">\frac{\text{Capacitación Dictada}}{\text{Incremento en ventas}}</math> </li> <li>Costo de la publicidades</li> </ul>	

Fuente: Trabajo de Campo  
Elaborado: Marcia Enidt Pizarro Morocho

### **6.3 Socialización del Plan de marketing con las autoridades del Cantón Saraguro**

Con la socialización del presente proyecto investigativo se dio cumplimiento al tercer objetivo específico, exponiendo a las autoridades y población del cantón Saraguro.

Además se buscó formar un ambiente de discusión acerca del tema de proyecto, de modo que con las ideas propuestas con respecto al trabajo de investigación, se realice un análisis y se mejore el plan de marketing.

Para el desarrollo de la socialización de la propuesta del plan de marketing se consideraron las siguientes etapas.

#### **Fase I: Preparación Previa**

Con anterioridad a la socialización, se realizó un itinerario de actividades a desarrollarse en el taller para lo cual se realizó lo siguiente:

- Recopilación previa de la información.
- Invitaciones dirigidas a las autoridades y organizaciones que conforman el Cantón Saraguro.
- Itinerario.
- Preparación logística: preparación del material para la exposición.
- Buscar el lugar adecuado para exponer el plan de marketing.
- Refrigerio para los participantes.

#### **Logística**

- Entrega de invitaciones a las autoridades del Municipio de Saraguro y diferentes organizaciones del Cantón en estudio.
- Preparación y adecuación del salón donde se llevó a cabo la exposición.

- Contratación de un refrigerio para los asistentes al taller de participación.

## **Fase II: Ejecución.**

La socialización se realizó el día viernes 17 de Julio del 2015 en el salón social del antiguo Municipio del Cantón Saraguro.

- Preparación del salón para la exposición, adecuar la sala con las sillas y los dispositivos audiovisuales para la proyección.
- Bienvenida por parte del Jefe de Turismo del cantón Ing. Luis Guillermo Muñoz Silva, y mi persona en representación de la Universidad Nacional de Loja, institución que realiza y fomenta la vinculación con la colectividad.
- Se empezó con la exposición del proyecto, mencionando el tema, el problema, la explicación breve del primer objetivo y la metodología aplicada para la realización, con el fin de validar la información recolectada y los resultados del levantamiento de información sobre la gastronomía de Saraguro, luego se explicó y presento la propuesta del plan de marketing con los objetivos estratégicos planteados.
- Posteriormente se dio paso responder las inquietudes de los asistentes en cuanto a lo indicado con anterioridad.
- Seguidamente se agradeció a los asistentes por su colaboración y aportación con este proyecto de investigación.
- A continuación se repartió la hoja en la cual constaría el nombre, la función que desempeñan, la firma de los asistentes y las sugerencias de forma escrita, para poder tener constancia de lo realizado. Para finalizar se brindó un refrigerio en agradecimiento a su participación y asistencia.

### **Fase III: Resultados de la Socialización.**

Con la realización de la socialización se llegó a dar cumplimiento del Tercer Objetivo del presente proyecto investigativo: “Socializar el Plan de marketing con las autoridades del Cantón Saraguro”.

A continuación se exponen las sugerencias más importantes de la socialización.

En la socialización los asistentes estuvieron de acuerdo con la información expuesta sobre el plan de marketing, realizado en el cantón; dentro de la apertura del Foro que se realizó los participantes indicaron que debería ejecutarse tal proyecto para que la gastronomía sea reconocida a nivel nacional.

Los asistentes supieron manifestar las siguientes recomendaciones como:

- Realizar campañas publicitarias, que las instituciones públicas y privadas realicen convenios con el Municipio de Saraguro.
- Impulsar la participación de estudiantes de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística, en investigar nuevos proyectos que sean enfocados en el desarrollo turístico.
- Poner énfasis en la capacitación del personal de los diferentes restaurantes de Saraguro para la excelencia en cuanto a la calidad de atención a los clientes.



## **7. DISCUSIÓN**

Ecuador mantiene diversidad de manifestaciones culturales y naturales excepcionales, distribuidos en cada una de sus regiones. Actualmente se están adoptando políticas responsables que ayudarán al desarrollo de diferentes sectores del país, contribuyendo positivamente en mejorar la calidad de vida de sus habitantes. De acuerdo al enfoque turístico el procedimiento más adecuado para difundir y promocionar un producto o servicio es a través de un plan de marketing, el cual nos ayudara a hacer conocer nuestro producto y elaborar posibles estrategias para el aprovechamiento de los recursos turísticos y gastronómicos del Cantón Saraguro, con el fin de que esta parroquia se posicione en la mente de quienes visitan el lugar.

En base al criterio de la autora Susana Díaz De Vega, el plan marketing de marketing nos ayuda a prever las acciones de la empresa frente a sus competidores y de esta manera de presentar alternativas válidas en todo momento, lo cual permite optimizar los recursos de que dispone la empresa y ajustarse mucho más a sus propias limitaciones y a los condicionantes de ese entorno permitiendo conocer y comprender el mercado para llegar a formar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada y capaz de conseguir clientes dispuestos a consumir el producto o servicio turístico.

Esto permitió identificar nuestro posible mercado para generar estrategias destinadas al turista en base a sus necesidades, captando así su atención y generando un mayor número de visitas al Cantón Saraguro, ya que el principal problema de este Cantón es la falta de promoción y difusión de su gastronomía.

Según David Wheelen y Thomas Hunger J, en su teoría menciona que por medio del análisis este proceso consiste en encontrar una concordancia de estrategias entre las oportunidades externas y las

fortaleza internas que a la vez trabaja al con las amenazas externas y debilidades internas para la toma de decisiones estratégicas de un producto o servicio, por lo que facilito generar estrategias a través de las matrices de factores internos y externos que coadyuvan al desarrollo turístico de la gastronomía potenciando en si su riqueza cultural. Cabe recalcar que se añadieron algunos puntos específicos enfocados al desarrollo gastronómico, que complementaron el trabajo. En los referentes teóricos analizados.

Las encuestas aplicadas a la población y entrevistas realizadas a los entes involucrados en el sector turístico y gastronómico corroboran la información analizada en los referentes teóricos, así como también se evidencia la falta de promoción y difusión de la gastronomía de Saraguro por parte de las instituciones encargadas ocasionando el desconocimiento por parte de la población local y nacional.

Loja posee 16 cantones de los cuales se destaca el cantón Saraguro, caracterizándose por la riqueza de recursos naturales y culturales, especialmente su variedad gastronómica por ello demuestra una tendencia de crecimiento constante de la actividad turística, debido a la gran potencia de recursos turísticos.

De acuerdo al estudio realizado y analizando la elaboración de cada una de las fichas que se llevó a cabo en el desarrollo del proyecto; se ha podido identificar los platos típicos más relevantes del Cantón Saraguro, siendo que por medio de este proyecto se fundamenta la implementación del plan de marketing, como un eje primordial de la sustentación y difusión de la gastronomía con el fin de que esta sea más conocida ya sea a nivel local o nacional.

Este estudio pretende confirmar la validez con respecto a la Oferta en la cual se evidencie: la infraestructura y la planta turística correspondiente

## 8. CONCLUSIONES

De acuerdo con el proyecto desarrollado con el tema: **“Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para la Gastronomía del Cantón Saraguro, Provincia de Loja”** me permito determinar las siguientes conclusiones:

- No existe un diagnóstico actualizado de la gastronomía que posee el Cantón Saraguro.
- El gobierno local no ha gestionado un financiamiento, para llevar a cabo diferentes talleres y proyectos que enfoquen el desarrollo turístico y gastronómico del Cantón en estudio.
- El diseño del plan de marketing gastronómico permite difundir la gastronomía de Saraguro tanto a nivel local, nacional e internacional, herramientas que deben ir acorde a las tendencias actuales de mercado, permitiendo el desarrollo turístico.
- No existe un plan de capacitación que llene las expectativas de las personas que laboran dentro de los restaurantes del Cantón Saraguro en cuanto a la atención y servicio al cliente.
- Existe descoordinación por parte de los diferentes dueños de los restaurantes de Saraguro en cuanto al trabajo conjunto para la debida promoción y difusión de la gastronomía.

## 9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda Departamento de Turismo de Saraguro, que realice un diagnóstico periódico en cuanto a la gastronomía y una actualización de catastro en cuanto a servicios, que posee el dicho Cantón de tal forma que se pueda encontrar la información en el departamento del Mintur.
- Se recomienda al gobierno local designar un presupuesto para llevar a cabo diferentes talleres y proyectos que enfoquen el desarrollo turístico y gastronómico del Cantón en estudio.
- Al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro que pongan en práctica el Plan de Marketing con todas las herramientas y estrategias planteadas para que se optimice esta actividad y poder constituir a la gastronomía como un producto turístico de la localidad.
- Al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro debe elaborar un plan de capacitación dirigido hacia a las personas vinculadas con el sector gastronómico con el fin de solventar problemas y brindar una correcta atención al cliente frente a un gran número de turistas.
- A los dueños de los diferentes restaurantes se recomienda realizar alianzas estratégicas y trabajar en conjunto para brindar una buena atención al cliente, difundir y promocionar la gastronomía y de esta manera atraer más turistas tanto nacionales como extranjeros al Cantón Saraguro.

## 10. BIBLIOGRAFIA

- Altes Machin, C. (2006). *Marketing y Turismo* (3ra ed.). España.
- Censos, I. N. (2010). *Poblacion Economicamente Activa*.
- Correa, D. P. (2007). *LOS SARAGUROS* (1ra ed.). Loja, Ecuador .
- Desarrollo-Senplades, S. N. (2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito-Ecuador.
- Diaz De Vega, S. (2014). *Diaz De Vega Los 5 Elementos Escenciales e Impresindibles de un Plan de Marketing* . Recuperado el 1 de Mayo de 2015, de Finalidades de un Plan de Marketing: <http://webcache.googleusercontent.com/search>
- Iglesias Tovar, R. J. (2008). *Comercialiacion de Productos y Servicios Turisticos* (170, 171 ed.). España: SINTESIS S.A.
- López López, M. (2012). *Marketing Turistico* (1ra Edición ed.). Madrid.
- Ojeda García, C. D., & Mármol Sinclair, P. (2012). *Plan de Marketing* (PRIMERA ed.). ESPAÑA: PARANINFO S.A.
- Paladines Ludeña, M. P. (2014). *Guia Turistica para Loja y Zamora Chinchipe*. Loja.
- Raya, J. M. (2007). *Turismo Hoteleria y Restaurantes* (1ra ed.). Barcelona, España .
- Ricaurte Quijano, C. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*. ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL, Guayaquil.
- Sainz De Vicuña Ancin, J. M. (2010). *El Plan de Marketing en la Pyme*. Madrid: ESIC.
-

- Soriano Soriano, C. L. (2011). *El Marketing Mix; Concepto, Estrategias y Aplicaciones*. Madrid, ESPAÑA: Edigrafos S,A.
- Wheelen, T., & Hunger J, D. (2007). *Administración Estratégica y Política de Negocios* (DECIMA ed.). (G. R. MIGUEL, Ed., & P. EDUCATION, Trad.) MEXICO: Prentice all Mexico.
- Universidad Austral de Chile Escuela Administración Empresas de Turismo. (s.f.). *INTRODUCCIÓN. El turismo al igual que otras actividades*. Recuperado el 30 de ABRIL de 2015, de [www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/.../AR\\_cuerpo.pdf](http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/.../AR_cuerpo.pdf)
- Vivienda, M. d. (Agosto 2006). *Plan de Desarrollo Territorial de Saraguro*. Quito.
- (PLANDETUR 2020 del Ministerio de Turismo de Ecuador. (2007). *PLANDETUR 2020*. Quito: Equipo Consultor Tourism & Leisure - Europraxis.
- *Turismo gastronómico*. (01 de 05 de 2015). Obtenido de [file:///E:/Turismo%20gastron%C3%B3mico.%20Objetivos%20y%20caracter%C3%ADsticas.htm](http://file:///E:/Turismo%20gastron%C3%B3mico.%20Objetivos%20y%20caracter%C3%ADsticas.htm)
- Turismo, M. d. (2013). *Divisas* . Recuperado el 12 de 05 de 2015 , de [http://www.captur.travel/web2011/estadisticas\\_turisticas/documents/boletin\\_enero\\_01\\_2014.pdf](http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/documents/boletin_enero_01_2014.pdf)
- Turismo, M. d. (s.f.). *Boletín Trimestral* . Recuperado el 12 de Mayo de 2015, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/boletin-trimestral>
- [Cifras/BoletinesEstadisticos/TurismoReceptor/Boletines-estadisticos-reporte-mensual-de-turismo-receptor-marzo-2015.pdf](http://Cifras/BoletinesEstadisticos/TurismoReceptor/Boletines-estadisticos-reporte-mensual-de-turismo-receptor-marzo-2015.pdf)
- Turismo, O. M. (15 de 04 de 2015). Obtenido de [media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico](http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico)

- Ecuador, B. C. (2013, 2014, 2015). *Cresimiento Turistico*. Obtenido de [http://www.optur.org/estadisticas/Mayo\\_Boletin-2014.pdf](http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf)
- Ecuador, B. C. (Enero de 2013-2014-2015). *Estadísticas Macroeconomicas*. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro012014.pdf>
- Ecuador, M. d. (2015). Guía Turística Loja. *Ecuador Ama la Vida*, 47.

11. ANEXOS

ANEXO Nº 1  
ANTEPROYECTO



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**PROPUESTA PLAN DE MARKETING TURISTICO**  
**PARA LA GASTRONOMIA DEL CANTÓN**  
**SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN  
AL GRADO DE LA INGENIERÍA EN  
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**ASPIRANTE:**

**MARCIA ENIDT PIZARRO MOROCHO**

**LOJA - ECUADOR**

**2015**



## **1. TEMA**

PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA GASTRONOMÍA DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA.

## 2. PROBLEMÁTICA

Hoy en día el marketing se ha convertido en una herramienta e instrumento fundamental para alcanzar los objetivos de ciertas empresas y negocios turísticos que quieren ser identificadas el mercado a través de herramientas muy accesibles, posibilitando un marketing sin fronteras y permitiendo el contacto con el consumidor los 365 días del año. Dentro del turismo el marketing juega un papel muy importante ya que a través de este los países pueden promocionar su riqueza natural, cultural, su gastronomía, sus tradiciones, costumbres y crear estrategias para que el producto o servicio satisfaga las necesidades de los clientes, así como también permite establecer precios acorde a la calidad del producto o servicio turístico que se ofrece.

Dentro de las actividades turísticas que se realizan a nivel mundial y que han sido promocionadas paulatinamente podemos mencionar el turismo gastronómico, el cual muestra su riqueza cultural y se convierte en un recurso irrefutable en el ámbito turístico siendo indiscutiblemente, este tipo de producto el que despierta el interés del turista y consumidor, formando parte de la trilogía en turismo como son alimentación, transporte y hospedaje.

Ecuador para promocionarse internacionalmente, el gobierno conjuntamente con el Ministerio de Turismo creó su nueva marca “ALL YOU NEED IS ECUADOR” teniendo como principal objetivo la generación de divisas y posicionarse como una potencia turística a nivel mundial siendo uno de los países más megadiversos del mundo por su variedad de climas, suelos y ubicación geográfica, posee una gran diversidad de paisajes, etnias, tradiciones, costumbres, folclor y una exquisita gastronomía. Ecuador es ideal para desarrollar el turismo gastronómico, actividad que origina ingresos económicos importantes para el país, dinamizando el capital y mejorando la calidad de vida de los ecuatorianos.

La gastronomía del país representa un sector de relevancia en la economía nacional, desde el punto de vista turístico, cada vez más regiones encuentran en la gastronomía un motivo de atractivo especial para los turistas, con interés en ampliar la cantidad de propuestas que pueden derivar en un circuito gastronómico o en una ruta alimentaria tomando de base las producciones locales. 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 nuestro país. Además, la herencia tanto indígena como europea ha cimentado una armonía que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales.

En la Región sur del país encontramos la provincia de Loja que de alguna manera ha sido promocionada local y nacionalmente por medio de las estrategias de marketing aplicadas principalmente por el Ministerio de Turismo ya que otras empresas privadas inmersas dentro del turismo no lo han hecho, causando así la disminución de turistas y el interés de los mismos por explorar la provincia que es rica en cultura, gastronomía, costumbres y tradiciones, para lo cual es necesario la creación de un buen plan de marketing que promocióne y posicione a Loja como un destino turístico.

En la Provincia de Loja encontramos el Cantón Saraguro el cual cuenta con una gran variedad de atractivos naturales y culturales, donde podemos realizar diferentes actividades turísticas tales como: turismo comunitario, ecoturismo, turismo rural, turismo gastronómico, etc. Este último no cuenta con un plan de marketing que difunda la gran variedad de platos típicos con los que cuenta este cantón tales como: cuy asado con papas, jallullos, mote pelado, tortillas de maíz, sopa de chuchuga, caldo de gallina criolla, chicha de jora, wajango, entre otros, dejando a un lado el turismo gastronómico y generando la poca afluencia de turistas y

visitantes que consuman los diferentes platos que en esta zona se produce.

Otro factor que afecta notablemente al turismo gastronómico es la aculturización por parte de ciertos habitantes, perdiendo sus costumbres y tradiciones de un pueblo indígena y ancestral dando como resultado el desinterés por seguir rescatando la cultura gastronómica que identifica a este pueblo de Saraguro.

Con estos antecedentes y en base a un sondeo realizado se pudo evidenciar que el problema existente en el Cantón es: **“LA FALTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA GASTRONOMÍA DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA”** generando el desconocimiento de la gastronomía por parte de los turistas que visitan el Cantón Saraguro, entonces, con la propuesta de este plan de marketing se fortalecerá el turismo gastronómico, se generará nuevas fuentes de empleo y mejorará la economía de sus habitantes.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

Como estudiante de la carrera de Administración Turística del Área Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, el presente trabajo sirve como requisito previo a la titulación para aprobar los estudios superiores.

Dentro del ámbito económico con la propuesta de este proyecto se generaran nuevas fuentes de empleo, a través de la llegada de nuevos turistas mejorando así, los ingresos sus habitantes y favoreciendo el desarrollo económico del cantón en estudio.

En cuanto a la justificación social se pretende involucrar diferentes comunidades del Cantón Saraguro con el fin de mejorar su calidad de vida rescatando sus costumbres y tradiciones en lo que respecta al turismo gastronómico ya que forman parte de un gran valor histórico y trascendental de nuestra provincia, región y país.

Para la justificación turística la presente investigación servirá como aporte al desarrollo turístico, ya que con la ejecución del proyecto se evidenciará el potencial gastronómico que posee el Cantón Saraguro teniendo una gran acogida por parte de los turistas que visitan dicho sector.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo General**

- Elaborar un Plan de Marketing para promocionar la gastronomía, contribuyendo así al desarrollo turístico y socioeconómico del Cantón Saraguro, Provincia de Loja.

### **4.2. Objetivos Específicos**

- Realizar un Diagnóstico de la situación actual de la gastronomía del Cantón Saraguro, Provincia de Loja.
- Proponer un Plan de Marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro con el fin de posicionarla como uno de los principales atractivos turísticos de la región sur del país.
- Socializar el Plan de marketing con las autoridades del Cantón Saraguro.

## **5. MARCO TEÒRICO**

### **5.1 Marco Conceptual**

#### **5.1.1 TURISMO**

- a. Atractivos Turísticos

#### **5.1.2 GASTRONOMÍA**

- a. Tipos de Gastronomía
- b. Gastronomía en Ecuador
- c. Turismo Gastronómico

#### **5.1.3 MARKETING**

- a. Marketing Turístico
- b. Instrumentos del Marketing Turístico
  - Marketing Estratégico
  - Marketing Operacional o Marketing Mix
    - ✓ Producto
    - ✓ Precio
    - ✓ Plaza
    - ✓ Promoción
- c. Plan de Marketing
  - Fases de un Plan de Marketing
- d. Elementos de un Plan de Marketing
- e. Finalidades de un Plan de Marketing

#### **5.1.4 ANÁLISIS Y DIAGNOSTICO**

- a. Análisis Interno
- b. Análisis Externo

#### **5.1.5 FODA**

### **5.2 Marco Referencial**

#### **5.2.1 CANTÓN SARAGURO**

- a. Origen Histórico

b. Datos Generales

- Ubicación Geográfica, Extensión y Límites
- Clima y Temperatura
- División Política
- Población Cantonal



## **6. METODOLOGÍA**

La presente Propuesta de Marketing Turístico se realizará en el Cantón Saraguro, Provincia de Loja para la cual utilizaremos las siguientes metodologías y técnicas:

### **6.1 Métodos**

#### **6.1.1 Método Deductivo**

El método deductivo permite sacar las respectivas conclusiones, en base a la problemática, necesidades y propuestas que tengan criterio técnico en aspectos turísticos para el beneficiar y mejorar el sitio en estudio. Este método se lo aplicará para conocer en qué situación se encuentra el Cantón Saraguro en cuanto a su gastronomía, permitiendo sacar las debidas conclusiones para elaborar una propuesta de difusión gastronómica.

#### **6.1.2 Método Inductivo**

El método inductivo es una forma de razonamiento por medio de la cual se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Este método nos permitirá estudiar las características del Cantón Saraguro teniendo como finalidad estipular su incidencia social y económica para beneficio sector.

#### **6.1.3 Método Descriptivo**

Se ocupa de la descripción de datos y características de una población, el objetivo es la adquisición de datos precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares. Este método nos permitirá recolectar, analizar, resumir y presentar los resultados del objeto de estudio, identificando la situación actual en la que se encuentra el Cantón Saraguro.

#### **6.1.4 Método Histórico**

El método histórico consiste en averiguar los sucesos o hechos en sus diferentes manifestaciones desde su origen hasta su culminación, determinando la etapa de tiempo y espacio cronológico del tema o problema en relación con las condiciones históricas-sociales. Este método nos permitirá elegir los fundamentos teóricos y científicos para poder elaborar el marco conceptual y marco referencial.

### **6.2 Técnicas**

#### **6.2.1 Entrevista**

La entrevista es utilizada para la recolección de información oral, a través de un diálogo de carácter planificado entre el investigador y los sujetos que son fuentes de información. Esta técnica se la aplicará para entrevistar a las diferentes autoridades del Cantón Saraguro con el fin de obtener información para el adecuado desarrollo de la propuesta de tesis.

#### **6.2.2 Observación Directa**

La observación Directa consiste en observar el fenómeno, hecho o caso, tomar la información y registrarla para su posterior análisis. Se aplicará esta técnica para obtener y comprobar información en cuanto a la gastronomía del Cantón Saraguro permitiendo así la difusión de la misma.

#### **6.2.3 Análisis FODA**

Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de un lugar, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acorde con los objetivos planteados en el proyecto. Este análisis nos permitirá evaluar la situación actual del cantón en estudio tomando medidas estratégicas a través de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los sectores involucrados.

## 6.2.4 Encuesta

Es utilizada para la recolección de información por medio de preguntas, cuyas respuestas se obtienen en forma escrita, es un método en que se estudian determinados hechos o fenómenos por medio de lo que expresan los sujetos sobre ellos. La encuesta nos servirá para recolectar información gastronómica y poblacional del Cantón Saraguro, para lo cual se aplicaran 380 encuestas.

**Muestra:** la muestra nos servirá para determinar el número de encuestas se trabajara con la población económicamente activa del Cantón Saraguro con datos del INEC.

Muestra (fórmula para menos de 100000 habitantes)

$$n = \frac{Z^2 p q N}{Ne^2 + Z^2 p q}$$

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza (1.96) 2

p= probabilidad a favor (0.5)

q= probabilidad en contra (0.5)

e= margen de error de estimación (0.005)2 =0.0025

N= Universo proyectado.

### Desarrollo de la muestra

Provincia de Loja, Cantón Saraguro, cuenta con 30183 habitantes en el año 2010, 32172 habitantes proyectados para el año 2015

**CUADRO N: 1 Proyección**

AÑO	POBLACION	IP	POBLACION PROYECTO
2010	30183	0,82%	30431
2011	30431	0,82%	30678
2012	30678	0,82%	30926
2013	30926	0,82%	31173
2014	31173	0,82%	31421
2015	31421	0,82%	31668

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 31421}{31421 * 0.005^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 78555}{31421 * 0.0025 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{30177,69}{78,555 + 0,9604}$$

$$n = \frac{30177,69}{79,5154}$$

$$n = 380$$

Se realizarán 380 encuestas a la población económicamente activa del Cantón Saraguro, Provincia de Loja, las cuales serán divididas según el número de población con las que cuenta cada parroquia, así como se observa en el siguiente cuadro:

**CUADRO N: 2 Numero De Encuestas a Aplicar a cada Parroquia Del Cantón Saraguro**

PARROQUIAS	POBLACIÓN CENSO (2010)	POBLACIÓN PROYECCIÓN (2015)	%	ENCUESTAS A APLICAR
El Paraíso de Celen	2.757	2.870	<b>9,13%</b>	<b>35</b>
El Tablón	917	956	<b>3,04%</b>	<b>12</b>
Lluzhapa	1.705	1.775	<b>5,65%</b>	<b>21</b>
Manù	2.668	2.777	<b>8,84%</b>	<b>34</b>
San Antonio de Cumbe	1.146	1.193	<b>3,80%</b>	<b>14</b>
San Pablo de Tenta	3.676	3.827	<b>12,18%</b>	<b>46</b>
San Sebastián de Yuluc	982	1022	<b>3,25%</b>	<b>12</b>
Saraguro	9.045	9.416	<b>29,97%</b>	<b>114</b>
Selva Alegre	1.927	2.006	<b>6,38%</b>	<b>24</b>
Sumaypamba	1.594	1.659	<b>5,28%</b>	<b>20</b>
Urdaneta	3.766	3.920	<b>12,48%</b>	<b>47</b>
<b>TOTAL</b>	<b>30.183</b>	<b>31.421</b>	<b>100,00%</b>	<b>380</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

### 6.3 Metodología por objetivos

Para el cumplimiento del primer objetivo **“Realizar un Diagnóstico de la situación actual de la gastronomía del Cantón Saraguro, Provincia de Loja”**. Se utilizara el método deductivo, descriptivo e histórico los mismos que nos permitirán identificar cual es la situación en la que se encuentra el Cantón Saraguro, además se utilizará la técnica de la encuesta, entrevista y observación, para recopilación de información la misma que será analizada a través de la matriz FODA.

Para el cumplimiento del segundo objetivo **“Proponer una Propuesta de un Plan de Marketing para la difusión gastronómica del Cantón Saraguro”** se utilizará el método inductivo y descriptivo el cual nos permitirá obtener información relevante que ayudará a crear estrategias de marketing, para la difusión gastronómica del cantón.

Para el cumplimiento del tercer objetivo **“Socializar el Plan de marketing turístico para la gastronomía típica del Cantón Saraguro, Provincia de Loja”**. Esta socialización se la realizará mediante tres fases:

Primera: Inicial (Previa) convocatorias, orden del día, presentaciones.

Segunda: (Ejecución) Desarrollo, presentación de la temática con el apoyo de material audiovisual.

Tercera: (Resultados) Conclusiones y Sugerencias solicitadas a la comunidad a la cual se le socializará el proyecto de tesis.

## 7. CRONOGRAMA POR OBJETIVOS Y ACTIVIDADES

CUADRO N: 3 Cronograma

TIEMPO ACTIVIDADES	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Anteproyecto de Tesis.			X	X	X	X																		
2. Revisión de Literatura.							X	X																
3. <b>Objetivo 1</b> Realizar un Diagnóstico de la situación actual.									X	X	X	X												
4. <b>Objetivo 2</b> Proponer el Plan de Marketing.													X	X	X	X								
5. <b>Objetivo 3</b> Socializar la Propuesta																	X	X						
6. Presentación del Borrador de Tesis																			X	X				
7. Informe Final																					X			

Fuente: Línea de Investigación "Marketing"

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

## 8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

### Recursos Humanos

- Jefe del Departamento de Turismo del Cantón Saraguro
- Investigadora (Marcia Enidt Pizarro Morocho)

### Recursos Materiales

- Copias
- Suministros y materiales de oficina
- Internet e Impresiones

### Recursos Institucionales

- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saraguro.
- Biblioteca de la Universidad Nacional de Loja.
- Restaurantes del Cantón Saraguro

### Egresos

#### CUADRO N: 4 Presupuesto y financiamiento

<b>EQUIPO TECNICO</b>	
Diseño del Logo	\$35
<b>MATERIALES DE ESCRITORIO</b>	
Internet	\$ 30.00
Impresiones	\$ 150.00
Teléfono	\$ 30.00
Anillados	\$5.00
Empastados	\$ 60.00
Copias	\$ 10.00
Imprevistos	\$ 100.00
Resmas de Hojas	\$9.00
<b>LOGISTICA</b>	
Transporte	\$150.00
Alimentación	\$100.00
Imprevistos	\$100.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 779.00</b>

Fuente: Presupuesto- Costos

Elaboración: Marcia Enidt Pizarro Morocho

**Total Financiamiento:** Para la elaboración de la presente tesis, el 80% será financiado por el estudiante y el 20% restante por el Gobierno Autónomo del Cantón Saraguro.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- *Turismo gastronómico*. (01 de 05 de 2015). Obtenido de file:///E:/Turismo%20gastron%C3%B3mico.%20Objetivos%20y%20caracter%C3.
- Altes Machin, C. (2006). *Marketing y Turismo* (3ra ed.). España.
- Correa, D. P. (2007). *LOS SARAGUROS* (1ra ed.). Loja, Ecuador .
- DIAZ DE VEGA, S. (2014). *LOS 5 ELEMENTOS ESENCIALES E IMPRESINDIBLES DE UN PLAN E MARKETING*. Recuperado el 1 de MAYO de 2015, de FINALIDADES DEL PLAN DE MARKETING: <http://webcache.googleusercontent.com/search>
- Iglesias Tovar, R. J. (2008). *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos* (170, 171 ed.). España: SINTESIS S.A.
- López López, M. (2012). *Marketing Turístico* (1ra Edición ed.). Madrid.
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2015). *Guía Turística Loja. Ecuador Ama la Vida* , 47,47.
- OJEDA GARCIA, C. D., & MARMOL SINCLAIR , P. (2012). *PLAN DE MARKETING* (PRIMERA ed.). ESPAÑA: PARANINFO S.A.
- PLANDETUR 2020 del Ministerio de Turismo de Ecuador. (2007). *PLANDETUR 2020*. QUITO: EQUIPO CONSULTOR TOURISM & LEISURE -EUROPRACTIS.
- Raya, J. M. (2007). *Turismo Hotelería y Restaurantes* (1ra ed.). Barcelona, España .
- RICAURTE QUIJANO, C. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*. ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL, GUAYAQUIL.



- SAINZ DE VICUÑA ANCIN, J. M. (2010). *EL PLAN DE MARKETING EN LA PYME*. Madrid: ESIC.
- SORIANO SORIANO, C. L. (2011). *EL MARKETING MIX: CONCEPTO, ESTRATEGIA, Y APLICACIONES*. MADRID, ESPAÑA: EDIGRAFOS, S.A.
- Turismo, O. M. (15 de 04 de 2015). Obtenido de [media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico](http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico)
- UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE. Escuela Administración Empresas de Turismo. (s.f.). *INTRODUCCIÓN. El turismo al igual que otras actividades* . Recuperado el 30 de ABRIL de 2015, de [www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/.../AR\\_cuerpo.pdf](http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/.../AR_cuerpo.pdf)
- WHEELLEN, T., & HUNGER J, D. (2007). *ADMINISTRACION ESTRATEGICA Y POLITICA DE NEGOCIOS* (DECIMA ed.). (G. R. MIGUEL, Ed., & P. EDUCATION, Trad.) MEXICO: PRENTICE HALL MEXICO.



**ANEXO Nº 2**  
**MODELO DE LA ENCUESTA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**Nombre:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

Estimado señor(a)

Con el motivo de realizar una investigación en el Cantón Saraguro, con el tema: **“Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para la Gastronomía del Cantón Saraguro, provincia de Loja”**, solicito a usted de la manera más comedida se digne a responder las siguientes preguntas, ya que su opinión proporcionara información de gran importancia para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

**Datos Generales (MARQUE CON UNA X)**

**Edad:**

15 a 20 ( ) 21 a 25 ( ) 26 a 30 ( ) 31 a 35 ( )  
36 a 40 ( ) 41 A 45 ( ) 46 a 50 ( ) Más de 51 años ( )

**Sexo:**

**A. Masculino** ( ) **B. Femenino** ( )

**PREGUNTAS**

**1. ¿De los siguientes atractivos turísticos de Saraguro, cuales usted conoce?**

Baño del Inca ( )  
Artesanías ( )  
León Dormido ( )  
Iglesia Central de Saraguro ( )

**2. ¿Con que frecuencia visita estos atractivos?**

Mensualmente ( )  
Trimestralmente ( )  
Semestralmente ( )  
Anualmente ( )

**3. ¿Conoce la gastronomía del Cantón Saraguro?**

SI ( ) NO ( )

**4. Marque con una X el plato que usted considera que es el más representativo de Cantón**

Cuy con papas y trigo ( )                      Caldo de gallina Criolla ( )  
Estofado de gallina Criolla ( )                      Mote con queso ( )

**5. ¿Qué plato es el que más consume dentro de Cantón Saraguro?**

Cuy con papas y trigo ( )                      Caldo de gallina Criolla ( )  
Estofado de gallina Criolla ( )                      Mote con queso ( )  
Tortillas de walus ( )                      Tamales y humas ( )

**6. ¿Cuál es el precio promedio que usted paga por persona al consumir estos platos?**

\$ 5,00 a 10,00 ( )  
\$ 11,00 a 15,00 ( )  
\$ 16,00 a 20,00 ( )

**7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato típico del Cantón Saraguro?**

\$ 5,00 a 10,00 ( )  
\$ 11,00 a 15,00 ( )  
\$ 16,00 a 20,00 ( )

**8. ¿Cómo califica usted el servicio que brindan los diferentes restaurantes del Cantón Saraguro?**

Excelente ( )  
Muy bueno ( )  
Bueno ( )  
Regular ( )  
Malo ( )

**9. ¿Qué es lo que más le gusta al momento de consumir la gastronomía de Saraguro?**

Sabor ( )  
Presentación del plato ( )  
Servicio ( )  
Ambiente ( )  
Infraestructura ( )

**10. ¿Qué es lo que menos le gusta al momento de consumir la gastronomía de Saraguro?**

Sabor ( )  
Presentación del plato ( )  
Servicio ( )  
Ambiente ( )  
Infraestructura ( )

**11. ¿Conoce Usted sobre la existencia de publicidad que impulse el consumo de la gastronomía de Saraguro?**

SI ( ) NO ( )

**12. ¿Cree usted que se debería realizar promoción y publicidad de la gastronomía de Saraguro?**

SI ( ) NO ( )

**13. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la gastronomía de Saraguro?**

Recuerdos ( )

Artesanias ( )

Llaveros ( )

Catalogo gastronómico ( )

Otros ( )

**14. ¿Cuáles son los medios publicitarios por los que le gustaría recibir información sobre la oferta gastronómica de Saraguro?**

Internet ( )

Televisión ( )

Radio ( )

Material informativo (dípticos, trípticos, hojas volantes ( )

**15. ¿Qué sugerencias puede aportar para mejorar el tipo de servicio que brindan los diferentes restaurantes de Saraguro?**

Capacitación de personal ( )

Mejorar la calidad de servicio ( )

Variedad del menú ( )

Presentación e Higiene ( )

**16. De los siguientes tipos de hospedaje ¿cuáles sugiere para la comodidad del turista durante su estadía en Saraguro?**

Hotel ( )

Hostal ( )

Comunidades ( )

Otros ( )

**17. De los siguientes establecimientos de alimentación ¿Cuáles recomienda visitar al turista durante su estadía en el Cantón Saraguro?**

Restaurantes de comida típica ( )

Restaurantes de comida tradicional ( )

Restaurantes de comida rápida ( )

Otros: ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



## ANEXO Nº 3 FORMATO DE LA ENTREVISTA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

### GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL SECTOR CULTURAL TURÍSTICO Y GASTRONOMICA

#### 6. Presentación:

Con el objetivo de realizar un trabajo investigativo, relacionado con el **PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA GASTRONOMÍA DEL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA**, le solicito, muy comedidamente se digne concederme el espacio apropiado para la aplicación de la presente entrevista, la cual me permitirán obtener información y a la vez formular alternativas que contribuyan a mejorar la situación problemática.

#### 7. Datos informativos:

Nombre del Entrevistado:

Título que posee:

Designación o cargo:

Tiempo que labora en la Institución:

Lugar y Fecha de la entrevista:

#### 8. Datos específicos

1. **¿El Municipio de Saraguro goza de recursos y medios para la difusión del turismo local? Mencione los proyectos que existen**

-----  
-----

2. **¿Cree usted que la gastronomía puede considerarse un elemento impulsador del Turismo Cultural local?**  
 -----  
 -----
3. **¿Se ha realizado algún Plan de marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro?**  
 -----  
 -----
4. **¿Identifique los principales inconvenientes por lo que no se ha podido desarrollar el turismo gastronómico en Saraguro?**  
 -----  
 -----
5. **¿Cree Usted que es importante que exista un plan de marketing que difunda la gastronomía del Cantón Saraguro?**  
 -----  
 -----
6. **¿Cómo le gustaría que se promocioe la gastronomía de Saraguro?**  
 -----  
 -----
7. **¿Comente acerca de la gastronomía de Saraguro?**  
 -----  
 -----
8. **¿Mencione los platos típicos que posee el Cantón Saraguro?**  
 -----  
 -----
9. **¿Existe algún convenio turístico con instituciones públicas o privadas para difundir la gastronomía de Saraguro?**  
 -----  
 -----
10. **¿Cómo contribuye la gastronomía al sector turístico dentro del Cantón Saraguro?**  
 -----  
 -----
11. **¿El MITUR ha capacitado a los dueños de los diferentes restaurantes de Saraguro para brindar una mejor atención a los turistas y comensales?**  
 -----  
 -----
12. **¿En qué temas han sido capacitados?**  
 -----  
 -----
13. **¿Los establecimientos que brindan el servicio de alimentación en el Cantón Saraguro prestan las condiciones necesarias para ser visitados?**  
 -----  
 -----

14. ¿Mencione si el Cantón Saraguro cuenta con una adecuada planta turística para recibir a los turistas que visitan este sector?

-----  
-----

15. ¿Cuáles son las principales actividades que generan ingresos económicos a Saraguro?

-----  
-----

A su criterio ¿Cuáles son las principales necesidades que el turista posee al momento de visitar Saraguro?

-----  
-----

16. ¿Cuál es la época del año en la que Saraguro recibe más turistas?

-----  
-----

17. ¿Cuántos Turistas llegan aproximadamente al año?

-----  
-----

18. Para terminar ¿Cuáles son las principales fortalezas y oportunidades que posee el Cantón Saraguro?

-----  
-----

Gracias por su colaboración

## DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

### Datos informativos:

**Nombre del entrevistado:** Luis Guillermo Muñoz Silva

**Título que posee:** Ingeniero Comercial

**Designación o cargo:** Jefe De Turismo

**Tiempo que labora en la Institución:** 10 Años 4 Meses

**Lugar y fecha de la entrevista:** Municipio De Saraguro (Jueves 21/05/2015).

### Datos específicos

1. ¿El Municipio de Saraguro goza de recursos y medios para la difusión del turismo local? Mencione los proyectos que existen

Si, el Municipio ha realizado proyectos como Ferias, Plan Operativo anual. Además de los dípticos, trípticos, videos promocionales y cuñas radiales.

**2. ¿Cree usted que la gastronomía puede considerarse un elemento impulsador del Turismo Cultural local?**

Sí, porque la gastronomía local es una riqueza del pueblo Saraguro, diferenciándose de los demás pueblos.

**3. ¿Se ha realizado algún Plan de marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro?**

NO

**4. ¿Identifique los principales inconvenientes por lo que no se ha podido desarrollar el turismo gastronómico en Saraguro?**

Falta de decisión del sector privado, falta de apoyo por parte del sector público y no tener espacios para la difusión gastronómica.

**5. ¿Cree Usted que es importante que exista un plan de marketing que difunda la gastronomía del Cantón Saraguro?**

Sí, porque de esta manera la gastronomía de Saraguro será más conocida y vendida al turista q visita este Cantón.

**6. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la gastronomía de Saraguro?**

Mediante eventos donde se promocióne la gastronomía, haciendo degustar los platos típicos que posee Saraguro y también a través de recuerdos propios del lugar.

**7. ¿Comente acerca de la gastronomía de Saraguro?**

La gastronomía es muy diversa en todo el Cantón, cada parroquia prepara los platos típicos de diferente manera y ha sido un icono representativo para Saraguro, siendo este un pueblo ancestral donde la comida que preparan sus habitantes las brindan en fiestas, eventos, reuniones familiares, etc.

**8. ¿Mencione los platos típicos que posee el Cantón Saraguro?**



Cuy con papas, caldo de Gallina Criolla, trigo, zambo con leche, en cuanto a bebidas tenemos el wajango, chicha de jora, horchata

**9. ¿Existe algún convenio turístico con instituciones públicas o privadas para difundir la gastronomía de Saraguro?**

NO

**10. ¿Cómo contribuye la gastronomía al sector turístico dentro del Cantón Saraguro?**

Contribuye a la economía de sus habitantes y por ende a mejorar la calidad de vida de los mismos.

**11. ¿El MITUR ha capacitado a los dueños de los diferentes restaurantes de Saraguro para brindar una mejor atención a los turistas y comensales?**

SI

**12. ¿En qué temas han sido capacitados?**

Servicio y atención al cliente, emprendimientos, preparación de alimentos, manejo de utensilios de cocina

**13. ¿Los establecimientos que brindan el servicio de alimentación en el Cantón Saraguro prestan las condiciones necesarias para ser visitados?**

Si, los que están categorizados y los que están debidamente funcionando.

**14. ¿Mencione si el Cantón Saraguro cuenta con una adecuada planta turística para recibir a los turistas que visitan este sector?**

No, porque hace falta de la inversión privada para mejorar la calidad de los servicios que brindan.

**15. ¿Cuáles son las principales actividades que generan ingresos económicos a Saraguro?**

La agricultura, ganadería, comercio, transporte y turismo.

**16. A su criterio ¿Cuáles son las principales necesidades que el turista posee al momento de visitar Saraguro?**

Establecimientos bien adecuados, señalética, una oficina que brinde información turística y la promoción y difusión.

**17. ¿Cuál es la época del año en la que Saraguro recibe más turistas?**

En Marzo, Junio, septiembre ya que son las fiestas de los Raymis, en Diciembre porque se celebra la navidad y en Semana Santa.

**18. ¿Cuántos Turistas llegan aproximadamente al año?**

6.000 turistas aproximadamente

**19. Para terminar ¿Cuáles son las principales fortalezas y oportunidades que posee el Cantón Saraguro?**

En cuanto a las Fortalezas tenemos el equipo técnico con el que cuenta el Municipio, el Cantón Saraguro es reconocido a nivel nacional, y variedad en los productos que se ofertan a los turistas.

Las oportunidades que posee Saraguro es la Identidad Cultural de un pueblo indígena y ancestral, la riqueza gastronómica, precios bajos de los productos y la creación de nuevas fuentes de empleo.

## **ENTREVISTA Nº 2**

**Datos informativos:**

**Nombre del entrevistado:** Jaime Roberto Poma Sigcho

**Título que posee:** Ingeniero En Turismo

**Designación o cargo:** Técnico De Turismo

**Tiempo que labora en la institución:** 9 Meses

**Lugar y fecha de la entrevista:** Municipio De Saraguro (Jueves 21/05/2015)

## **Datos específicos**

- 1. ¿El Municipio de Saraguro goza de recursos y medios para la difusión del turismo local? Mencione los proyectos que existen**

Si, el Municipio ha realizado proyectos como el Plan Operativo Anual el cual tuvo una inversión de 200.000 dólares, Plan Anual de Capacitación, Ferias Locales, difusión turística especialmente a turistas cuencanos.

- 2. ¿Cree usted que la gastronomía puede considerarse un elemento impulsador del Turismo Cultural local?**

Sí, porque es un pilar fundamental siendo la gastronomía un eslogan que identifica al pueblo de Saraguro, teniendo rasgos distintivos ya que los turistas siempre quieren probar algo distinto.

- 3. ¿Se ha realizado algún Plan de marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro?**

NO

- 4. ¿Identifique los principales inconvenientes por lo que no se ha podido desarrollar el turismo gastronómico en Saraguro?**

Falta de preparación en temas gastronómicos, la calidad en el servicio que brindar los proveedores, deterioro de atractivos, entre otros.

- 5. ¿Cree Usted que es importante que exista un plan de marketing que difunda la gastronomía del Cantón Saraguro?**

Sí, porque permite regir nuevos lineamientos, saber en qué temas se debe mejorar en cuanto a la gastronomía

- 6. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la gastronomía de Saraguro?**

Mediante ferias Gastronomías en las cuales el turista pueda degustar la gastronomía ancestral que posee Saraguro.

**7. ¿Comente acerca de la gastronomía de Saraguro?**

La gastronomía del Saraguro es elaborada en base a los productos emblemáticos, propios del lugar, siendo muy diversa y exquisita.

**8. ¿Mencione los platos típicos que posee el Cantón Saraguro?**

Cuy con papas, en cuanto a bebidas tenemos el wajango, chicha de jora, horchata, entre otras.

**9. ¿Existe algún convenio turístico con instituciones públicas o privadas para difundir la gastronomía de Saraguro?**

NO

**10. ¿Cómo contribuye la gastronomía al sector turístico dentro del Cantón Saraguro?**

Identifica al Cantón Saraguro ya que la gastronomía está ligada al turismo.

**11. ¿El MITUR ha capacitado a los dueños de los diferentes restaurantes de Saraguro para brindar una mejor atención a los turistas y comensales?**

SI

**12. ¿En qué temas han sido capacitados?**

Servicio y atención al cliente, preparación de alimentos manejo de utensilios de cocina

**13. ¿Los establecimientos que brindan el servicio de alimentación en el Cantón Saraguro prestan las condiciones necesarias para ser visitados?**

Si, ya que Saraguro cuenta con varios restaurantes

**14. ¿Mencione si el Cantón Saraguro cuenta con una adecuada planta turística para recibir a los turistas que visitan este sector?**

Si cuenta con una buena planta turística donde se puede recibir al turista además de existir el turismo comunitario que es lo que más le llama la atención al turista extranjero.

**15. ¿Cuáles son las principales actividades que generan ingresos económicos a Saraguro?**

La agricultura, ganadería, comercio y turismo

**16. A su criterio ¿Cuáles son las principales necesidades que el turista posee al momento de visitar Saraguro?**

Señalética, la promoción y difusión por medio de redes sociales, televisión, etc.

**17. ¿Cuál es la época del año en la que Saraguro recibe más turistas?**

En Marzo, Junio, septiembre ya que son las fiestas de los Raymis, en Diciembre porque se celebra la navidad y en Semana Santa.

**18. ¿Cuántos Turistas llegan aproximadamente al año?**

2500 turistas aproximadamente

**19. Para terminar ¿Cuáles son las principales fortalezas y oportunidades que posee el Cantón Saraguro?**

En cuanto a las Fortalezas tenemos que el Cantón Saraguro es reconocido a nivel nacional, cuenta con una gran variedad de productos que se ofertan a los turistas. Las oportunidades que posee Saraguro es la Identidad Cultural de un pueblo indígena y ancestral, la riqueza gastronómica y la creación de nuevas fuentes de empleo y la diversidad en su cultura.

## ENTREVISTA N°3

*Entrevista realizada a los dueños de los restaurantes.*

### Datos informativos:

**Nombre del restaurante:** Casona Del Sabor

**Nombre del entrevistado:** Aida Janeth Coronel Villavicencio

**Designación o cargo:** Administradora-Dueña

**Tiempo que el restaurante está en el mercado:** 8 Años

**Lugar y fecha de la entrevista:** Saraguro (Jueves 21/05/2015)

### Datos específicos

1. **¿Cree usted que la gastronomía puede considerarse un elemento impulsador del Turismo Cultural local?**

Sí, porque la gastronomía identifica al pueblo de Saraguro además de ser muy apetecida por los turistas que visan nuestro Cantón.

2. **¿Se ha realizado algún Plan de marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro?**

NO

3. **¿Identifique los principales inconvenientes por lo que no se ha podido desarrollar el turismo gastronómico en Saraguro?**

Falta de incentivación a los dueños de los restaurantes, y poco interés hacia el tema gastronómico.

4. **¿Cree Usted que es importante que exista un plan de marketing que difunda la gastronomía del Cantón Saraguro?**

Sí, porque a través de este se atraerá a más turistas.

5. **¿Cómo le gustaría que se promocióne la gastronomía de Saraguro?**

Por medio de las artesanías que dentro del Cantón se elabora.

6. **¿Mencione los platos típicos que posee el Cantón Saraguro?**

Cuy con papas, mote con queso, bollos, wajango, tortillas, etc.

**7. ¿El MITUR ha capacitado a los dueños de los diferentes restaurantes de Saraguro para brindar una mejor atención a los turistas y comensales?**

NO, los Capacitadores vienen directamente de la ciudad de Quito.

**8. ¿En qué temas han sido capacitados?**

Sanidad alimentaria, capacitación a los meseros.

**9. ¿Cuáles son las principales actividades que generan ingresos económicos a Saraguro?**

La agricultura, ganadería, comercio y turismo

**10. A su criterio ¿Cuáles son las principales necesidades que el turista posee al momento de visitar Saraguro?**

La promoción y difusión.

**11. ¿Cuál es la época del año en la que Saraguro recibe más turistas?**

En los meses que se celebra la fiesta de los Raymis

#### **ENTREVISTA Nº 4**

**Datos informativos:**

**Nombre del Restaurante:** Pinky y tiempla

**Nombre del Entrevistado:** Roberto Muñoz Ordoñez

**Designación o cargo:** Administrador-Dueño

**Tiempo que el restaurante está en el mercado:** 4 años

**Lugar y Fecha de la entrevista:** Saraguro (Jueves 21/05/2015)

**Datos específicos**

**1. ¿Cree usted que la gastronomía puede considerarse un elemento impulsador del Turismo Cultural local?**

Sí, porque a más de la vestimenta de los Saraguros, la gastronomía típica es otro identificativo que nos representa.

**2. ¿Se ha realizado algún Plan de marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro?**

NO

**3. ¿Identifique los principales inconvenientes por lo que no se ha podido desarrollar el turismo gastronómico en Saraguro?**

Falta de información y la falta de apoyo por parte del Municipio.

**4. ¿Cree Usted que es importante que exista un plan de marketing que difunda la gastronomía del Cantón Saraguro?**

Sí, porque Saraguro necesita una adecuada promoción y publicidad en cuanto a la gastronomía.

**5. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la gastronomía de Saraguro?**

Por medio de fotografías y artesanías propias del Cantón Saraguro.

**6. ¿Mencione los platos típicos que posee el Cantón Saraguro?**

Cuy con papas, mote, bollos, salsa de pepa de zambo, tortillas, etc.

**7. ¿El MITUR ha capacitado a los dueños de los diferentes restaurantes de Saraguro para brindar una mejor atención a los turistas y comensales?**

Si, las capacitaciones ya van por los dos años seguidos

**8. ¿En qué temas han sido capacitados?**

Preparación de alimentos y manejo de utensilios de cocina.

**9. ¿Cuáles son las principales actividades que generan ingresos económicos a Saraguro?**

La agricultura y ganadería.



**10. A su criterio ¿Cuáles son las principales necesidades que el turista posee al momento de visitar Saraguro?**

La escasa promoción y difusión de los atractivos turísticos, escasa planta turística.

**11. ¿Cuál es la época del año en la que Saraguro recibe más turistas?**

En los Marzo, Junio y Diciembre

**ENTREVISTA Nº 5**

**Datos informativos:**

**Nombre del Restaurante:** Mama Cuchara

**Nombre del Entrevistado:** Isabel Guamán Gualan

**Designación o cargo:** Administradora

**Tiempo que el restaurante está en el mercado:** 15 años

**Lugar y Fecha de la entrevista:** Saraguro (Jueves 21/05/2015)

**Datos específicos**

**1. ¿Cree usted que la gastronomía puede considerarse un elemento impulsador del Turismo Cultural local?**

Sí, ya que la gastronomía es típica y única de esta región, además de ser preparada con productos cultivados dentro del Cantón.

**2. ¿Se ha realizado algún Plan de marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro?**

NO

**3. ¿Identifique los principales inconvenientes por lo que no se ha podido desarrollar el turismo gastronómico en Saraguro?**

El idioma quichua ya que los turistas extranjeros desconocen este idioma.

**4. ¿Cree Usted que es importante que exista un plan de marketing que difunda la gastronomía del Cantón Saraguro?**

Sí, ya que a través de una buena publicidad se atraería más turistas hacia Saraguro.

**5. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la gastronomía de Saraguro?**

Por medio de promociones, entrega de artesanías de mullos, etc

**6. ¿Mencione los platos típicos que posee el Cantón Saraguro?**

Cuy con papas, hornado, bollos, tortillas, humas, tamales, etc.

**7. ¿El MITUR ha capacitado a los dueños de los diferentes restaurantes de Saraguro para brindar una mejor atención a los turistas y comensales?**

NO SABE

**8. ¿En qué temas han sido capacitados?**

NO SABE

**9. ¿Cuáles son las principales actividades que generan ingresos económicos a Saraguro?**

La agricultura, ganadería, comercio.

**10. A su criterio ¿Cuáles son las principales necesidades que el turista posee al momento de visitar Saraguro?**

La escasa promoción y difusión de los atractivos turísticos, escasa planta turística.

**11. ¿Cuál es la época del año en la que Saraguro recibe más turistas?**

En los Marzo, Junio y Diciembre, cuando se realiza la fiesta de los Raymis y en Diciembre por la navidad.

## ENTREVISTA N°6

### Datos informativos:

**Nombre del Restaurante:** Tupai Pacha

**Nombre del Entrevistado:** Esperanza Guayllas

**Designación o cargo:** Administradora- Dueña Del Restaurante

**Tiempo que el restaurante está en el mercado:** 4 años

**Lugar y Fecha de la entrevista:** Saraguro (Jueves 21/05/2015)

### Datos específicos

1. **¿Cree usted que la gastronomía puede considerarse un elemento impulsador del Turismo Cultural local?**

Sí, porque nuestra gastronomía es única y reconocida a nivel local.

2. **¿Se ha realizado algún Plan de marketing para la gastronomía del Cantón Saraguro?** NO

3. **¿Identifique los principales inconvenientes por lo que no se ha podido desarrollar el turismo gastronómico en Saraguro?**

Falta de información.

4. **¿Cree Usted que es importante que exista un plan de marketing que difunda la gastronomía del Cantón Saraguro?**

Sí, para atraer más turistas y así lograr un posicionamiento dentro del mercado turístico

5. **¿Cómo le gustaría que se promocióne la gastronomía de Saraguro?**

A través de las artesanías como manillas, collares, anillos, jarros, etc.

6. **¿Mencione los platos típicos que posee el Cantón Saraguro?**

Cuy con papas, bollos, salsa de pepa de zambo, tortillas, humas, tamales, etc.

**7. ¿El MITUR ha capacitado a los dueños de los diferentes restaurantes de Saraguro para brindar una mejor atención a los turistas y comensales?**

SI, pero los temas no van enfocados a lo que los empleados de los restaurantes necesitan, solo son temas básicos.

**8. ¿En qué temas han sido capacitados?**

NO SABE

**9. ¿Cuáles son las principales actividades que generan ingresos económicos a Saraguro?**

Seguridad alimentaria, aprender a doblar las servilletas, etc.

**10. A su criterio ¿Cuáles son las principales necesidades que el turista posee al momento de visitar Saraguro?**

No hay hoteles solo hostales, falta de información turística.

**11. ¿Cuál es la época del año en la que Saraguro recibe más turistas?**

Durante los meses de Junio, Septiembre, Diciembre y en Semana Santa

## ANEXO Nº 4

# OFICIO PARA INVITACIÓN PARA SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA



### JEFATURA DE TURISMO

Saraguro, 14 de julio de 2015

Of. Cir. Nº 0221

Señor,

Miguel Poma

**PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC**

De mi consideración:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y éxitos en sus funciones que viene desarrollando en beneficio de su comunidad

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro con el afán de potenciar y fortalecer la actividad turística ha realizado alianzas estratégicas como es la firma de la carta de compromiso con la Universidad Nacional de Loja, cuyo objeto,

Las instituciones suscriptoras de esta Carta Compromiso por medio de sus representantes legales acordamos lo siguiente: Nos comprometemos a emprender acciones mancomunadas por medio de beneficio del turismo de la ciudad y Cantón Saraguro, participando de forma activa alumnos de la Carrera de Administración Turística del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, que se encuentran cursando entre el tercero hasta décimo ciclo. Por lo que los estudiantes se comprometen a:

- Los estudiantes deben realizar el levantamiento de información para la actualización de inventario Turístico.
- Levantamiento, estudio o diseño de proyectos turísticos

Con lo antes expuesto quiero hacer llegar una **CORDIAL INVITACIÓN A USTED Y POR SU INTERMEDIO A UNA DELEGACIÓN DE SU COMUNIDAD**, hacer partícipe de la socialización de la propuesta "Senderización y señalética para los atractivos Río Ismuchincha y cascada Virgen del Kaka de la comunidad de

Recibido Celular 0983492119  
14-07-2015  
Miguel Poma



## JEFATURA DE TURISMO

Saraguro, 14 de julio de 2015

Of. Cir. N° 0221

Ingeniero.

Luis Lozano

### **PRESIDENTE DE LA RED DE TURISMO SARAGURO RIKUY**

De mi consideración:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y éxitos en sus funciones que viene desarrollando en beneficio de su comunidad

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro con el afán de potenciar y fortalecer la actividad turística ha realizado alianzas estratégicas como es la firma de la carta de compromiso con la Universidad Nacional de Loja, cuyo objeto,

Las instituciones suscriptoras de esta Carta Compromiso por medio de sus representantes legales acordamos lo siguiente: Nos comprometemos a emprender acciones mancomunadas por medio de beneficio del turismo de la ciudad y Cantón Saraguro, participando de forma activa alumnos de la Carrera de Administración Turística del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, que se encuentran cursando entre el tercero hasta décimo ciclo. Por lo que los estudiantes se comprometen a:

- Los estudiantes deben realizar el levantamiento de información para la actualización de inventario Turístico.
- Levantamiento, estudio o diseño de proyectos turísticos

Con lo antes expuesto quiero hacer llegar una **CORDIAL INVITACIÓN A USTED Y POR SU INTERMEDIO A UNA DELEGACIÓN DE LAS COMUNIDADES QUE CONFIRMAN LA RED DE TURISMO**, a participar de la socialización de la propuesta "Propuesta de un plan de marketing turístico para la gastronomía del cantón Saraguro de la provincia de Loja" con la finalidad de recabar sugerencias,

14-07-2015.

Numero de Tel: 200-135 = 0985372482.





## JEFATURA DE TURISMO

Saraguro, 14 de julio de 2015

Of. Cir. N° 0221

Señor.

Polibio Minga

**PRESIDENTE DE LA FUNDACION JATUN KAWSAY**

De mi consideración:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y éxitos en sus funciones que viene desarrollando en beneficio de su comunidad

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro con el afán de potenciar y fortalecer la actividad turística ha realizado alianzas estratégicas como es la firma de la carta de compromiso con la Universidad Nacional de Loja, cuyo objeto,

Las instituciones suscriptoras de esta Carta Compromiso por medio de sus representantes legales acordamos lo siguiente: Nos comprometemos a emprender acciones mancomunadas por medio de beneficio del turismo de la ciudad y Cantón Saraguro, participando de forma activa alumnos de la Carrera de Administración Turística del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, que se encuentran cursando entre el tercero hasta décimo ciclo. Por lo que los estudiantes se comprometen a:

- Los estudiantes deben realizar el levantamiento de información para la actualización de inventario Turístico.
- Levantamiento, estudio o diseño de proyectos turísticos

Con lo antes expuesto quiero hacer llegar una **CORDIAL INVITACIÓN A USTED Y POR SU INTERMEDIO A LOS INTEGRANTES QUE CONFORMAN LA ORGANIZACIÓN,** a participar de la socialización de las siguientes propuestas

- "Propuesta de un plan de marketing turístico para la gastronomía del cantón Saraguro de la provincia de Loja"

REBIBO:  
14-07-2015  
13:400  
Layro G.



JEFATURA DE TURISMO

Saraguro, 14 de julio de 2015

Of. Cir. N° 0221

Licenciado

Lauro Guayllas

**OPERADORA DE TURISMO SARA URCO**

De mi consideración:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y éxitos en sus funciones que viene desarrollando en beneficio de su comunidad

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural de Saraguro con el afán de potenciar y fortalecer la actividad turística ha realizado alianzas estratégicas como es la firma de la carta de compromiso con la Universidad Nacional de Loja, cuyo objeto,

Las instituciones suscriptoras de esta Carta Compromiso por medio de sus representantes legales acordamos lo siguiente: Nos comprometemos a emprender acciones mancomunadas por medio de beneficio del turismo de la ciudad y Cantón Saraguro, participando de forma activa alumnos de la Carrera de Administración Turística del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, que se encuentran cursando entre el tercero hasta décimo ciclo. Por lo que los estudiantes se comprometen a:

- Los estudiantes deben realizar el levantamiento de información para la actualización de inventario Turístico,
- Levantamiento, estudio o diseño de proyectos turísticos

Con lo antes expuesto quiero hacer llegar una **CORDIAL INVITACIÓN A USTED Y POR SU INTERMEDIO A LOS INTEGRANTES QUE CONFORMAN LA ORGANIZACIÓN,** a participar de la socialización de las siguientes propuestas

- "Propuesta de un plan de marketing turístico para la gastronomía del cantón Saraguro de la provincia de Loja"

Recibido  
14-07-2015  
Lauro G.  
Juris



**ANEXO Nº 5**  
**REGISTRO DE LA SOCIALIZACIÓN**



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

**HOJA DE REGISTRO**

Nombre	Cedula	Cargo	Firma
Santos Beltrán Solís	1103383426	Saramku spa Ltda	<i>[Handwritten Signature]</i>
Asociación Japoní	1102749694	Camara Artesanal de Saraguro	<i>[Handwritten Signature]</i>
Miguel Poma	1102004957	Cabildo Otacapas	<i>[Handwritten Signature]</i>
Rafael Manuel Granados	1102960132	secretario de otacapas	<i>[Handwritten Signature]</i>
Rosa Guatán	1103269827	Asociación de Artesanos	<i>[Handwritten Signature]</i>
Delicia Zapata	1711980225	Asociación de artesanos	<i>[Handwritten Signature]</i>
Livia Sarango	1104179249	I-TUR-SANTIS	<i>[Handwritten Signature]</i>
Angel Congo	110392340-1	presidente	<i>[Handwritten Signature]</i>
Baudilio Quizejo	1102456140		<i>[Handwritten Signature]</i>




UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

HOJA DE REGISTRO

Nombre	Cedula	Cargo	Firma
José Francisco Sarango	1102072913	Presidente Asociación Artesanos	
Maria Colina Morcho	7409394482	Artesan	
Manuel Cholaín Ch	1102861463	Promotor Cultural	
Rafael Canga	110446850-3	Promotor Cultural	
José Huán	1103340035	Jefe de Turismo del GADMS	
José Labanda	110379659-3	Promotor Cultural	

## ANEXO N°5

### CERTIFICADO DE APROBACIÓN PARA ELABORACIÓN DEL PROYECTO POR PARTE DEL GAD MUNICIPAL



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Loja, 12 de abril del 2015

Ingeniero  
Luis Guillermo Muñoz Silva  
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN  
SARAGURO  
Ciudad.-

De mi consideración:



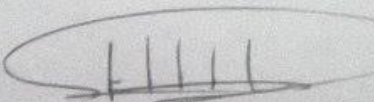
Dentro de la Malla Curricular de la Carrera de Administración Turística del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, consta el Módulo 10 Denominado **CICLO DE TITULACION**, en el mismo que los estudiantes tienen que elaborar su tesis para obtener el Título de Ingenieros en Administración Turística. Es por ello que a la estudiante **MARCIA ENIDT PIZARRO MOROCHO**, portadora de la Cedula N° 1104882103, alumna del módulo en mención, le corresponde realizar su Tesis de: **Propuesta de un Plan de Marketing Turístico para la Gastronomía del Cantón Saraguro de la Provincia de Loja**.

El mismo que se encuentra dentro de las Líneas de Investigación de Marketing Turístico, con las que la Carrera contribuye al Desarrollo Turístico Sustentable de la Región Sur del Ecuador; para el efecto, el estudiante debe cumplir con algunas exigencias legales las mismas que requieren de un proceso entre la Carrera y sus autoridades.

Con estos antecedentes, de la manera más comedida solicito, se digne autorizar y brindar a la mencionada estudiante la correspondiente información de la Parroquia puesto que su trabajo de investigación irá en beneficio directo a la Comunidad.

Por la atención favorable al presente, le expreso mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,



Lic. María Edith Salazar Quevedo, Mgs. Sc.  
TUTORA DEL 10mo. MODULO, PARALELO "B"  
DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ACREDITADA POR EL CONSEJO NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN



## ANEXO Nº 7

### FOTOGRAFÍAS DE LA SOCIALIZACIÓN



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

**ANEXO Nº 8**

**Cuadro de jerarquización de la gastronomía de Saraguro**

Provincia: LOJA				Cantón: Saraguro				Fecha: 31/JULIO/2015					
Nombre del Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquia I,II,III,IV
	Valor Intrínseco	Valor Extrínseco	Entorno	Estado de Conservación	Acceso	Servicios Básicos	Asociación con otros atractivos	Local	Reg.	Nac.	Inter.		
	Max. 15	Max. 15	Max. 10	Max. 10	Max. 10	Max. 10	Max. 5	Max. 2	Max. 4	Max. 7	Max. 12		
Cuy con papas	3	4	3	3	2	2	3	2	1	1	0	25	I
Caldo de gallina criolla	3	4	3	2	2	2	3	2	1	0	0	23	I
Estofado de gallina criolla	3	4	3	2	2	2	3	2	1	0	0	23	I
Caldo de res	2	3	2	2	2	2	3	2	1	0	0	20	I
Ají con pepa de zambo	3	3	2	2	2	2	3	2	1	0	0	21	I
Tortillas de walus	3	4	3	2	2	2	2	2	1	0	0	22	I
Bollos	2	2	3	2	2	2	2	2	1	0	0	18	I
Tamales de queso	3	2	3	3	2	2	2	2	1	0	0	20	I
Humas	3	2	3	3	2	2	2	2	1	0	0	20	I
Wajango	2	2	2	2	2	2	2	2	1	0	0	17	I
Horchata	2	3	3	3	2	2	3	2	1	0	0	21	I
Chicha de Jora	2	2	1	2	2	2	3	2	1	0	0	17	I
zambo con leche	2	3	1	2	2	2	2	2	1	0	0	17	I



**MINISTERIO DE TURISMO**  
Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>		
1.1. ENCUESTADOR: Marcia Enidt Pizarro Morocho	1.2. FICHA N°: 001	
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Licda. Roció Aguilar Salazar	1.4. FECHA: 31/07/2015	
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cuy Con papas	1.6. PROPIETARIO: Pueblo de Saraguro	
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Etnografía	1.9. SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

<b>2. UBICACIÓN</b>		
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Saraguro	2.3. LOCALIDAD: Saraguro
2.4. CALLE:	2.5. NÚMERO:	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:	LONGITUD:	

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA: 34km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cuenca	DISTANCIA: 150km

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
4.1. ALTURA: (m.s.n.m.): 2800-3000	4.2. TEMPERATURA: 6 a 16 °C	4.3. PRECIPITACIÓN: 791,3 mm

VALOR INTRINSECO	<p>Se prepara con productos de la zona por ejemplo el ingrediente especia el cuy se lo produce en la zona, cebolla, papa o mote y cebolla, Plato tradicional del lugar elaborado a base del cobayo (cuy) de granja criada de forma doméstica por los pobladores de la región, mismo que se acompaña con mote pelado seleccionado, ensalada fresca (lechuga con tomate) y un delicioso ají. Este plato por lo general lo preparan en un evento especial familiar o su vez en las fiestas religiosas y cívicas de la parroquia. Utilizan condimentos como aliño, sal entre otros. Este plato es importante por su alto valor proteínico y por el sabor delicioso de su carne. Por lo general lo preparan para consumo personal y en la actualidad no existe ningún restaurante en la parroquia que lo puede ofrecer al público.</p>
---------------------	---

VALOR EXTRINSECO	<p><b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b> Es importante y representativo de la zona se lo puede preparar para ocasiones y fechas especiales.</p>	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <table> <tr> <td>ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO:</td> <td colspan="2"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>	
	ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>										
CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>											
EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>												

CALIDAD EXTRINSECO	<p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b> El cuy con papas es típico de Saraguro se sirven en las fiestas de los Raymis, fiestas religiosas, etc.</p>	<p><b>CAUSAS:</b></p>
-----------------------	---	-----------------------

VALOR EXTRINSECO	<p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA: Patrimonio Cultural</p> <p>Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/></p> <p>Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/></p>
---------------------	---

VALOR EXTRINSECO	<p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <table> <tr> <td>ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO ALTERADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>DETERIORADO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO:</td> <td colspan="2"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>		<p><b>CAUSAS:</b></p>
	ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>										
CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>											
EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>												





## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA				Cantón: Saraguro				Fecha: 31/JULIO/2015					
CUY CON PAPAS	Calidad				Apoyo			Significado					
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional /Max 12	Suma	Jerarquía I II III IV
	3	4	3	3	2	2	3	2	1	1	0	25	I



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**MINISTERIO DE TURISMO**  
Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1. DATOS GENERALES.**

1.2. ENCUESTADOR: Marcia Enidt Pizarro Morocho	1.2. FICHA N°: 002
1.4. SUPERVISOR EVALUADOR: Licda. Roció Aguilar Salazar	1.4. FECHA: 31/07/2015
12.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Caldo de gallina criolla	1.6. PROPIETARIO: Pueblo de Saraguro
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Etnografía    1.9. SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

**2. UBICACIÓN**

2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Saraguro	2.3. LOCALIDAD: Saraguro
2.4. CALLE:	2.5. NÚMERO:	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:	LONGITUD:	

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA: 34km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cuenca	DISTANCIA: 150km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. ALTURA: (m.s.n.m.): 2800-3000	4.2. TEMPERATURA: 6 a 16 °C	4.3. PRECIPITACIÓN: 791,3 mm
------------------------------------	-----------------------------	------------------------------

El caldo de gallina criolla es un plato que lo preparan en las once parroquias que conforman este canton Saraguro, es uno de los más exquisitos que prepara el pueblo Saraguro y se lo sirve en las fiestas, mingas o en reuniones familiares.  
**Se lo prepara de la siguiente manera:** se corta la gallina en presas y se pone en infusión. Aparte se pone al fuego con aceite y se fríe, los tomates pelados y picados y las zanahorias cortadas, cuando todo esté frito se echa la gallina con su jugo.

**5. USOS (SIMBOLISMO).**

El caldo de gallina criolla a mas de ser un plato muy apetecido por los habitantes de Saraguro a este plato se le sirve en ocasiones especiales como fiestas y reuniones familiares.

**ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)**

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>
EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>	

CAUSAS:

**6.2 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)**

NOMBRE:  
FECHA DE DECLARACIÓN:  
CATEGORÍA: Patrimonio Cultural  
Patrimonio de la Humanidad:   
Patrimonio del Ecuador:

**7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO**

ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>
EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>	

CAUSAS:

VALOR  
INTRÍNSECO

CALIDAD  
EXTRÍNSECO



## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA				Cantón: Saraguro			Fecha: 31/JULIO/2015						
CALDO DE GALLINA CRIOLLA	Calidad				Apoyo			Significado					
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional /Max 12	Suma	Jerarquía I II III IV
	3	4	3	2	2	2	3	2	1	0	0	23	I



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho





## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA				Cantón: Saraguro			Fecha: 31/JULIO/2015						
ESTOFADO DE GALLINA CRIOLLA	Calidad			Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I II III IV	
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7			Internacional /Max 12
	3	4	3	2	2	2	3	2	1	0	0	23	I



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho





**MINISTERIO DE TURISMO**  
Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1. DATOS GENERALES.**

12.1. ENCUESTADOR: Marcia Enidt Pizarro Morocho	1.2. FICHA N°: 004
12.5. SUPERVISOR EVALUADOR: Licda. Roció Aguilar Salazar	1.4. FECHA: 31/07/2015
12.6. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Caldo de res	1.6. PROPIETARIO: Pueblo de Saraguro
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Etnografía    1.9. SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

**2. UBICACIÓN**

2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Saraguro	2.3. LOCALIDAD: Saraguro
2.4. CALLE:	2.5. NÚMERO:	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:	LONGITUD:	

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA: 34km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cuenca	DISTANCIA: 150km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. ALTURA: (m.s.n.m.): 2800-3000	4.2. TEMPERATURA: 6 a 16 °C	4.3. PRECIPITACIÓN: 791,3 mm
------------------------------------	-----------------------------	------------------------------

El Caldo de res es un plato muy consumido por las familias del Cantón Saraguro. **Se lo prepara de la siguiente manera:** En una olla express poner el agua, la carne de res, la cebolla, el cilantro y los dientes de ajo pelados todo sin sal para que la consistencia de la carne quede suave, dejar hervir la carne por 20 minutos, sacar la carne con la cebolla, los ajos y el cilantro y dejar el caldo en la olla., en la olla con el caldo poner nuestras verduras y sal a nuestro caldo., una vez que ya se cocieron nuestras verduras, vamos a colocar en una cacerola mitad de nuestras verduras de la olla express con la mitad del caldo y le vamos a poner la carne que ya habíamos cocido, esto para que la carne obtenga sal y sabor de las verduras.

**5. USOS (SIMBOLISMO).**

Es consumido por todas las familias de Saraguro.

**ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)**

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>
EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>	

CAUSAS:

**6.4 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)**

NOMBRE:  
FECHA DE DECLARACIÓN:  
CATEGORÍA: Patrimonio Cultural  
Patrimonio de la Humanidad:   
Patrimonio del Ecuador:

**7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO**

ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>
EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>	


CAUSAS:

VALOR INTRÍNSECO

CALIDAD

VALOR EXTRÍNSECO



8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO															
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO			
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N				
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 365 días al año			
	Lastrado	X				Automóvil	X								
	Empedrado					4 x 4									
	Sendero					Tren									
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:			
						Bote									
	Fluvial					Canoa									
						Otros									
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural			
						Avioneta									
						Helicóptero									
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna															
9. FACILIDADES TURÍSTICAS															
APOYO	SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS			
		LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA					
		Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas				
	ALOJAMIENTO	0	0	0	0	2	24	1	24	0	0				
	ALIMENTACION	0	0	0	0	0	0	5	32	2	34				
	ESPARCIEMENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
AGENCIAS DE VIAJES:		<input checked="" type="checkbox"/>		ALMACENES DE ARTESANÍAS:		<input checked="" type="checkbox"/>		CORREOS:		<input type="checkbox"/>		TELÉFONOS. FAX.:		<input checked="" type="checkbox"/>	
Otros:		OBSERVACIONES:													
10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.															
10.1. AGUA: POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>															
10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>															
10.3. ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>															
10.4. PRECIO SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>															
OBSERVACIONES:															
11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS															
NOMBRE						DISTANCIA									
Artesanias de Saraguro															
Iglesia Matriz de Saraguro															
12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO															
SIGNIFI	LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>														
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos														
											Firma: 				
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR															

## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA		Cantón: Saraguro			Fecha: 31/JULIO/2015								
CALDO DE RES	Calidad				Apoyo			Significado			Suma	Jerarquía I II III IV	
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7			Internacional /Max 12
	2	3	2	2	2	2	3	2	1	0	0	20	I



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**MINISTERIO DE TURISMO**  
Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>		
12.2. ENCUESTADOR: Marcia Enidt Pizarro Morocho	1.2. FICHA N°: 005	
12.7. SUPERVISOR EVALUADOR: Licda. Roció Aguilar Salazar	1.4. FECHA: 31/07/2015	
12.8. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Ají de pepa de zambo	1.6. PROPIETARIO: Pueblo de Saraguro	
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Etnografía	1.9. SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

<b>2. UBICACIÓN</b>		
2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Saraguro	2.3. LOCALIDAD: Saraguro
2.4. CALLE:	2.5. NÚMERO:	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:	LONGITUD:	

<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA: 34km	
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cuenca	DISTANCIA: 150km	

<b>b. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
4.1. ALTURA: (m.s.n.m.): 2800-3000	4.2. TEMPERATURA: 6 a 16 °C	4.3. PRECIPITACIÓN 791,3 mm

VALOR INTRINSECO	<b>Características.-</b> Esta salsa es muy apetecida ya que acompaña a todos los platos típicos. <b>Modo de Preparación: Tostar</b> las pepas de zambo y reservarlas, en un vaso de licuadora colocar el cilantro, la leche, ajo, ají, agua y las pepas de zambo, rectificar el sabor con sal y comino, sacar la preparación a un recipiente y finalmente mezclar con la cebolla picada y aceite.
---------------------	---

VALOR EXTRINSECO	<b>c. USOS (SIMBOLISMO).</b> Este ají acompaña a todos los platos típicos de Saraguro, especialmente al cuy con papas.  <b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>	<b>d. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>  CAUSAS:
---------------------	---	---

CALIDAD	<b>6.5 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio Cultural Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>
---------	---

VALOR EXTRINSECO	<b>e. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>  CAUSAS:
---------------------	---

f. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 365 días al año
	Lastrado	X				Automóvil	X					
	Empedrado					4 x 4						
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna												
<b>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</b>												
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Loja- Saraguro (Cooperativa San Luis) <b>DESDE:</b> 5:30 <b>HASTA:</b> 19:30 <b>FRECUENCIA:</b> cada hora <b>DISTANCIA:</b> 34km												
<b>OBSERVACIONES:</b> Existen otras cooperativas que nos pueden ayudar a llegar a visitar Saraguro (Cooperativa de transportes "Sur Oriente, Cooperativa "Loja, Cooperativa "Viajeros").												
<b>g. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>												
APOYO	SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS
		LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas		
	ALOJAMIENTO	0	0	0	0	2	24	1	24	0	0	
ALIMENTACION	0	0	0	0	0	0	5	32	2	34		
ESPARCIEMT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
AGENCIAS DE VIAJES: <input checked="" type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input checked="" type="checkbox"/> CORREOS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. FAX.: <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <b>OBSERVACIONES:</b>												
<b>h. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>												
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input checked="" type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>OBSERVACIONES:</b>												
<b>i. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA</b>						
Artesanias de Saraguro												
Iglesia Matriz de Saraguro												
<b>j. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
SIGNIFI	LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>	PROVINCIAL:	<input type="checkbox"/>	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>	OTROS:	<input type="checkbox"/>		
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... Firma: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>											

## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA				Cantón: Saraguro			Fecha: 31/JULIO/2015						
AJÍ DE PEPA DE ZAMBO	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I II III IV
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional /Max 12		
	3	3	2	2	2	2	3	2	1	0	0	21	I



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**MINISTERIO DE TURISMO**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1. DATOS GENERALES.**

a. **ENCUESTADOR:** Marcia Enidt Pizarro Morocho  
 1.2. **FICHA N°:** 006  
 12.9. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Licda. Roció Aguilar Salazar  
 1.4. **FECHA:** 31/07/2015  
 12.10. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Tortillas de Walus  
 1.6. **PROPIETARIO:** Pueblo de Saraguro  
 1.7. **CATEGORÍA:** Manifestación Cultural  
 1.8. **TIPO:** Etnografía 1.9. **SUBTIPO:** Comidas y bebidas típicas

**k. UBICACIÓN**

2.1. **PROVINCIA:** Loja  
 2.2. **CANTÓN:** Saraguro  
 2.3. **LOCALIDAD:** Saraguro  
 2.4. **CALLE:**  
 2.5. **NÚMERO:**  
 2.6. **TRANSVERSAL:**  
 2.7. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:**  
**LATITUD:** **LONGITUD:**

**l. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** Loja **DISTANCIA:** 34km  
 3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** Cuenca **DISTANCIA:** 150km

**m. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. **ALTURA:** (m.s.n.m.): 2800-3000  
 4.2. **TEMPERATURA:** 6 a 16 °C  
 4.3. **PRECIPITACIÓN:** 791,3 mm

VALOR INTRINSECO

Conocidas como tortillas de tiesto **Se lo prepara de la siguiente manera:** agregando quesillo (queso sin sal) a la masa principal que consiste en el gualo-maíz entre tierno y maduro-molido y mezclado con manteca de cerdo, huevos, sal y azúcar. Se cuecen en un tiesto de barro dispuesto sobre el fogón de leña, su cocción culmina dorándolas directamente en las brasas, alcanzando su especial color y sabor, se sirven calientes, generalmente con agua de cedrón, y raspadura de panela o con café.

**n. USOS (SIMBOLISMO).**

Las tortillas de walus representan un icono importante y representativo para el pueblo Saraguro y es reconocida este alimento en todo el Ecuador preparado por las culturas de la sierra.

**ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)**

VALOR EXTRINSECO

**o. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:

**CAUSAS:**

**6.6 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)**

**NOMBRE:**  
**FECHA DE DECLARACIÓN:**  
**CATEGORÍA:** Patrimonio Cultural  
 Patrimonio de la Humanidad:   
 Patrimonio del Ecuador:

**p. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO**

ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:

**CAUSAS:**

q. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO																		
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO						
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N							
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 365 días al año						
	Lastrado	X				Automóvil	X											
	Empedrado					4 x 4												
	Sendero					Tren												
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes  Culturales: Naturales:						
						Bote												
	Fluvial					Canoa												
						Otros												
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Natural						
						Avioneta												
						Helicóptero												
Siglas: <b>BN</b> : bueno; <b>RG</b> : regular; <b>ML</b> : malo; <b>N</b> : ninguno; <b>DR</b> : diaria; <b>SM</b> : semanal; <b>MN</b> : mensual; <b>EV</b> : eventual; <b>N</b> : ninguna																		
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS																		
<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b> Loja- Saraguro (Cooperativa San Luis) <b>DESDE:</b> 5:30 <b>HASTA:</b> 19:30 <b>FRECUENCIA:</b> cada hora <b>DISTANCIA:</b> 34km																		
<b>OBSERVACIONES:</b> Existen otras cooperativas que nos pueden ayudar a llegar a visitar Saraguro (Cooperativa de transportes "Sur Oriente, Cooperativa "Loja, Cooperativa "Viajeros").																		
r. FACILIDADES TURÍSTICAS																		
APOYO	SERVICIOS	CATEGORIAS										OTROS						
		LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA								
		Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas	Nº establ.	Plazas							
	ALOJAMIENTO	0	0	0	0	2	24	1	24	0	0							
	ALIMENTACION	0	0	0	0	0	0	5	32	2	34							
	ESPARCIEMT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
AGENCIAS DE VIAJES: <input checked="" type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input checked="" type="checkbox"/> CORREOS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. FAX.: <input checked="" type="checkbox"/> Otros: <b>OBSERVACIONES:</b>																		
s. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.																		
<b>10.1. AGUA:</b> POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b> SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.3. ALCANTARILLADO:</b> RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input checked="" type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/> <b>10.4. PRECIO</b> SI: <input type="checkbox"/> NO: <input checked="" type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>																		
<b>OBSERVACIONES:</b>																		
t. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS																		
<table border="0"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>NOMBRE</b></td> <td style="text-align: center;"><b>DISTANCIA</b></td> </tr> <tr> <td>Artesanias de Saraguro</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Iglesia Matriz de Saraguro</td> <td></td> </tr> </table>													<b>NOMBRE</b>	<b>DISTANCIA</b>	Artesanias de Saraguro		Iglesia Matriz de Saraguro	
<b>NOMBRE</b>	<b>DISTANCIA</b>																	
Artesanias de Saraguro																		
Iglesia Matriz de Saraguro																		
u. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO																		
SIGNIFI	LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/> PROVINCIAL: <input type="checkbox"/> NACIONAL: <input type="checkbox"/> INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/> OTROS: <input type="checkbox"/>																	
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos ..... Firma: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>																	

## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA				Cantón: Saraguro			Fecha: 31/JULIO/2015						
TORTILLAS DE WALUS	Calidad				Apoyo			Significado					
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional /Max 12	Suma	Jerarquía I II III IV
	3	4	3	2	2	2	2	2	1	0	0	22	I



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho







## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA		Cantón: Saraguro		Fecha: 31/JULIO/2015									
<b>BOLLOS</b>	Calidad			Apoyo			Significado						
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional /Max 12	Suma	Jerarquía I II III IV
	2	2	3	2	2	2	2	2	1	0	0	18	I



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho





## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA				Cantón: Saraguro			Fecha: 31/JULIO/2015								
<b>TAMALES DE QUESO</b>	<b>Calidad</b>			<b>Apoyo</b>			<b>Significado</b>				Suma	Jerarquía I II III IV			
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7			Internacional /Max 12		
	3	2	3	3	2	2	2	2	1	0			0	20	I



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**MINISTERIO DE TURISMO**  
Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1. DATOS GENERALES.**

c. **ENCUESTADOR:** Marcia Enidt Pizarro Morocho 1.2. **FICHA N°:** 009  
 12.13. **SUPERVISOR EVALUADOR:** Licda. Roció Aguilar Salazar 1.4. **FECHA:** 31/07/2015  
 12.8. **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Humas 1.6. **PROPIETARIO:** Pueblo de Saraguro  
 1.7. **CATEGORÍA:** Manifestación Cultural 1.8. **TIPO:** Etnografía 1.9. **SUBTIPO:** Comidas y bebidas típicas

**2. UBICACIÓN**

2.1. **PROVINCIA:** Loja 2.2. **CANTÓN:** Saraguro 2.3. **LOCALIDAD:** Saraguro  
 2.4. **CALLE:** 2.5. **NÚMERO:** 2.6. **TRANSVERSAL:**  
 2.7. **LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:**  
**LATITUD:** **LONGITUD:**

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. **NOMBRE DEL POBLADO:** Loja **DISTANCIA:** 34km  
 3.2. **NOMBRE DEL POBLADO:** Cuenca **DISTANCIA:** 150km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. **ALTURA:** (m.s.n.m.): 2800-3000 4.2. **TEMPERATURA:** 6 a 16 °C 4.3. **PRECIPITACIÓN:** 791,3 mm

A las humitas se las prepara en todo el Cantón Saraguro y en diferentes épocas del año debido a que la cosecha del maíz se da en determinadas temporadas.

**Preparación:** Batir la masa del choclo, agregar la mantequilla, agregar los huevos, levadura, manteca de cerdo, añada la sal y azúcar, una vez que todos los ingredientes estén bien mezclados sobre una hoja de choclo se le agrega la masa y encima de esta el queso.

**5. USOS (SIMBOLISMO).**

La mayoría de los habitantes de Saraguro prepara las humitas ya que en este Cantón cultivan mucho el maíz por cuanto hacen de este alimento un alimento del diario vivir. En algunas ocasiones hacen reuniones o mingas para la preparación de dicho alimento

**ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)**

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:

**CAUSAS:**

**6.9 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)**

**NOMBRE:**  
**FECHA DE DECLARACIÓN:**  
**CATEGORÍA:** Patrimonio Cultural  
 Patrimonio de la Humanidad:   
 Patrimonio del Ecuador:

**7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO**

ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:

**CAUSAS**

VALOR INTRÍNSECO

VALOR EXTRÍNSECO

CALIDAD





## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA		Cantón: Saraguro			Fecha: 31/JULIO/2015					
<b>HUMAS</b>	<b>Calidad</b>			<b>Apoyo</b>		<b>Significado</b>				
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	
								Nacional / Max 7	Internacional /Max 12	Suma
										Jerarquía I II III IV



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho





## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA		Cantón: Saraguro			Fecha: 31/JULIO/2015							
<b>WAJANGO</b>	<b>Calidad</b>			<b>Apoyo</b>		<b>Significado</b>			Suma  Jerarquía I II III IV			
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2		Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional /Max 12



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**MINISTERIO DE TURISMO**  
Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1. DATOS GENERALES.**

e. ENCUESTADOR: Marcia Enidt Pizarro Morocho 1.2. FICHA N°: 011  
 12.15. SUPERVISOR EVALUADOR: Licda. Roció Aguilar Salazar 1.4. FECHA: 31/07/2015  
 12.10. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Horchata 1.6. PROPIETARIO: Pueblo de Saraguro  
 1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural 1.8. TIPO: Etnografía 1.9. SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

**2. UBICACIÓN**

2.1. PROVINCIA: Loja 2.2. CANTÓN: Saraguro 2.3. LOCALIDAD: Saraguro  
 2.4. CALLE: 2.5. NÚMERO: 2.6. TRANSVERSAL:  
 2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LONGITUD:  
 LATITUD:

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Loja DISTANCIA: 34km  
 3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cuenca DISTANCIA: 150km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. ALTURA: (m.s.n.m.): 2800-3000 4.2. TEMPERATURA: 6 a 16 °C 4.3. PRECIPITACIÓN: 791,3 mm

Esta bebida llamada Horchata es una bebida medicinal y se la puede encontrar en las once parroquias que conforman el Cantón Saraguro.

**Preparación:**

La horchata se la prepara con plantas medicinales como linaza, ataco, hierba luisa, cadillo, zhullo y cola de caballo, se junta todas estas plantas y se las pone a hervir, acompañándolas con limón para dar un mejor sabor a la horchata.

**5. USOS (SIMBOLISMO).**

Es una bebida medicinal ya que contiene varias plantas las cuales son medicinales.

**ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)**

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

**6.11 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)**

NOMBRE:  
 FECHA DE DECLARACIÓN:  
 CATEGORÍA: Patrimonio Cultural  
 Patrimonio de la Humanidad:   
 Patrimonio del Ecuador:

**7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO**

ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:

CAUSAS:

VALOR INTRÍNSECO

CALIDAD

VALOR EXTRÍNSECO



## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA			Cantón: Saraguro			Fecha: 31/JULIO/2015					
<b>HORCHATA</b>	<b>Calidad</b>			<b>Apoyo</b>			<b>Significado</b>				
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional /Max 12
	Suma										
	Jerarquía I II III IV										



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho





**MINISTERIO DE TURISMO**  
Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1. DATOS GENERALES.**

f. ENCUESTADOR: Marcia Enidt Pizarro Morocho	1.2. FICHA N°: 012
12.16. SUPERVISOR EVALUADOR: Licda. Roció Aguilar Salazar	1.4. FECHA: 31/07/2015
12.11. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Chicha de Jora	1.6. PROPIETARIO: Pueblo de Saraguro
1.7. CATEGORÍA: Manifestación Cultural	1.8. TIPO: Etnografía    1.9. SUBTIPO: Comidas y bebidas típicas

**2. UBICACIÓN**

2.1. PROVINCIA: Loja	2.2. CANTÓN: Saraguro	2.3. LOCALIDAD: Saraguro
2.4. CALLE:	2.5. NÚMERO:	2.6. TRANSVERSAL:
2.7. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD:	LONGITUD:	

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA: 34km
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Cuenca	DISTANCIA: 150km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

4.1. ALTURA: (m.s.n.m.): 2800-3000	4.2. TEMPERATURA: 6 a 16 °C	4.3. PRECIPITACIÓN: 791,3 mm
------------------------------------	-----------------------------	------------------------------

**Características.-**

La Chicha de Jora se convierte en una bebida típica de la parroquia Manú, pero también se la puede encontrar en otras parroquias.

**Preparación:** Para la elaboración de la Chicha de Jora se necesitan los siguientes ingredientes: Maíz chancado, panela, congona, cedrón y malbolorosa, para la producción de este producto se procede a hervir el agua mezclado los componentes indicados durante diez minutos una vez realizado este proceso se coloca el líquido en un cántaro adecuado durante tres días, para que la producción se fermente y de esta manera esté lista para su repartición

**5. USOS (SIMBOLISMO).**

Esta bebida se la brinda en las fiestas que realizan los habitantes del Canton Saraguro, o a su vez en un programa familiar que celebren en sus propias casas como matrimonios, bautismo, etc. **ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)**

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>
EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>	

CAUSAS:

**a. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)**

NOMBRE:  
FECHA DE DECLARACIÓN:  
CATEGORÍA: Patrimonio Cultural

Patrimonio de la Humanidad:	<input type="checkbox"/>
Patrimonio del Ecuador:	<input type="checkbox"/>

**7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO**

ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	DETERIORADO	<input type="checkbox"/>
EN PROCESO DE DETERIORO:		<input type="checkbox"/>	

CAUSAS:

VALOR INTRÍNSECO

VALOR EXTRÍNSECO





## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Provincia: LOJA			Cantón: Saraguro			Fecha: 31/JULIO/2015						
<b>CHICHA DE JORA</b>	<b>Calidad</b>			<b>Apoyo</b>			<b>Significado</b>					
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional/Max 12	
	Suma											
	Jerarquía I II III IV											



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho





## FICHA DE JERARQUIZACIÓN

<b>Provincia: LOJA</b>				<b>Cantón: Saraguro</b>			<b>Fecha: 31/JULIO/2015</b>				
<b>ZAMBO CON LECHE</b>	<b>Calidad</b>			<b>Apoyo</b>			<b>Significado</b>				
	Valor Intrínseco / Max. 15	Valor Extrínseco / Max. 15	Entorno / Max. 10	Estado de Conservación / Max. 10	Acceso / Max. 10	Servicios Básicos / Max. 10	Asociación con otros atractivos / Max 5	Local / Max 2	Regional / Max 4	Nacional / Max 7	Internacional /Max 12
	Suma										
	Jerarquía I II III IV										



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado:** Marcia Enidt Pizarro Morocho

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÀTULA .....	I
CERTIFICACIÒN .....	II
AUTORIÀ.....	III
DECLARACIÒN DE LA AUTORIÀ.....	IV
DECICATORIÀ .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
1. TITULO.....	1
2. RESUMEN.....	2
3. INTRODUCCIÒN.....	6
4. MARCO TEÒRICO .....	10
5. MATERIALES Y MÉTODOS .....	28
6. RESULTADOS .....	32
7. DISCUSIÒN.....	143
8. CONCLUSIONES.....	145
9. RECOMENDACIONES .....	146
10.BIBLIOGRAFÍA.....	147
11.ANEXOS.....	150