Kalpana
REVISTA DE INVESTIGACIÓN
ISSN: 1390-5775
ISSN-e: 2661-6696

Factores de localización para una actividad económica. Un análisis del desarrollo gastronómico de Sangolquí

Location factors related to an economic activity. Analysis of the culinary development of Sangolquí[1]

Diego Salazar Duque
diegoa.salazar@ute.edu.ec[2]

Anthony Paúl Maldonado
anthonypaul94@hotmail.com[3]

Gabriel Díaz Muñoz
gabriel.diaz@ute.edu.ec[4]

Carolina Portugal
elizabeth.portugal@ute.edu.ec[5]

Universidad Tecnológica Equinoccial – UTE – Ecuador

[1] Manuscrito recibido el 13 de febrero del 2020, y aceptado tras revisión editorial y de pares doble ciego el 15 de septiembre del 2020. *Kalpana- Revista de Investigación.* Nro. 19. Publicación Anual. (diciembre -2020) ISSN-e: 2661-6696 ISSN: 1390-5775. Esta investigación tiene como base la tesis "Evaluación de la gastronomía de Sangolquí como aporte y actividad impulsadora para el desarrollo del turismo cultural de la zona de planificación 2" del autor Anthony Maldonado (2019), la cual fue modelo y marco para el desarrollo de las nuevas variables latentes y observadas que fueron adaptadas y contempladas en este estudio; de esta manera, se refuerzan los resultados obtenidos durante la tesis de Maldonado.

[2] Magíster (MBA) EN Administración Y Dirección de Empresas y candidato a Doctor en Administración por la Universidad Nacional de Rosario, Argentina actualmente docente en la Universidad Tecnológica Equinoccial- UTE-Ecuador.

[3] Administrador Gastronómico graduado en la Universidad Tecnológica Equinoccial- UTE – Ecuador.

[4] Magister en Gestión Empresarial. Maestrante en Gestión Turística y Patrimonio culinario y gastronómico por el Centro Universitario de Turismo, Hotelería y Gastronomía adscrito a la Universidad de Barcelona. Actualmente docente en la Universidad Tecnológica Equinoccial- UTE – Ecuador.

[5] Magíster (MBA) en Gerencia Empresarial. Actualmente docente en la Universidad Tecnológica Equinoccial- UTE – Ecuador.

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar el contexto gastronómico de la parroquia de Sangolquí, ubicada en el Cantón Rumiñahui, a partir de los factores de localización que inciden en el desarrollo de una actividad turística, que considera aspectos físico-naturales, socioeconómicos, político-administrativos y de producción gastronómico-comercial. Para este estudio se han aplicado tres técnicas de investigación: revisión documental, observación y entrevista, bajo los parámetros de un análisis de contenido, descriptivo y deductivo. El estudio arrojó como resultado principal un bajo impulso al desarrollo gastronómico del sector en cuanto a su producción gastronómica-comercial, a pesar de encontrarse en un lugar altamente turístico a nivel cultural y natural. Esto se debe a lo complejo del sistema de transportes para movilizarse en el sector, además, la inadecuada infraestructura que poseen algunos establecimientos gastronómicos para ofrecer sus productos culinarios con estándares de calidad. No obstante, los factores físico-naturales, socioeconómicos y político-administrativos son potencialmente muy positivos para su desarrollo dentro de la misma parroquia, que tratan de impulsar la economía local a través de su gastronomía.

Palabras clave: desarrollo gastronómico, Sangolquí, turismo, actividad económica, factores de localización

Abstract

The aim of this study is to analyze the culinary context of the parish of Sangolquí, located at Rumiñahui canton through key location factors which has an influence in the development of any kind of touristic activity: physical – natural, socio – economic, political – administrative, and culinary – commercial production. Three research techniques have been estimated for this study: documentary review, observation and interview; which were analyzed in content, descriptively and deductively. The main result was a low impulse of the culinary development related to culinary – commercial production, even though it is located in a high – quality, cultural, and natural place. This situation mainly comes from the difficulty to access to it, or the inadequate infrastructure that some food and beverage establishments have for offer high - quality products. However, factors like: physical – natural, socio – economic, and political – administrative turn out very positive for its development, evidenced in certain sectors.

Keywords: culinary development, Sangolquí, tourism, economic activity, key location factors

Introducción

La gastronomía, concebida como una actividad económica y compuesta de varios servicios, tales como restaurantes, bares, cafeterías, entre otros; y es un factor muy importante para el desarrollo de un sector geográfico. Genera importantes ingresos económicos para un territorio (Brida et al, 2008; Perona et al., 2013; Rodríguez, 2015; Brida, 2017), y se encuentra fuertemente relacionada con el turismo y otras actividades económicas que conforman el sistema turístico, tales como agencias de viajes, alojamiento y transporte.

Diversas investigaciones generadas en torno a esta actividad, consideran la existencia de diversos elementos intrínsecos que permiten entender cómo es su dinámica, por ejemplo: los productos de consumo humano característicos de una localidad, el comercio de productos y servicios, o las estrategias de impulso para el desarrollo, crecimiento, rescate o posición competitiva en relación con otras actividades gastronómicas existentes en el medio.

A nivel social, hay estudios que se enfocan en entender la importancia cultural que tiene esta actividad en una zona geográfica (De Jong et al, 2018). Gracias a ello, se pueden comprender problemáticas como por ejemplo, qué técnicas culinarias ancestrales o contemporáneas se utilizan durante una producción, cómo se elaboran las diversas preparaciones gastronómicas de un sector geográfico, o cuáles son los ingredientes que conforman las distintas preparaciones culinarias que representan a una sociedad (Fernández et al, 2016; Alvia y Maya, 2017; Naú et al, 2017; Vegas, 2018; Cedeño y Chiriguaya, 2018; Castellón y Fontecha, 2018; Arellano y Saltos, 2019), entre otros aspectos de relevancia.

Desde un punto de vista administrativo o comercial, existen varias producciones científicas que buscan entender aspectos como el comportamiento de compra y venta dentro del sector gastronómico; la gestión, planificación u organización de un establecimiento de alimentos y bebidas; la forma cómo se distribuye un producto o qué elementos influyen en la decisión de compra de un producto o servicio por parte del consumidor, entre otros. Los resultados generados permiten a los establecimientos culinarios mejorar su oferta o proponer estrategias competitivas que incrementan las ventas, la rotación, la cuota de mercado, etc. Entre algunos criterios que se consideran en estos tipos de estudio, se encuentran la materia prima, infraestructura, consumidor, costo de materia prima, recursos, procesos, empleabilidad, precio final del producto o servicio que se oferta, publicidad y ubicación (Salazar, 2016; Carrillo et al, 2016; Colchero et al, 2017; Alicia Cruz y Téllez, 2018; Aranda y Blanco, 2018).

Relacionadas con estas aproximaciones al tema, se suman otras investigaciones que son abordadas desde diversas posiciones: historia, artes, geografía, sociología (De Jong et al, 2018), cuyo fin es entender a la gastronomía desde varios escenarios.
Como se puede observar, es incuestionable la importancia que tiene la gastronomía, según el contexto que se la estudie, y dada la gran diversidad bibliográfica o producción científica existente en torno a esta dinámica o disciplina, más la realidad observable y palpable de un lugar, es imperativo analizar el desarrollo de este tipo de actividad y, con el objetivo de evaluar si aporta positiva o negativamente al desarrollo turístico de un destino (Marín-Yaseli y Nogués, 2001; Gil, 2003; Milanés y Pacheco, 2011; Cohen y Benseny, 2016). Uno de estos contextos puede ser, por ejemplo, su localización. La derivación de su análisis permitirá comprender la necesidad de generar nuevas estrategias comerciales o políticas de desarrollo que permitan impulsar el éxito de esta actividad económica para el desarrollo de un destino.

Con base en este antecedente, y considerando que la gastronomía adquiere un nivel de importancia muy significativa con varias disciplinas (De Jong et al, 2018), esta investigación contempla, como principal objetivo, analizar el contexto gastronómico de la parroquia de Sangolquí a partir de los factores de localización, los cuales inciden en su desarrollo como actividad económica desde la dinámica turística.

Se delimita como lugar de estudio a Sangolquí, una parroquia ubicada en el cantón Rumiñahui, por ser uno de los lugares donde existe una fuerte presencia de recursos naturales y culturales, en la que sobresalen la gastronomía tradicional del sector; y diversas preparaciones culinarias ajenas a la localidad.

En este sentido, se considera trabajar a partir de los distintos elementos de localización que condicionan el desarrollo de una actividad turística en una zona geográfica mediante las variables observables contemplados por Solsona y López (2012), (caso actividad turística de la Comunitat Valenciana) y Navalón (1999), pero adaptados a la actividad gastronómica. Esta investigación también tiene como base la tesis “Evaluación de la gastronomía de Sangolquí como aporte y actividad impulsadora para el desarrollo del turismo cultural de la zona de planificación 2” de Maldonado (2019), la cual fue modelo y marco para el desarrollo de las nuevas variables latentes y observadas que fueron adaptadas y contempladas en este estudio; de esta manera, se refuerzan los resultados obtenidos dele trabajo de Maldonado.

Factores de localización para el desarrollo de la actividad turística

Tal como mencionan Solsona y López (2012), la poca producción científica generada en torno al análisis de los factores que determinan la localización de una actividad económica ha conllevado a orientar las decisiones sobre los resultados obtenidos con base en modelos aproximados construidos según la necesidad. Este es el caso de las actividades relacionadas con el turismo.

No obstante, con el intento por homologar los criterios que condicionan el desarrollo de una actividad económica, se resalta el estudio de Solsona y López (2012), quienes rescatan la postura de Butler (1986) y Navalón (1999) al condicionar la existencia de dos grupos de factores de localización que inciden en el desarrollo de cierto tipo de actividad: el físico-ecológico, y el socioeconómico-político-administrativo.

Bajo esta postura, Solsona y López (2012) adaptan estos elementos y los formulan como componentes del subsistema de localización de una actividad económica (variables latentes), con sus respectivos factores (variables observables) y, a más de eso, agregan aquellos criterios que influyen en el sistema turístico: recursos y atractivos turísticos; accesibilidad, equipamientos y servicios públicos; infraestructuras (accesibilidad, transporte, energía, saneamiento, distribución); equipamientos y servicios turísticos, e imagen, percepción y reconocimiento de los espacios turísticos y el paisaje como representación. Estos criterios se encuentran relacionados con este tipo de actividad y son elementos importantes dentro del sistema turístico (Boullón, 2006; Velasco, 2009).

La Tabla 1 expone los distintos factores de localización para evaluar la actividad turística, considerados por Solsona y López (2012) para cada uno de los elementos que conforman el subsistema de una actividad económica.

Tabla 1. Factores de localización que inciden en el desarrollo de una actividad turística

Subsistema (variables latentes)	**Factores de localización (Variables observables)**
Físico-natural	• Relieve y paisaje • Clima
Socioeconómico	• Población • Actividad económica
Político- administrativa	• Entidades político-administrativas • Programas de desarrollo territorial • Planes de ordenación territorial
Subsistema turístico	• Recursos o atractivos turísticos • Accesibilidad, equipamientos y servicios públicos • Infraestructuras (accesibilidad, transporte, energía, saneamiento, distribución) • Equipamientos y servicios turísticos • Imagen, percepción y reconocimiento de los espacios turísticos y el paisaje como representación

Fuente: Adaptado de Solsona y López, 2012, pág. 234

Factores de localización para el desarrollo del turismo gastronómico (propuesta)

Bajo esta misma perspectiva, es necesario adaptar el modelo de estudio de Solsona y López (2012) a otra actividad económica, la cual requiere ser analizado a parir de sus factores de localización, siendo la gastronomía una dinámica productiva que se encuentra estrechamente relacionada al turismo (Maldonado, 2019).

En este sentido, la Tabla 2 presenta un listado de los distintos factores de localización (variables observables) que inciden en el desarrollo de una actividad gastronómica. En esta se contemplan aquellos elementos que Navalón (1999) y Solsona y López (2012) estimaron en sus estudios, con la diferencia que se refuerza, manifiesta e incorporan otras variables observables que son necesarias para un adecuado análisis, sobre todo bajo la perspectiva de la variable latente "producción gastronómica y comercial".

Entre las nuevas variables observables que se consideran se encuentran: los recursos disponibles; la oferta gastronómica competitiva que existe en el sector; la infraestructura comercial que poseen los diversos establecimientos de alimentos y bebidas; la imagen del establecimiento, percepción y reconocimiento de marca por parte del consumidor; además de otros actores de servicios turísticos que se relacionan con este tipo de actividad.

Tabla 2. Factores de localización que inciden en el desarrollo de una actividad gastronómica

Subsistema (variables latentes)	**Factores de localización (Variables observables)**
Físico-natural	• Localización, relieve y paisaje • Accesibilidad externa y movilidad de transporte • Clima
Socioeconómico	• Población • Actividad económica • Seguridad
Político-administrativa	• Entidades político-administrativas • Programas o Planes de desarrollo y ordenamiento territorial aplicados al turismo gastronómico
Producción gastronómica-comercial	• Recursos (naturales, culturales y humanos) • Oferta gastronómica (competitividad) • Infraestructuras comerciales (ambientes y accesibilidad interna, parqueadero, energía, saneamiento, distribución) • Imagen, percepción y reconocimiento de marca del sector • Otros actores de servicios turísticos

Fuente: Adaptada de Navalón (1999), Solsona y López (2012) y Maldonado (2019)

Físico-natural

De acuerdo con Solsona y López (2012), este factor se encuentra compuesto por elementos de carácter territorial, abordados desde la geografía y desde su relación con la actividad turística; en este punto se consideran tres componentes claves: localización, relieve y paisaje. Para el factor *localización,* se resaltan aspectos geográficos, de relieve y de paisaje (Fusté-Forné, 2016; Huete y Mantecón, 2017); de igual forma el *clima*, como un componente que puede afectar al turismo y que influye considerablemente en la decisión del consumidor y en la oferta gastronómica (Solsona y López, 2012; Olcina, 2012; Cohen y Benseny, 2016); pero, a más de ellos, es necesario incorporar un factor: la *accesibilidad y movilidad* de transporte (Cohen y Benseny, 2016; Vecslir et al., 2017; Verduzco y Valenzuela, 2018; Quijano, 2019) del sector por efecto de la ubicación geográfica como un factor que influye en la decisión del consumidor.

Socioeconómico

En cuanto a los elementos que conforman este factor, Solsona y López (2012) analizan variables como la densidad de población y la actividad económica. Para este estudio se consideran estos mismos componentes, en los que la *población* es abordada desde sus aspectos demográficos principales o del consumidor (Buenaño et al., 2019) y la *actividad económica* como un factor que cubre las necesidades de servicio, de producto, de distribución o de consumo (Perona et al., 2013; Ocaña y Osejo, 2018; Corado y Rivas, 2019) para esa misma población.

Político-administrativa

Con base en los factores previstos por Solsona y López (2012), a nivel político-administrativo, se consideran variables observables como: *entidades político-administrativas* (Prefecturas, Municipios, Juntas Parroquiales, etc.) como entes que velan por el sector, y los *Programas o Planes de desarrollo y ordenamiento territorial aplicados al turismo gastronómico* inherentes a la promoción de la identidad cultural o a la recuperación y prácticas gastronómicas de la comunidad (Peñaherrera-Cabezas, 2016; Bravo y Bravo, 2017).

Producción gastronómica-comercial

Finalmente, y con el afán de aterrizar en la columna vertebral de esta investigación, la gastronomía. En este factor, se contemplan las variables: *recursos* para la producción gastronómica y comercial, bajo la misma perspectiva de la clasificación formal de los recursos turísticos: naturales, culturales y humanos (Navarro, 2015); *oferta gastronómica*, desde el producto y el servicio ofertado (Hoffman y Bateson, 2012; Salazar, 2016; Salazar y Burbano, 2017); *infraestructuras comerciales* (ambientes y accesibilidad interna, parqueadero, energía, saneamiento) (Hoffman y Bateson, 2012); *imagen, percepción y reconocimiento* de marca del sector (Vázquez-Martínez, 2017; Fusté-Forné, 2017; Brito y Botelho, 2018), y *otros actores de servicios turísticos* (Velasco, 2009); se entiende a estos últimos como aquellos actores privados, tales como agencias de viajes, hoteles, centros comerciales y guías de turismo, que colaboran con el desarrollo o impulso gastronómico de la localidad (Benseny, 2002).

Metodología

Con el fin de detectar el estado actual del contexto gastronómico en el que se desarrolla este tipo de actividad; y relacionarla con los factores de localización para una actividad económica, se han utilizado tres técnicas de investigación para el levantamiento de información: 1) documental relacionada con el sector desde el enfoque físico, social, político, comercial, turístico y gastronómico del sector de Sangolquí; 2) observación, en la misma zona geográfica, con el fin de comprender cada uno de los factores de localización que influyen en el desarrollo de la actividad gastronómica, y 3) la entrevista, como técnica para comprobación y fortalecimiento de las respuestas sobre el desarrollo de la actividad gastronómica (Maldonado, 2019).

Documental

Con el fin de recopilar la literatura existente relacionada con el sector de Sangolquí, desde el enfoque físico, social, político, comercial y turístico; con respecto al sector gastronómico en cuanto a los factores: físico-naturales, socioeconómicos y político-administrativo, se considera realizar un estudio de las distintas referencias bibliográficas (Hernández et al, 2014) que se han generado sobre esta misma temática. Para ello, se identifican dos tipos de fuentes de información:

- La primera fuente de información, mediante el contenido documental y científico-académico que refleja Google Académico. Se establece este tipo de buscador para mostrar investigaciones anteriores que se encuentran indexadas en editoriales, bibliotecas, repositorios o bases de datos literarios socializados a través del Internet, y por el tipo de accesibilidad que se tiene para esta investigación (De Albuque et al, 2019). Se delimita la temporalidad de la búsqueda a cinco años; es decir, se considera todo el contenido relacionado con el turismo y la gastronomía de la parroquia de Sangolquí que se encuentre publicado en un intervalo específico desde principios de 2015 a finales de 2019.

  Entre las palabras claves que se utilizaron en este tipo de buscador se encontraban: Sangolquí, cantón Rumiñahui, alimentos y bebidas, turismo y gastronomía, tanto en español como en inglés. Como resultado, se obtuvo un total de 34 tesis de grado relacionadas con la temática de estudio, cero artículos y cero libros publicados en los últimos años.

  En este punto, es necesario aclarar que se ha descartado todo tema que tenga relación con propuestas de negocios gastronómicos o mejoras administrativas u operativas de establecimientos de alimentos y bebidas, por ser trabajos de investigación que poseen un contenido donde solo se mide la necesidad del mercado o de un negocio con el fin de presentar posibles soluciones comerciales para satisfacer carencias percibidas que aún no se comprueban.

- La segunda fuente de información documental es mediante la información desarrollada y proporcionada por las diversas entidades públicas de gobierno: Gobierno Municipal de Rumiñahui, al que pertenece la parroquia de Sangolquí, la Biblioteca Municipal del Cantón Rumiñahui, más la Dirección de Turismo, quienes son los encargados de gestionar la promoción de los atractivos turísticos, gastronómicos, culturales y recreacionales de Rumiñahui (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2019).

Posteriormente se consideró un análisis de contenido mediante un método indicativo o descriptivo, el cual permite extraer y resumir información cuantitativa o cualitativa generada en los distintos estudios o revisiones documentales encontrados, y que permitan

identificar el contenido que se ha generado sobre cada uno de los diferentes componentes seleccionados en el objeto de estudio. Esto permitió interpretar la información obtenida y resaltarlos en cada uno de los factores de localización según su correspondencia; sobre todo de aquellos documentos que describan los diversos programas ejecutados o en ejecución para el desarrollo territorial de la zona que se apliquen al sector gastronómico y turístico, o posibles planes de ordenación territorial.

Observación

Con el fin de describir el sector gastronómico de Sangolquí y relacionar la variable de localización "*oferta gastronómica"* (competitividad), se consideró recoger información comercial de los establecimientos gastronómicos del sector mediante una observación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Para esto, se han estimado ciertos parámetros relacionados con el producto que se oferta en la zona con el objeto de entender el comportamiento comercial de los establecimientos de alimentos y bebidas. De esta manera, se estima la dimensión que tiene este factor ante la actividad gastronómica.

En relación con la población de estudio a 2019, para determinar la muestra para esta investigación existen dos alternativas: en primer lugar, la detección de los establecimientos mediante una observación preliminar, donde se evidenciaron, físicamente, 64 establecimientos existentes en la parroquia de Sangolquí dedicados a la venta de alimentos y bebidas que cumplen con las características que manifiesta el art. 14, capítulo I del Reglamento de Alimentos y Bebidas del Ecuador (Acuerdo Ministerial 53. Registro Oficial 575, 2018). En segundo lugar, estudiar los 300 establecimientos que se identifican en el Catastro de Actividades Turísticas registrado por el Ministerio de Turismo (2019) a nivel de parroquia, en el que se describe todo tipo de negocio gastronómico que, en su mayoría, no se los encuentra fácilmente debido a que no poseen un identificativo fuera del local para saber a qué tipo de negocio pertenece (cafetería, bar, fuente de soda o restaurante). Para este estudio, y a efectos de que no exista ningún inconveniente durante la fase de campo, se consideró trabajar con los 64 establecimientos gastronómicos identificados (Maldonado, 2019).

Entre la información levantada, existe solo de aquellos restaurantes ubicados en esa misma zona, a excepción de aquellos que se localizaban en una plaza de comidas (Acuerdo Ministerial 53. Registro Oficial 575, 2018) o en un centro comercial, esto permitió conocer el tipo de producto de consumo que más se oferta (Kotler y Armstrong, 2012), de la variada gastronomía tradicional que tiene la región interandina: hornado, cuyes asados, menudo con mote, morocho, tortillas con caucara, chicha de jora, caldos de gallina, yaguarlocro, fritada, jugos frutales, papas con cuero y librillo (Aimacaña, 2018), incluyendo aquella gastronomía de la región litoral que tiene una fuerte acogida como bolones o encebollado.

Se consideró para esta etapa, analizar la información sistematizada entre los meses de julio y agosto de 2019, delimitando geográficamente los establecimientos que se

encuentran en los cuatro barrios de la parroquia de Sangolquí: Sangolquí Central, El Rancho, Cashapamba y Selva Alegre; para ello se utilizó como instrumento de investigación un cuestionario compuesto por preguntas dicotómicas y preguntas abiertas distribuidas en tres partes principales: oferta gastronómica, infraestructura, además de otros actores relacionados con el sector gastronómico; y una parte donde constaba la información básica o general y catastral de cada establecimiento. En primera instancia, para la oferta gastronómica, se consideró aquellos productos culinarios que más se ofrecen en los locales junto con su precio de venta; a nivel de infraestructura, se tomaron en cuenta los ambientes, accesos, y espacios de estos tipos de establecimientos; finalmente en cuanto a otros actores, se consideraron criterios relacionados a otros espacios económicos como son: hoteles (donde también se ofrece comida y bebida) y aquellos centros comerciales donde también se expende este tipo de producto. Para esta fase se planteó un análisis descriptivo de la información y se consideró trabajar con un método deductivo que permita entender el comportamiento de las variables de estudio, sobre todo de la oferta gastronómica como parte de la variable latente producción gastronómica-comercial.

Entrevista

Finalmente, se consideró levantar información a través de una entrevista a un agente público que trabaja en uno de los departamentos de esa misma zona, seleccionado por el conocimiento que tiene sobre las diversas actividades que se gestionan en relación con el turismo (Maldonado, 2019). Se estableció realizar este proceso en el mes de septiembre de 2019 con el fin de triangular la información levantada tanto de forma documental como por observación. Se establece en esta etapa, manejar una entrevista estructurada (Hernández et al, 2014) con ayuda de un cuestionario previamente elaborado. Para esto se hicieron 4 bloques de preguntas abiertas relacionadas con los factores que corresponden a los subsistemas: físico-natural, socioeconómico, político-administrativa, y producción gastronómica-comercial.

Desarrollo de la investigación

Componentes Físico-naturales

Localización, relieve y paisaje

Sangolquí, nombrada a fines del siglo XIX como parroquia rural del cantón Rumiñahui (Municipio de Rumiñahui, 2016; Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2019), se encuentra ubicada en el centro del Valle de Los Chillos a una altura promedio de 2500 m.s.n.m. Rodeada de volcanes y macizos montañosos, Sangolquí se beneficia de paisajes andinos que son atractivos para los turistas y que favorecen las actividades de agricultura y ganadería (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2014).

Accesibilidad y movilidad de transporte

Como consecuencia del crecimiento poblacional, se ha incrementado también la demanda de bienes y servicios en cuanto a calidad y cantidad, por lo que a nivel sectorial se han emprendido varios proyectos por parte del Municipio con el fin de mejorar la viabilidad de la zona en lo que respecta a carreteras y puentes de acceso (Municipio de Rumiñahui, 2016). Gracias a esta iniciativa, la movilidad ha ido en aumento, lo que permite el traslado de los turistas de un sector a otro de manera expedita. A esto hay que sumar los diversos servicios de transporte público existentes que ayudan a desplazar a los habitantes y turistas que frecuentan este lugar. Las vías principales de acceso para llegar a los distintos establecimientos son la Autopista General Rumiñahui, Av. General Enríquez y Av. Luis Cordero.

No obstante, existen ciertos aspectos que afectan negativamente a la actividad gastronómica de la zona, como son: los parqueaderos, la seguridad vial y las vías alternas. En cuanto al primer factor, los espacios para dejar estacionado un vehículo son insuficientes, lo que genera tráfico en las vías que se encuentran cercanas al parque central de Sangolquí o al mercado principal durante sus ferias comerciales. Esto afecta de manera negativa a los negocios gastronómicos, lo que puede disminuir considerablemente las ventas debido a que influye en la decisión del turista por buscar otros espacios gastronómicos de mejor acceso (Díaz, Burnano y Salazar, 2018). A su vez, esta situación se ve reflejada en la seguridad vial, por la aglomeración de gente y del sector automotor que aumenta considerablemente en las horas pico.

Por otro lado, al encontrarse Sangolquí en un lugar estratégico cerca de volcanes y macizos montañosos, permite a los viajeros realizar diversas actividades deportivas tanto de ciclismo como de montaña. Sin embargo, la existencia de diversas vías alternas para llegar a estos puntos naturales le facilita al visitante llegar de una forma más rápida, lo que obliga a los conductores de vehículos a rodear a la parroquia, con la consecuente disminución del acceso a este sector; esto afecta considerablemente las ventas comerciales de ciertos establecimientos gastronómicos, debido a que baja el turismo receptivo, aunque favorece la circulación del cliente local.

Clima

La parroquia de Sangolquí posee una temperatura ideal a lo largo de todo el año, con una media de 10 a 29 ºC, lo que representa un clima perfecto para realizar actividades de ocio o culturales. Un estudio realizado por Chavez y Maza (2019), sobre la percepción del turista en cuanto al clima, indica que un 70,4% considera que es agradable, lo que se constituye como un punto a favor para realizar actividades turísticas.

Componentes Socioeconómicos

Población

Para el año 2014, la población promedio de Sangolquí fue de 6060 habitantes con una baja tasa de analfabetismo del 2,5%, una incidencia de pobreza de 13,21% y una fuerte

presencia mestiza (86,81%) (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2014). Como parte del estudio realizado por el Gobierno Municipal de Rumiñahui, en relación con el tipo de trabajo y empleo que posee este sector, 30% de la población de Sangolquí está conformada por trabajadores y vendedores, 15% realiza actividades administrativas y 7% son directores o gerentes de empresas (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018). A este lugar llegan residentes de la ciudad de Quito y de los diferentes sectores aledaños al Valle de los Chillos. Según la información levantada por Padilla (2015), la misma que fue proporcionada por el GAD del cantón Rumiñahui, en ese año visitaron este sector, un total aproximado de 16829 turistas nacionales y extranjeros.

Actividad económica

La gastronomía es una de las actividades económicas terciarias que genera fuertes ingresos al Cantón de Rumiñahui y, por consiguiente, a Sangolquí. A nivel comercial, se pueden observar diversos establecimientos que ofertan productos gastronómicos tradicionales de la zona en los que sobresale la venta de hornado (Fiallos, 2018), una preparación a base de carne de cerdo, que previo a un adobo especial, se lo prepara al horno (Pazos, 2008) y puede ir acompañado de: salsa de cebolla, aguacate, maduro, mote o tortillas de papa y lechuga. Debido a ello, se observan diversas empresas de alimentos y bebidas, las cuales requieren de productos propios de la región con lo que impulsan la producción del sector agropecuario ubicado en las zonas rurales aledañas a la parroquia (Castro, 2018).

Como punto negativo, hay que resaltar que el crecimiento en estos últimos años de cadenas o sucursales de comida rápida o extranjera, le generan una fuerte competencia al patrimonio gastronómico del sector (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019).

A nivel de establecimientos de alimentos y bebidas, según el catastro proporcionado por el Ministerio de Turismo, se encuentran registrados, a 2019, 300 negocios entre restaurantes (63,3%), fuentes de soda (25,3%), cafeterías (6,7%), bares (4,3%) y discotecas (0,3%) (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019) que ofrecen todo tipo de comidas y bebidas.

Por otro lado, con las diversas festividades que se desarrollan en esta zona (Oña, 2016), la gastronomía ejerce un papel importante en el incremento de las ventas en la calle; lo que favorece considerablemente a los negocios de alimentos y bebidas que se dedican a este tipo de actividad y a la economía del sector.

Seguridad

Sangolquí, al ser considerada también como cabecera cantonal, posee una fuerte presencia turística y comercial, lo que genera movilidad entre las diversas parroquias aledañas y la ciudad de Quito; esto, a su vez, influye en la seguridad del sector, sobre todo si se desea realizar aquellas actividades turísticas relacionadas con el turismo y la gastronomía (Chavez y Maza, 2019). Según un estudio realizado por el Gobierno Municipal de Rumiñahui, en relación al nivel de seguridad del cantón, un 74%

aproximadamente de las personas encuestadas (2219 personas), manifiesta la existencia de un temor muy alto de ser posibles víctimas de la inseguridad, tanto por acoso, robo, secuestros o agresión (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2018), este índice puede verse reflejado negativamente a nivel comercial, social y turístico.

Componentes Político-administrativos

Entidades político-administrativas

En cuanto a los factores político-administrativos que influyen en la actividad gastronómica del sector, se puede observar que sí existe un apoyo al impulso turístico de la zona. Existen iniciativas tanto desde la producción, comercialización e información, a través de su página web, (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2019), de ferias gastronómicas, capacitaciones y programas de educación que responden a mejorar los hábitos alimenticios y sanitarios, en coordinación con las direcciones de: Educación; Protección Ambiental; Financiera; y, Comunicación (Gobiernos Autónomos Descentralizados, 2019; El Universo, 2019), sobre todo en Ferias y mercados del cantón donde se oferte productos gastronómicos; esto se ve reflejado en la gestión turística relacionada con los diferentes escenarios culturales (Rumiñahui Destino Turístico, 2017; Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2019).

Programas o Planes de desarrollo y ordenamiento territorial aplicados al turismo gastronómico

En cuanto a la existencia de programas de desarrollo territorial aplicados al turismo gastronómico o a la actividad gastronómica, sobresalen aquellas acciones establecidas en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Rumiñahui (2012–2025), el que contribuye al progreso de sus habitantes en cuanto al crecimiento sostenido de la actividad económica, mediante planes de promoción y difusión de la Identidad Cultural en el Cantón, y resaltando diversos bienes patrimoniales intangibles relacionados a la gastronomía mediante sus platos típicos, tales como el hornado agridulce con mote y tortillas, cuyes a la brasa, fritada, yahuarlocro, seco de chivo, caldo de patas, ají de librillo, caldo de gallina, morcilla de chancho, tamales y ají de cuy (Gobierno Municipal de Rumiñahui, 2014).

Por otro lado, se destaca el Plan Estratégico Participativo, cuyo fin es el de fortalecer cuatro temas: el desarrollo económico, social, territorial-ambiental e institucional que involucra a cada una de las parroquias del cantón Rumiñahui. Aquí se considera impulsar varios ejes de desarrollo en los que el comercio y la cultura son dos aspectos que tienen una fuerte relación con la actividad turística, mediante la propuesta de políticas inclinadas al fomento y apoyo de las diversas unidades productivas familiares, el impulso a la comercialización de productos orgánicos y al reconocimiento y valoración del pasado histórico y la diversidad cultural. Esto permite favorecer el crecimiento y la participación ciudadana para beneficio de la localidad.

Con base en estas medidas, se ha logrado generar ferias gastronómicas, capacitaciones y mejoras en espacios públicos, como es el caso del mercado principal de la parroquia, con el fin de potenciar la gastronomía local.

Componente de producción gastronómica-comercial

Recursos (naturales, culturales y humanos)

Los recursos juegan un papel importante para el desarrollo del turismo; el uso consciente de estos, la disponibilidad de un patrimonio significativo, y su adecuada generación de valor, son la clave para atraer al turista y generar turismo (Navarro, 2015). Es por ello que la gran diversidad agropecuaria de esta zona es un recurso natural que permite la producción de platos típicos gastronómicos muy representativos del sector. Entre los recursos culturales que se encuentran, vinculados con la gastronomía, se destacan todos aquellos bienes intangibles (platos típicos) que se ofertan en restaurantes, mercados o festividades. A nivel de recurso humano, se encuentran aquellos individuos que poseen los conocimientos adquiridos de generación en generación para la elaboración y comercialización de los platos tradicionales; estas personas, por lo general, son moradores del mismo sector que forman empresas familiares. Por otro lado, también se resaltan aquellos empresarios que se han formado desde los ámbitos administrativos, turísticos o gastronómicos con el fin de adquirir nuevos conocimientos que les permitan brindar un producto culinario de calidad junto a un excelente servicio.

Oferta gastronómica (competitividad)

Con base en los 64 establecimientos identificados para levantar información referente a la oferta gastronómica en esta zona, se establece que los productos que más se ofertan son hornado, chicha de jora, cuy asado, cariucho, fritada y locros. En cuanto a la oferta de comida típica, el precio promedio va desde $2.02 hasta $ 16.8, el hornado tiene un precio promedio de $ 4.53, la fritada $ 5.46, el cuy asado $ 16.8; y la chicha de jora $ 2.90. Las zonas con mayor concentración de locales gastronómicos son los barrios Selva Alegre y Sangolquí Central. Por otro lado, hay que resaltar la introducción de establecimientos de comida rápida e internacional, que también representan competencia y cierta seguridad para residentes y algunos turistas que frecuentan la zona; los que se encuentran ubicados en sectores donde están los centros comerciales.

Infraestructuras comerciales (ambientes y accesibilidad interna, parqueadero, energía, saneamiento, distribución)

Los ambientes de los establecimientos gastronómicos poseen decoraciones y diseños sencillos; aunque no es común encontrar parqueaderos propios por local, pues al existir un alto crecimiento urbano el espacio es muy reducido.

En cuanto a la forma de distribuir el producto gastronómico, sobresale el canal directo: en su mayoría, se ofertan platos culinarios como se mencionan en la carta o en los carteles del local.

Por otro lado, el saneamiento de la zona es eficiente por parte de Municipio del cantón Rumiñahui; de igual forma el alumbrado y la distribución de agua potable, lo cuales llegan a los principales puntos de la parroquia de Sangolquí, en especial donde se encuentran identificados estos establecimientos.
Existen ciertas aceras que poseen accesibilidad para que se puedan movilizar en sillas de ruedas, sobre todo en los alrededores del barrio Central, no todas las zonas identificadas poseen esta facilidad; esto se debe a que la mayoría de los establecimientos se ubican en sectores comerciales y residenciales, donde algunas aceras son modificadas por parte de los moradores. De la misma forma, pocos establecimientos ofrecen este tipo de facilidad para que ingresen a sus negocios o puedan estacionarse en las calles; sobre todo de quienes acuden en auto y a más de ello poseen un familiar que va en silla de ruedas.

Imagen, percepción y reconocimiento de marca del sector
Lamentablemente, este sector no cuenta con una marca gastronómica propia por parte de la parroquia de Sangolquí. Sin embargo, por parte del cantón Rumiñahui, existe una fuerte marca turística la cual engloba todos los aspectos turísticos y gastronómicos de la zona; dicha marca a la fecha se llama "Rumiñahui Destino Turístico". De igual forma no se identifica una marca gastronómica de Sangolquí que represente o resalte el producto que se oferta en este lugar.

En esta zona, a más de resaltar todos aquellos atractivos turísticos que rodean o posee la parroquia, es reconocida por su plato insignia: "el hornado"; de allí, su distintivo de *La capital mundial del hornado*. Esto se debe a que esta preparación es muy similar en otras provincias del Ecuador, como de otros países de Latinoamérica donde también se hornea el cerdo como en Colombia o Perú.

Otros actores de servicios turísticos
En primera instancia, no se evidencia la presencia de empresas o agencias de viajes que impulsen la visita de turistas o visitantes en general a Sangolquí por su gastronomía. El sector hotelero, en su mayoría se encuentra a las afueras de esta zona; no obstante, en la zona central de la parroquia se observan algunos hostales. Esto se debe a que ciertas haciendas y casonas alejadas del centro de la parroquia fueron aprovechadas como espacios gastronómicos, de alojamiento o turístico, otras, dentro de la zona se mantienen de pie como construcciones donde habitan los pobladores, mientras que otras, a medida que fue creciendo la ciudad, se construyeron a las afueras, como nuevos negocios hoteleros.

En cuanto a centros comerciales, existen dos puntos estratégicos: uno ubicado al ingreso de Sangolquí, llamado River Mall, donde solo se expende comida rápida e internacional, y un segundo centro comercial llamado San Luis shopping que cuenta con una diversidad de locales que expenden una gastronomía variada entre comida típica, rápida e internacional. Existe una guía gastronómica y artesanal elaborada por parte del área de

turismo de Rumiñahui, que se dedica a orientar a turistas en las diferentes zonas aledañas del sector, con el fin de visitar algunos atractivos turísticos o practicar turismo de montaña; no se logró identificar otras guías especializadas sobre la oferta gastronómica. Por otro lado, los guías de turistas pueden ser encontrados con mayor facilidad vía Internet, dependiendo del tipo de actividad guiada; como los que 146 guías turísticos que pueden ser encontrados actualmente en Sangolquí por StarOfService (2020) quienes muestran a los turistas nacionales y extranjeros la cultura, comida típica, lugares turísticos de la zona y ofrecen servicios de transporte, traducción- tanto en español, inglés e italiano- como traslados a otros lugares del país.

Con el fin de facilitar el cambio de moneda, y considerando que en Ecuador la moneda es el dólar estadounidense, y que algunos turistas cambian la moneda en el aeropuerto o en la capital antes de trasladarse a los alrededores de Quito, se identifican 7 casas de cambio en Sangolquí (Imigra, 2020).

Conclusiones

La gastronomía es, sin duda, un aporte significativo para la sociedad; sin embargo, al ser una actividad tan compleja por el ecosistema en el que se desarrolla, ya sea a nivel cultural, administrativo, social, etc., ha generado varias publicaciones de investigación académicas desde diversas disciplinas: sociología, economía, salud, turismo, etc.; tanto es así, que las temáticas que se producen sobre este tipo de actividad productiva son dispersas, lo que dificulta entender en su totalidad la realidad gastronómica de una zona geográfica. En Sangolquí, por ejemplo, se ha logrado identificar en los últimos 5 años la existencia de ciertas producciones académicas que se inclinan por investigar si es factible o viable la apertura de un nuevo establecimiento gastronómico en esta zona; también se pueden encontrar temas relacionados al rescate o desarrollo del turismo cultural y natural con el fin de impulsar las diversas actividades que se generan en torno a ella.

En cuanto a la actividad gastronómica que se desarrolla en Sangolquí, se evidencia una fuerte presencia culinaria entre los diversos puntos comerciales del sector donde sobresale el hornado; esto se debe a la potencialidad que se genera en cada uno de los factores de localización identificados para el desarrollo de este tipo de actividad económica como base para el impulso del turismo local.

Entre los factores que más se destacan, dentro de los componentes físico-naturales es la localización. Gracias a este factor, esta parroquia es un lugar estratégico para recibir a cientos de turistas procedentes de los diversos rincones del país o del extranjero que buscan vivir experiencias turísticas relacionadas con la cultura y, sobre todo, con la naturaleza. Esto se debe a las festividades y eventos cutrales, como la Fiesta del Maíz y el Desfile del Chagra, que se desarrollan en este lugar, y los paisajes que rodean esta zona. Sin embargo, con la necesidad de mejorar la accesibilidad en este sector y la movilidad vehicular que se requiere para trasladarse de un lugar a otro, se han desplegado otras vías

de circulación vehicular aledañas a la parroquia, lo que puede afectar considerablemente el ritmo de las ventas en los negocios gastronómicos.

A nivel socioeconómico, se destacan de forma positiva factores relacionados con la actividad gastronómica en la que sobresalen los establecimientos que ofertan alimentos y bebidas tradicionales del sector, así como aquellos que ofrecen otro tipo de producto gastronómico (almuerzos, comida rápida, comida internacional). La existencia de establecimientos especializados en la venta de comida rápida como: hamburguesas, pollos asados o pizzas, generan una fuerte competencia frente aquellas empresas familiares que por años han tratado de sobrevivir al vender comida tradicional.

Desde la perspectiva político-administrativa, existe la presencia de entidades del gobierno que tratan de impulsar este tipo de actividad en el cantón mediante el cumplimiento de programas o planes de desarrollo y ordenamiento territorial aplicados al turismo en el que la gastronomía es una de las actividades que se debe tener en cuenta. Este tipo de entidades han generado ferias gastronómicas, capacitaciones y mejoras en espacios públicos (mercado principal) para potenciar la gastronomía local.

Desde la producción gastronómica-comercial, existen establecimientos que ofrecen otro tipo de gastronomía alternativa a la cocina típica de la zona, esto puede afectar negativamente las ventas en los negocios tradicionales. De igual forma, la infraestructura de la mayoría de los establecimientos es básica, tanto es así que, de existir otros restaurantes, no son identificados fácilmente por no tener un rótulo que los distinga.

Entre las principales ventajas que se derivan de este estudio, es el aporte de variables para futuras investigaciones académicas que permitan desarrollar trabajos empíricos que confirmen la validez del modelo propuesto y su constructo respectivo. Por otro lado, el sector gastronómico permite generar estrategias adecuadas que potencien favorablemente el sector turístico de la región y a su vez puede servir como base para el análisis de otros sectores.

Recomendaciones

Esta investigación explora el análisis del desarrollo gastronómico de Sangolquí a nivel general a partir de los factores de localización de una actividad económica. No obstante, este estudio no profundiza o determina la participación específica de platos gastronómicos, como es el caso del hornado, como producto típico de una actividad económica comunitaria, es por ello que se recomienda, a futuras investigaciones, aplicar este tipo de modelo de estudio, y profundizar en este tipo de estudio aquellos productos gastronómicos (como el hornado de Sangolquí) que plasme su realidad productiva.

Referencias bibliográficas

Acuerdo Ministerial 53. Registro Oficial 575. (5 de octubre de 2018). Reglamento Turísico de Alimentos y Bebidas. Quito: Ministerio de Turismo.

Aimacaña, T. (2018). *Análisis del patrimonio alimentario como una perspectiva del turismo gastronómico del cantón Rumiñahui, provincia Pichincha (Tesis de grado).* Latacunga: Universidad de Fuerzas Armadas ESPE.

Alicia Cruz, E. y Téllez, J. (2018). Análisis de la percepción de los servicios gastronómicos en establecimientos de alimentos y bebidas en el puerto de Acapulco. *Administración Contemporánea, 3(8),* 24-35.

Alvia, E. y Maya, R. (2017). *Estudio gastronómico de las Arepas de Zapallo del cantón Patate de la provincia de Tungurahua. (Tesis de grado).* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Aranda, M. y Blanco, G. (2018). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *ECA Sinergia, 9(2),* 80-90.

Arellano, A. y Saltos, J. (2019). *Análisis de la gastronomía del cantón Santa Ana de la provincia de Manabí y propuesta para su difusión. (Tesis de Grado).* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Benseny, G. (2002). El sector privado como actor en la gestión del turismo en el territorio de la Provincia de Buenos Aires. *Comunicación presentada en V Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo y VIII Jornadas de Interacción.* Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1733/1/01425.pdf

Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico.* México: Trillas.

Bravo, V. y Bravo, L. (2017). Impacto de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir en el ámbito de la difusión y la promoción del turismo. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales,* 1-11.

Brida, J. (2017). La contribución directa del turismo al crecimiento económico de Colombia: Análisis por ramas características del sector utilizando la Cuenta Satélite de Turismo-CST. *Revista de estudios regionales, 109,* 121-138.

Brida, J. et al. (2008). La contribución del turismo al crecimiento económico. *Cuadernos de turismo, 22,* 35-46.

Brito, L. y Botelho, D. (2018). La gastronomía como marca de destino. Proposiciones en Minas Gerais-Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo, 27,* 390-412.

Buenaño, A. et al. (2019). Medición de las preferencias de los turistas en el sector gastronómico. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales,* 1-25.

Carrillo, E., Rodríguez, I. y Shaadi, R. (2016). La innovación, las capacidades competitivas y el desempeño en las empresas de alimentos y bebidas del municipio de Aguascalientes. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 9(1),* 741-758.

Castellón, L. y Fontecha, J. (2018). La Gastronomía: Una Fuente Para El Desarrollo Del Turismo Y El Fortalecimiento De La Identidad Cultural En Santander. *Turismo y Sociedad, 22,* 167-193.

Castro, P. (2018). *Elaboración de una propuesta de reducción de GEI producidos por la actividad agropecuaria en el Cantón Rumiñahui. (Tesis de grado).* Quito: UDLA.

Cedeño, T. y Chiriguaya, X. (2018). *Análisis Gastronómico de la provincia de Esmeraldas como factor de desarrollo turístico. (Tesis de grado).* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Chavez, S. y Maza, G. (2019). *Análisis de los componentes de la imagen de destino para el posicionamiento del cantón Rumiñahui. (Tesis de Grado).* Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE).

Cohen, C. y Benseny, G. (2016). Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: Recursos Territoriales y Atractivos Turísticos. *Turismo y territorio. Un abordaje teórico desde los conceptos: Recursos Territoriales y Atractivos Turísticos*, 35-41. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/2676/1/cohen-benseny-2016.pdf

Colchero, A. et al. (2017). Cambios en los precios de bebidas y alimentos con impuesto en áreas rurales y semirrurales de México. *Salud Pública de México, 59*, 137-146.

Corado, M. y Rivas, R. (2019). *Perfil económico y social del sector restaurantes en El Salvador*. San Salvador: Universidad Tecnológica de El Salvador.

De Albuque, C., Rubio, S., & Mundet, L. (2019). Análisis Bibliométrico de la Investigación Turística sobre la Ciudad de Girona. *Rosados Ventos*, 11(3), 598-614. doi:http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i3p598.

De Jong, A. et al. (2018). Gastronomy tourism: an interdisciplinary literature review of research areas, disciplines, and dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism, 3(2)*, 131-146.

Díaz, P., Burnano, C. y Salazar, D. (2018). El consumo promedio y la rotación como efectos generadores de las ventas en restaurantes de la ciudad de Quito, Ecuador. *Revista Nacional de Administración, 9(1)*, 47-68.

El Universo. (11 de agoato de 2019). *Hornado de Sangolquí, receta del segundo puesto de la Feria Raíces*. Obtenido de https://www.eluniverso.com/larevista/2019/08/11/nota/7461309/hornado-sangolqui-receta-segundo-puesto-feria-raices

Fernández, L., Rodríguez, Z., Pozo, J. y Espinosa, J. (2016). Estrategias para el Fortalecimiento del Turismo Gastronómico en el Cantón Pastaza, Ecuador. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología, 5(2)*, 118-136.

Fiallos, S. (2018). *Levantamiento del Patrimonio alimentario y culinario de la preparación del hornado de Sangolquí (Tesis de grado).* Quito: UDLA.

Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit, 24*, 4-16.

Fusté-Forné, F. (2017). La Gastronomía en el Marketing Turístico. *Anais Brasileiros de Estudios Turísticos, 7(3)*, 88-99.

Gil, A. (2003). La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza. *Cuadernos de turismo, 12*, 131-150.

Gobierno Municipal de Rumiñahui. (2019). *Reseña Histórica*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de http://www.ruminahui.gob.ec/rumi3/ruminahui-datos/

Gobierno Municipal de Rumiñahui. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 - 2025. Actualización 2014 - 2019*. Recuperado el 3 de septiembre de 2019, de http://www.ruminahui.gob.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=2&Itemid=159&lang=es

Gobierno Municipal de Rumiñahui. (2018). *Indicadores sociales de los grupos de atención prioritaria del Cantón Rumiñahui*. Recuperado el 28 de septiembre de 2019, de https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMmMwZDc1YTYtNzA0MC00YTkzLWJmZjEtMmQ2NDhiMTgzN2RhIiwidCI6ImZmMGQyNTM4LWZlMTctNDZmMC05YWNjLTMyODJkMjYxNWNjNyIsImMiOjR9

Gobierno Municipal de Rumiñahui. (2019). *Turismo*. Recuperado el 26 de septiembre de 2019, de http://www.ruminahui.gob.ec/rumi3/

Gobiernos Autónomos Descentralizados. (30 de abril de 2019). *Ordenanzas Municipales 008-2017. Ordenanzas que contiene la primera reforma a la ordenanza de ferias, plataformas y mercados municipales del cantón Rumiñahui*. Obtenido de http://www.ruminahui.gob.ec/rumi3/archivos/LOTAIP/2019/ABRIL/literal%20a3)%20Regulaciones%20y%20Procedimientos%20internos.pdf

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.

Hoffman, D. y Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos.* México D.F.: Cengage Learning.

Huete, R. y Mantecón, A. (2017). La clave es el paisaje. Explorando alternativas al turismo de masas. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, 193-785*, 1-12.

Imigra. (2020). *Casas de Cambio en Sangolquí, Pichincha*. Obtenido de https://ec.imigra.net/pichincha/sangolqui/casas_de_cambio

Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing.* Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Maldonado, A. (2019). *Evaluación de la gastronomía de Sangolquí como aporte y actividad impulsadora para el desarrollo del turismo cultural de la zona de planificación 2* (Tesis de grado). Ecuador: Universidad UTE

Marín-Yaseli, M. y Nogués, D. (2001). La potencialidad turística del medio natural en el lic de las sierras ibéricas riojanas mediante evaluación multicriterio. *Zubía, 13*, 227-240.

Milanés, C. y Pacheco, A. (2011). Asentamientos costeros en la bahía de Santiago de Cuba: estudio de su vulnerabilidad urbana. *Arquitectura y Urbanismo, 32(3)*, 18-26.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). *Consolidado Nacional de Actividades Turísticas - 2019.* Quito: Ministerio de Turismo.

Municipio de Rumiñahui. (2016). *Línea de tiempo. Rumiñahui 1938 - 2016.* Municipio de Rumiñahui. Obtenido de http://www.ruminahui.gob.ec/rumi3/archivos/Linea_de_tiempo_canton_ruminahui.pdf

Naú, N., Hinojosa, A. y Salgado, A. (2017). Aporte al turismo cultural en el Centro Histórico de Guadalajara (2014-2016). *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios, 9(15),* 57-67.

Navalón, R. (1999). *Competencias espaciales entre agricultura y turismo en el litoral de la Comunidad Valenciana (Tesis Doctoral).* Alicante: Universidad de Alicante.

Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo, 35*, 335-357.

Ocaña, W. y Osejo, J. (2018). La calidad en el sector servicios: El reto para la competitividad turística del Ecuador, experiencias de su aplicación. *INNOVA Research Journal, 3(2.1)*, 129-138.

Olcina, J. (2012). Turismo y cambio climático. Una actividad vulnerable que debe adaptarse. *Investigaciones Turísticas, 4*, 1-34.

Oña, C. (2016). *Rescate de las fiestas populares de las parroquias urbanas del Cantón Rumiñahui para el desarrollo turístico de la zona (Tesis de grado).* Quito: Universidad UTE.

Padilla, P. (2015). *Diseño de un Producto Turístico para el cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha (Tesis de Grado).* Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Pazos, J. (2008). *El sabor de la memoria: Historia de la cocina quiteña.* Quito: FONSAL.

Peñaherrera-Cabezas, J. (2016). La planificación nacional en Ecuador: planes de desarrollo y ordenamiento territorial, y el sistema de seguimiento y evaluación SIGAD. *Revista Ciencia UNEMI, 9(20)*, 168-179.

Perona, E. et al. (2013). Impacto económico y social del turismo en la provincia de Córdoba. Una comparación con el caso de La Rioja. *Revista OIKONOMOS, 3(1)*, 59 - 78.

Quijano, E. (2019). Ocio y gastronomía. Nuevas estrategias de gentrificación en el espacio urbano. *Bitácora Urbano-Territorial, 29(1)*, 109-119.

Rodríguez, M. (2015). La contribución del Turismo al crecimiento económico de México: Un análisis por ramas características del sector. *Nova scientia, 7(13)*, 337-351.

Rumiñahui Destino Turístico. (2017). *Gastronomía*. Recuperado el 04 de septiembre de 2019, de http://turismo.ruminahui.gob.ec/esp/gastronomia-2/

Salazar, D. (2016). Comportamiento del sector de alimentos y bebidas y los elementos del marketing mix en la ciudad de Quito. *Revista Turismo y Sociedad, 19*, 177-191.

Salazar, D. y Burbano, C. (2017). Análisis de la oferta gastronómica, una perspectiva comercial a través del marketing de servicios: Caso sector La Rumipamba, Pichincha, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo, 13(1)*, 2-14.

Solsona, J. López, D. (2012). Factores de localización y desarrollo turístico en el espacio rural de la comunitat valenciana. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 59*, 221-244.

StarOfService. (2020). *Contrata a los Mejores guías turísticos en Sangolquí*. Obtenido de https://www.starofservice.ec/dir/pichincha/ruminahui/sangolqui/guias-turisticos#_

Vázquez-Martínez, U. (2017). *Place branding. La gastronomía como valor de marca y factor de atracción turística: el caso de España*. Madrid: ESIC Editorial.

Vecslir, L. et al. (2017). Reestructuración de la centralidad y movilidad cotidiana en el sur de la Región Metropolitana de Buenos Aires. *Revista Transporte y Territorio, 17*, 267-287.

Vegas, K. (2018). *Aporte de la gastronomía en el turismo del distrito de Piura. (Tesis de doctorado)*. Lima- Perú: Universidad de San Martín de Porres.

Velasco, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de turismo, 23*, 237-254.

Verduzco, B. Valenzuela, B. (2018). Los distritos urbanos gastronómico-turísticos, conflictos y problemas de gestión pública. Guadalajara, México. *EURE, 44(132)*, 239-264.