

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR.**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN GASTRONÓMICA**

Trabajo de titulación para la obtención de Ingeniería en Administración de  
Empresas Gastronómicas.

Título del trabajo de Titulación:

**CREACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA PARA LA  
VALORIZACIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN LA PARROQUIA DE NONO -  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Autoras:

Katherine Yesenia Aldas Mosquera

Karen Mishel Carvajal Escobar

Director:

Msc. Juan Francisco Romero

18 de Diciembre, 2020

## **Carta del Director del Trabajo de Titulación.**

Magister.

Juan Francisco Romero

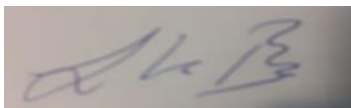
Director de la Carrera de Gastronomía.

Presente.

Yo Juan Francisco Romero, Director del Trabajo de Titulación realizado por las Srtas. Katherine Yesenia Aldas Mosquera y Karen Mishel Carvajal Escobar, estudiantes de la carrera de Gastronomía, informo haber revisado el presente documento titulado **“CREACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA PARA LA VALORIZACIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN LA PARROQUIA DE NONO - DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**, el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E de Quito y el Manual de Estilo institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

**Atentamente,**



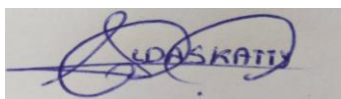
Mg. Juan Francisco Romero

**Director del Trabajo de Titulación**

## Carta de autoría del trabajo.

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “**Creación de una ruta turística para la valorización de la gastronomía en la parroquia de Nono - Distrito Metropolitano de Quito**”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor(a) del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.



Katherine Yesenia Aldas Mosquera.

No. de cédula de ciudadanía: 1724147978-8

Quito, 18 de Diciembre del 2020.



Karen Mishel Carvajal Escobar.

No. de cédula de ciudadanía: 175065206-5

Quito, 18 de Diciembre del 2020.

## **AGRADECIMIENTO.**

Queremos expresar gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre nuestra vida y a nuestras familias por estar siempre presentes.

Nuestro profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la Universidad Iberoamericana del Ecuador, por confiar en nosotras, abrirnos las puertas y permitirnos lograr nuestra meta más anhelada, a toda la Facultad de Gastronomía, a nuestros profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que podamos crecer día a día como profesionales,

Finalmente queremos expresar nuestro más grande y sincero agradecimiento al Magister Juan Romero, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

## DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser sus hijas, son los mejores padres.

A nuestras hermanas por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral, que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

## ÍNDICE

CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO .....	III
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
AGRADECIMIENTO. ....	IV
DEDICATORIA .....	V
ÍNDICE.....	VI
CAPÍTULO I.....	2
1. INTRODUCCIÓN. ....	2
1.1 Planteamiento del problema. ....	3
1.2 Justificación. ....	7
1.3 Objetivos de la investigación. ....	9
1.4 Árbol de problemas.....	9
CAPÍTULO II .....	11
MARCO TEÓRICO .....	11
2.1 Antecedentes de la investigación. ....	11
2. Bases teóricas. ....	13
2.1 Turismo en el Ecuador. ....	13
2.3 Turismo gastronómico.....	14
2.4 Ruta turística.....	16
2.5 Tipos de Ruta Turística. ....	17
2.6 Ruta gastronómica.....	18
Clasificación de las rutas gastronómicas .....	19
2.7 Ruta turística sustentable.....	20
2.7.1 Aspectos culturales.....	21
2.7.2 Aspectos Ambientales. ....	22
2.7.3 Aspectos económicos. ....	22

2.8. Valorización de la Gastronomía. ....	23
2.9 Desarrollo local .....	24
2.10 Estrategia.....	24
2.11 Webinar gastronómico. ....	25
2.12 Operacionalización de las variables .....	26
CAPÍTULO III.....	29
MARCO METODOLÓGICO .....	29
3. Marco metodológico. ....	29
3.1 Paradigma .....	29
3.2. Enfoque metódico.....	30
3.3. Métodos auxiliares.....	30
3.4. Tipo de investigación. ....	31
3.5. Diseño de la investigación. ....	31
3.6. Población.....	32
3.7 Informantes claves.....	33
3.8 Técnicas e instrumentos. ....	34
3.9 Procedimiento empleado para el análisis de información. ....	35
CAPÍTULO IV.....	37
ANÁLISIS Y RESULTADOS. ....	37
4.1 Análisis de los aspectos ambientales, culturales y económicos de la parroquia de Nono.....	37
Aspectos Ambientales .....	37
Aspectos Culturales.....	39
Aspectos Económicos. ....	42
4.2 Inventario de productos de la Parroquia de Nono. ....	43
4.3 CLÚSTERES .....	49
Fichas de inventario Parroquia San Miguel de Nono. ....	50

Establecimientos de alimentación.....	63
4.4 Matriz de contenidos de entrevistas a expertos y habitantes. ....	66
4.5 Análisis de la matriz de contenido.....	72
4.6 Estrategia para la creación de ruta gastronómica. ....	74
4.7 Mapa de ubicación de NONO. ....	80
4.8 Ruta Turística Gastronómica (RUTA DE LA CHALLWA) .....	82
4.9 Diseño del circuito de la Ruta gastronómica. ....	83
4.10 Diseño de afiche de la ruta de la Chalwa y páginas web. ....	86
4.11 Conclusiones del Webinar “Ruta de la Challwa” .....	87
CAPÍTULO V.....	89
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89
Conclusiones.....	89
Recomendaciones.....	90
ANEXOS.....	91
Glosario de términos.....	105
Referencias Bibliográficas.....	108



## ÍNDICE DE CUADROS.

<b>Cuadro No. 1.</b>	Inventario de productos de la parroquia de Nono.....	44
<b>Cuadro No. 2.</b>	Inventario de preparaciones endógenas de la parroquia de Nono...	46
<b>Cuadro No. 3.</b>	Inventario etnogastronómico de la parroquia de Nono. ....	47
<b>Cuadro No. 4.</b>	Caldos y Asados Tañita. ....	50
<b>Cuadro No. 5.</b>	Primera cascada. ....	51
<b>Cuadro No. 6.</b>	Iglesia de la parroquia de Nono. ....	53
<b>Cuadro No. 7.</b>	Cowboy de los Andes.....	54
<b>Cuadro No. 8.</b>	Restaurante el Bife.....	55
<b>Cuadro No. 9.</b>	Pesca Deportiva Eduardito.....	56
<b>Cuadro No. 10.</b>	Virgen del camino. ....	58
<b>Cuadro No. 11.</b>	Truchas de la sierra. ....	59
<b>Cuadro No. 12.</b>	Piedra del diablo, Santa Teresita.....	60
<b>Cuadro No. 13.</b>	Hacienda Estancia de la Campiña.....	61
<b>Cuadro No. 14.</b>	Restaurantes, Cafeterías, Bares de la Parroquia de NONO. ....	64
<b>Cuadro No. 15.</b>	Matriz de contenidos de entrevistas. ....	66

## ÍNDICE DE IMÁGENES.

<b>Imagen No. 1.</b>	Producción de leche.....	44
<b>Imagen No. 2.</b>	Choclo.....	44
<b>Imagen No. 3.</b>	Habas. ....	45
<b>Imagen No. 4.</b>	Sambo. ....	45
<b>Imagen No. 5.</b>	Zapallo.. ....	45
<b>Imagen No. 6.</b>	Empanadas de zapallo.....	46
<b>Imagen No. 7.</b>	Plato de granos cocinados.. ....	46
<b>Imagen No. 8.</b>	Dulce de sambo. ....	47
<b>Imagen No. 9.</b>	Pristiños con miel.....	47
<b>Imagen No. 10.</b>	Trucha asada. ....	47
<b>Imagen No. 11.</b>	Caldo de gallina criolla. ....	48
<b>Imagen No. 12.</b>	Asados de pollo.....	48
<b>Imagen No. 13.</b>	El clúster de gastronomía y turismo.. ....	50
<b>Imagen No. 14.</b>	Restaurante Caldos y Asados "Tañita". ....	51
<b>Imagen No. 15.</b>	Primera cascada. ....	52
<b>Imagen No. 16.</b>	Iglesia de Nono. ....	53
<b>Imagen No. 17.</b>	Museo Cowboy de los Andes. ....	55
<b>Imagen No. 18.</b>	Restaurante "EL BIFE".....	56
<b>Imagen No. 19.</b>	Pesca deportiva "EDUARDITO". . ....	57
<b>Imagen No. 20.</b>	Virgen del camino.. ....	58
<b>Imagen No. 21.</b>	Pesca Deportiva Truchas de la sierra ....	60
<b>Imagen No. 22.</b>	Eco ruta Piedra del Diablo. ....	61
<b>Imagen No. 23.</b>	Hacienda "ESTANCIA DE LA CAMPIÑA". ....	62
<b>Imagen No. 24.</b>	Ubicación del estadio "Luis Poso" ....	77
<b>Imagen No. 25.</b>	Ubicación de los Stands de Presentación " ....	78
<b>Imagen No. 26.</b>	Accesos a la Parroquia de NONO. ....	80
<b>Imagen No. 27.</b>	Afiche de la parroquia de NONO. ....	87
<b>Imagen No. 28.</b>	Webinar 1. ....	88
<b>Imagen No. 29.</b>	Webinar 2. ....	88
<b>Imagen No. 30.</b>	Webinar 3. ....	88

<b>Imagen No. 31.</b> Webinar 4. ....	88
<b>Imagen No. 32.</b> Entrevista CHEF DIEGO HERMOSA. ....	95
<b>Imagen No. 33.</b> Entrevista Sr. José Cargua. ....	95
<b>Imagen No. 34.</b> Entrevista Sra. María Santo. ....	95
<b>Imagen No. 35.</b> Entrevista Sr. Fernando Mosquera. ....	96
<b>Imagen No. 36.</b> Ficha trucha, producto. ....	100
<b>Imagen No. 37.</b> Ficha trucha frita, degustación. ....	101
<b>Imagen No. 38.</b> Ficha trucha al ajillo, degustación. ....	102
<b>Imagen No. 39.</b> Ficha trucha grillada, degustación. ....	103
<b>Imagen No. 40.</b> Ficha ceviche de trucha, degustación. ....	104

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

<b>Anexo No. 1.</b> Guía de la entrevista.....	91
<b>Anexo No. 2.</b> Fotografías de las entrevistas. ....	95
<b>Anexo No. 3.</b> Requisitos para realizar una feria gastronómica en la parroquia de Nono. ....	97
<b>Anexo No. 4.</b> Ficha de inventario preparaciones y productos. (Degustación)..	100

## RESUMEN.

Las rutas gastronómicas han ido ganando un lugar importante en el mundo considerando que son elementos importantes para los procesos de planificación, coordinación de la gastronomía y el turismo, provocando un realce para incentivar el turismo, motivando a turistas nacionales y extranjeros a vivir buenas experiencias, actividades, alimentos, cultura, festividades y productos endógenos de un lugar; a través de una ruta gastronómica se puede conocer cultura e historia de los pueblos, además de proveer una variedad de sabores, texturas y aromas magníficos de cada sector, es por esta razón que el presente trabajo de titulación tiene como objetivo diseñar una ruta gastronómica para la valorización de la gastronomía en la parroquia de Nono- Distrito Metropolitano de Quito.

Se empleo una metodología cualitativa; con un enfoque metódico utilizando métodos auxiliares como la observación, investigación de campo. La técnica utilizada para la recolección de información son entrevistas a expertos y moradores con experiencia en el sector a estudiar, también se recolecto información en base a fichas de inventarios tanto para atractivos turísticos y platos gastronómicos representativos de la parroquia de Nono.

El resultado obtenido es una ruta turística gastronómica en la parroquia de San Miguel de Nono, misma que propondría mayor oportunidad de incrementar el desarrollo culinario de la mano con el turismo, con un producto destacado del sector como la trucha, produciendo una variedad de platos gastronómicos, contribuyendo con la economía y la calidad de vida de los habitantes.

Se concluye que la ruta turística gastronómica es importante para dar un valor agregado a la gastronomía de la parroquia, dando lugar a la implementación de estrategias como la creación de la ruta denominada "LA CHALLWA" que fueron presentadas mediante un webinar con resultados satisfactorios, recomendando promover el desarrollo de actividades gastronómicas y turísticas, logrando así fortalecimiento en las actividades económicas y productivas del sector.

***Palabras claves: Ruta Turística Gastronómica, Ruta Gastronómica, Turismo gastronómico.***}

## **CAPÍTULO I**

En el presente capítulo se expone la introducción del tema de investigación; a continuación, se encuentra el planteamiento del problema el cual expresa la problemática que ha motivado el diseño de una ruta turística gastronómica, el cual comprende diversos temas relacionados con el ámbito alimentario. También se plantea la justificación del trabajo, de igual manera se expone el objetivo general a cumplir, la ejecución del desarrollo del objeto de estudio, seguido de los objetivos específicos.

### **1. INTRODUCCIÓN.**

A lo largo de los años la gastronomía se ha convertido en un eje referencial y fundamental para la sociedad, a través de ella se llega a conocer la identidad, cultura e historia de los pueblos, además de proveer un sin número de aromas, sabores que identifican a cada localidad. El turismo y la gastronomía han tomado fuerza e interés en los turistas que buscan conocer un lugar, un país, un pueblo desde sus raíces hasta su cotidianidad. Estas dos industrias son el complemento perfecto para dar una mejor oferta al turista.

De acuerdo con Cárdenas (2017) Ecuador brinda la oportunidad de disfrutar una gastronomía variada. Cada región del País se caracteriza por distintos ingredientes, sabores, historias y tradiciones, la disponibilidad de productos durante todo el año permite preparar deliciosas preparaciones típicas y tradicionales en cualquier época del año. Si bien es cierto que Ecuador posee cualidades únicas en su riqueza gastronómica, el turismo gastronómico avanza a pasos lentos en comparación de los demás países de América, no existen investigaciones sobre esta modalidad de turismo y menos aún implementaciones de proyectos relacionados.

El turismo y la gastronomía que posee el Ecuador se ve reflejada de manera diferente en cada lugar del país, como es el caso de San Miguel de Nono, en esta parroquia las principales atracciones y actividades turísticas tienen mucho que ver con la gastronomía, ya que en cada rincón de esta parroquia los visitantes pueden disfrutar de una variada y única culinaria propia del lugar. En las cuales se puede encontrar diversas preparaciones con pescados de la localidad como la trucha y variedad de granos y tubérculos cocinados.

En lo que respecta a las rutas turísticas gastronómicas a nivel mundial brindan información de un determinado lugar, las cuales son un itinerario dentro de una dimensión territorial la cual enlaza destinos, productos, atracciones y actividades fundamentadas en el gozo o disfrute de manera saludable y sostenible de la cultura gastronómica y todo lo que respecta al sistema de apoyo. (Montalbán, 2017).

La creación de una ruta turística gastronómica es una herramienta para conseguir un desarrollo turístico gastronómico y así poder difundir, promocionar los productos, sitios turísticos y platos típicos que ofrece esta localidad. Para lo cual se debe identificar ciertas características que debe tener la parroquia, destinos turísticos que representen la esencia del lugar, contar con una cocina identitaria para ofertar a visitantes y gente de la localidad.

### **1.1 Planteamiento del problema.**

Las rutas gastronómicas brindan a nivel mundial información de un determinado lugar, describiendo sus atractivos turísticos, gastronómicos, culturales, donde se puede realizar un sin número de actividades y adquirir servicios que satisfagan las necesidades de los turistas, sean nacionales e internacionales.

De acuerdo con lo establecido la gastronomía se caracteriza por ser uno de los principales atractivos para los turistas. La cocina deja una gran parte de herencia, patrimonio que representa antepasados, he identifica cada lugar que se visita, es por eso por lo que “Italia cuenta con una gran riqueza cultural, histórica, climática y geográfica que han tenido una fuerte influencia en el desarrollo de la gastronomía italiana. De Norte a Sur, la variedad que Italia ofrece de productos y platillos la han convertido en una de las cocinas más reconocidas y disfrutadas a nivel mundial” Ramon Llull University (2011). Italia es uno de los países más caracterizados por su variedad de platos, salsas, especias frescas y secas utilizadas en su cocina, sobresaliendo con su influencia de la pasta a nivel mundial, lo que representa una cultura gastronómica.

Otra de las cocinas que tienen historia es de la India se caracteriza por su alto consumo de verduras, hortalizas, condimentos y especias, que fortalecen sus sabores, con la mezcla de un sin número condimentos y especias obtienen el curry, la gastronomía de la india es enfocada en el rescate cultural y de costumbres que la representan.

En este orden de ideas es, importante reconocer que la gastronomía de Ecuador está muy influenciada por una gran variedad de productos de la conquista de los españoles y europeos, muchos de estos productos fueron introducidos por sus culturas, pero pese a este fenómeno que sucedió en la época de conquista, la gastronomía ha logrado sobresalir porque se la identifica en cualquier lugar, la cocina ecuatoriana tiene un sin número de técnicas ancestrales y de platos típicos, tradicionales, y algunos de ellos son de origen religioso como es la fanesca y la colada morada.

Así como Ecuador tiene productos introducidos, también hay que tomar en cuenta que posee productos autóctonos ecuatorianos que fueron llevados a tierras extranjeras, con el pasar del tiempo la gastronomía ecuatoriana ha ido sobresaliendo y logrando el reconocimiento de sus turistas, cuenta con una ubicación geográfica, que ayuda al cultivo de una variedad de productos en cada una de las regiones: sierra, costa, amazonia e insular, logrando que el turismo gastronómico vaya fortaleciendo en cada región.

En base a todas las oportunidades de crecimiento gastronómico en Ecuador la presente investigación busca fortalecer e incrementar una ruta gastronómica en la parroquia de Nono ubicada en el distrito metropolitano de Quito, lugar que se caracteriza por su clima, sus cultivos, gastronomía, es una de las parroquias más antiguas de Quito junto con Zambiza.

De acuerdo a observaciones realizadas en la parroquia, se pudo constatar que en Nono no tienen conocimiento suficiente para fundamentar la explotación de sus recursos, debido a que la gente es muy empírica, sus pobladores están muy apegados a su cultura y no buscan sobresalir con el turismo gastronómico, que a nivel económico ayudaría a incrementar el sustento de muchas familias y de la parroquia, Nono no cuenta con una fluidez de turistas constante debido a que la sociedad desconoce de los atractivos turísticos y gastronómicos que ofrece el sector.

Según Rivadeneira (2011) en su trabajo de titulación comentan que la parroquia de Nono tiene muy poca afluencia de turistas pese a tener un principal atractivo lo cual manifiestan que:



“la presencia de la ruta avituristicas el Quinde o la Ecoruta Nono – Tandayapa, esto no garantiza el desarrollo de la población local, donde su participación se ha visto muy limitada ante la creciente afluencia de turistas del sector, con una incipiente oferta en la línea comunitaria que no representa una propuesta competitiva frente a la oferta desarrollada por las empresas privadas que operan en el sector”.

Tomando en consideración lo antes expuesto, el presente estudio propone que con la ruta gastronómica se puede lograr una mayor potencialización y de igual manera recalcar la promoción gastronómica de Nono con lo que contribuiría a la publicidad de sus platos típicos, aumentando la visita de turistas en la zona e incremento económico en la parroquia, con enfoque a la reactividad de los lugares turísticos y platos típicos de la zona.

En este sentido la problemática que aborda esta investigación se genera en Nono parroquia del distrito metropolitano de Quito donde no se ha desarrollado un producto turístico que incluya y promueva la gastronomía típica local, ya que en la zona se cultivan ingredientes ideales para elaboración de platos tradicionales de la cocina ecuatoriana, pero estos no son aprovechados como impulso gastronómico y turístico debido a que no hay la motivación necesaria y falta de creatividad por parte de las autoridades pertinentes, esto ha provocado que este lugar no se dé a conocer como un punto turístico y existiendo la pérdida de los productos culinarios tradicionales con el pasar del tiempo, afectando directamente al ingreso económico de los pobladores de esta zona y de la parroquia.

La gastronomía típica del sector ha ido perdiendo su identidad, por el mismo echo que ya generaciones futuras se han ido perdiendo y en la actualidad no se encuentra fácilmente el patrimonio gastronómico que les representa como tal, los pobladores oriundos de estas tierras conocen los secretos de la sazón tradicional para la

elaboración de los más exquisitos platos de la cocina de Nono, sin embargo, estos conocimientos muchos de ellos ancestrales, se están perdiendo y no están siendo aprovechados como un recurso no solo cultural, sino también turístico y económico.

Acorde con lo manifestado en el planteamiento del problema se presentan las siguientes interrogantes:

¿Qué aspectos culturales, ambientales, económicos del sector se deberían tomar en cuenta para lograr desarrollo local en la parroquia de Nono?

¿Cuáles son los productos gastronómicos que se debe valorizar en la gastronomía de Nono?

¿Cómo diseñar la ruta turística para la valorización de la gastronomía en Nono?

¿Qué estrategias se debe implementar para promover el turismo gastronómico en esta parroquia?

De acuerdo con los argumentos propuestos, la presente investigación se enfoca en la creación de una ruta turística gastronómica, basada en la restauración de productos propios en el sector, desarrollo local para lograr reconocimiento de las preparaciones propias, explotación del área turística del lugar, que se llevara a cabo en la parroquia de Nono ubicada en el distrito metropolitano de Quito para el periodo 2020.

## **1.2 Justificación.**

La realización de esta investigación brindara información sobre el turismo gastronómico y como aprovechar esta herramienta de promoción en la parroquia de Nono, también ayudara al fomento de lugares turísticos, conocimiento de productos agrícolas, preparaciones que se realizan en la zona que han ido desapareciendo.

Con la creación de esta ruta se busca involucrar a los establecimientos que se dedican al expendio y comercialización de comida tradicional. También se tomarán en cuenta los pequeños productores de materia prima tanto agrícola como ganadera logrando así una mayor producción y utilización de los recursos.

Desde el punto de vista de los turistas se les facilitara información de sitios turísticos y lugares gastronómicos, los productos que ofertan, precios estimados, tiempo estimado de la llegada a cada lugar. Esto generara motivación en cada persona por volver.

Además, la parroquia forma parte del Choco Andino, promoviendo así al turismo ecológico, debido a que pertenece a una reserva Mundial de Biosfera, esto incrementaría la afluencia de turistas a la parroquia, la administración de la zona se encarga de la preservación y cuidado del área, evitando las explotaciones y la sobreexplotación a los recursos naturales, garantizando el disfrute de los turistas ecológicos.

El proyecto beneficiará directamente a los emprendedores, lugares gastronómicos y turísticos que están directamente involucrados y forman parte de esta ruta, promoviendo así diversos beneficios para los cantones y parroquias participantes como la motivación al emprendimiento local, la generación de fuentes de trabajo en el área de restauración principalmente.

Con la presente investigación se busca crear conciencia a los Quiteños y a la población de Nono de la riqueza que posee la parroquia, de cómo fueron sus inicios, los productos que utilizaban. Para así poder restaurar la identidad y cultura en el ámbito del turismo gastronómico.

### **1.3 Objetivos de la investigación.**

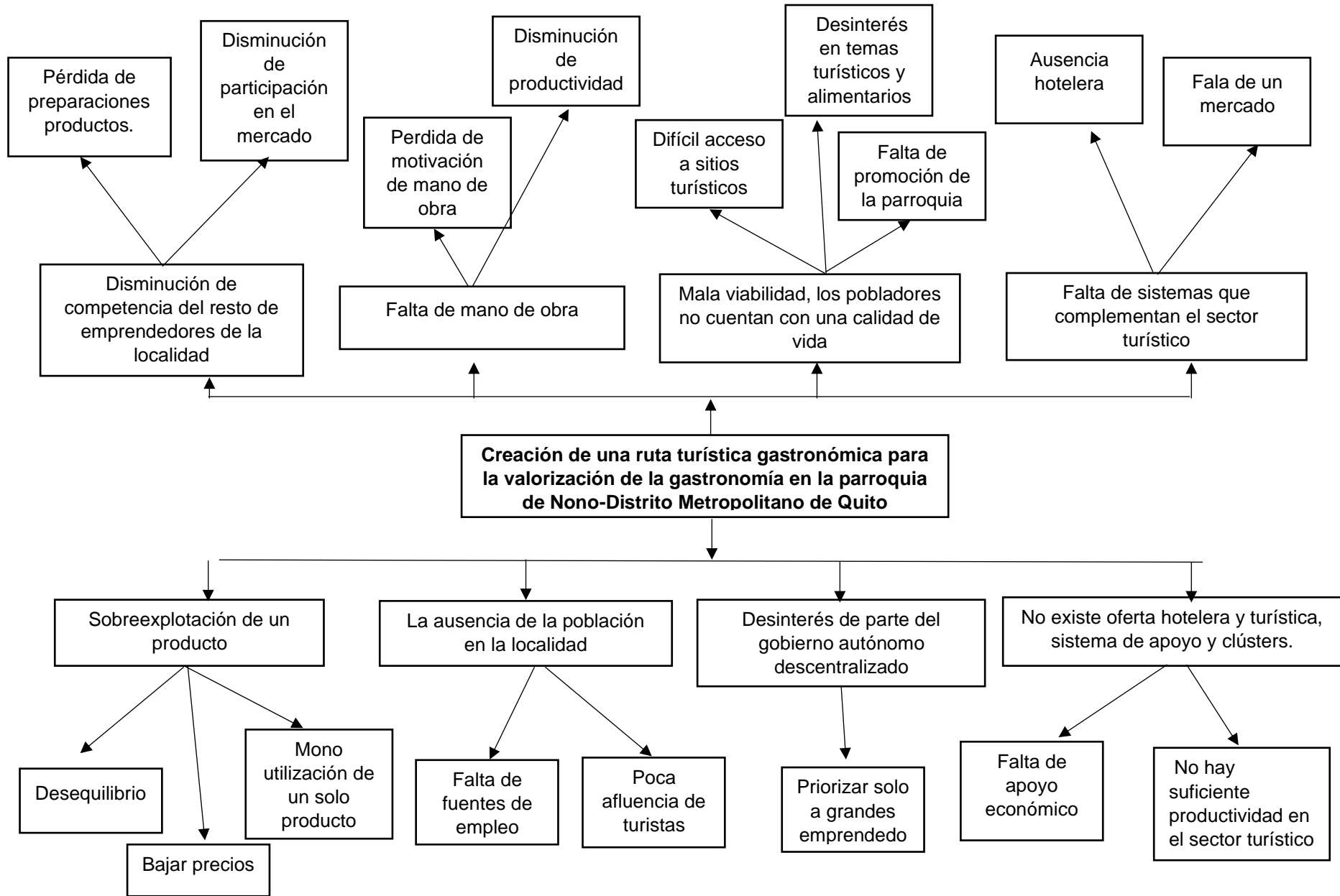
#### **Objetivo general.**

Crear una ruta turística gastronómica para la valorización de la gastronomía en la parroquia de Nono en el Distrito Metropolitano de Quito.

#### **Objetivos específicos.**

1. Precisar los aspectos culturales, ambientales y económicos que deben ser tomados en cuenta para lograr desarrollo local en la parroquia de Nono.
2. Identificar los principales productos para la valorización de la gastronomía en Nono.
3. Diseñar de una ruta turística para la valorización de la gastronomía en Nono.
4. Implementar estrategias para el fomento de turismo gastronómico en la parroquia de Nono-Distrito Metropolitano de Quito.

### **1.4 Árbol de problemas.**



## **CAPÍTULO II**

El presente capítulo da a conocer, los antecedentes de la investigación que son investigaciones anteriormente realizadas, se encuentran estudios similares, que dan paso a conocer más sobre la importancia de la investigación. De igual manera se pone en conocimiento diferentes conceptos de autores expertos en el tema de estudio y variables que se está basando el trabajo de titulación.

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación.**

En la investigación titulada: Diseño de un circuito gastronómico de la comida típica manabita en el desarrollo turístico del cantón Chone Muñoz (2016) expresa que la gastronomía del cantón Chone es muy extensa por lo cual se generó investigaciones donde den paso a que su Gastronomía sea más reconocida y mediante el diseño de un circuito sobresalga las preparaciones representativas de este cantón, platos tradicionales, con una historia que generan sustentabilidad a los moradores de este sector. Esta investigación tuvo como principal objetivo la Gastronomía manabita sea la que impulse el desarrollo turístico en el cantón Chone, en sus conclusiones expresa que con la presente investigación no solo se demostró que Chone tiene un déficit del conocimiento de su gastronomía sino también tienen un fuerte déficit en el conocimiento de turismo por ende el sector gastronómico no es valorado.

La investigación realizada por Muñoz aporta para el presente trabajo de titulación una importante información porque genera conocimientos adecuados en cuanto a la gastronomía del sector, para la mejora de este, de tal manera proporciona una en cuanto el estudio que se realiza en la ruta turística para la valoración de la

gastronomía en la parroquia de Nono, aspecto que es considerado en la presente investigación.

Duche (2016) En su investigación titulada: Análisis de creación de una ruta turística gastronómica en la zona La Troncal – Cochancay, provincia del Cañar, menciona que el fin de su investigación es medir la factibilidad de generar una ruta turística en este sector, dando a conocer la diversidad de flora y fauna que tiene la provincia, sus preparaciones típicas que son elaborados con productos propios de la zona, además fundamenta que esta provincia y en especial el sector que donde se realiza la investigación sería un lugar muy visitado si se implementaría su propuesta de ruta turística gastronómica, con el fin de que los turistas conozcan y sientan la hospitalidad de su gente, en sus conclusiones expresa que las falencias encontradas es la imagen que dan los restaurantes, la señalética para dirigirse a los restaurantes es escasa, de tal manera que no genera una visita constante de turistas a estos lugares, afirma también que su proyecto beneficiara de manera positiva a los negocios, pobladores, donde se genera la ruta.

El proyecto elaborado por Duche aporta con información relevante para la presente investigación, por su aporte de conocimientos y de medidas adecuadas para la generación de la ruta turística gastronómica, al igual plantea información muy importante al presente estudio, creación de una ruta turística para la valorización de la gastronomía en la parroquia de nono.

Huertas, Diéguez, & Cuétara (2015) En su investigación titulada: El turismo gastronómico en el cantón Mocha. Un estudio del perfil de su demanda, indica que, el fin de su investigación es conocer desde donde nace el turismo gastronómico, y cuál ha sido el impacto más importante que ha generado en el Ecuador. Explica que el turismo gastronómico nace en Europa y ha mantenido un crecimiento continuo en

varios países, lo cual gracias a esto se han ido realizando rutas gastronómicas y circuitos turísticos permitiendo el desarrollo económico, la interacción social y cultural. Esto ha generado un desarrollo notable en las comunidades locales que habitan en sitios turísticos como: mejora la calidad de vida, crea fuentes de empleo, estimula a la conservación de tradiciones culturales, preservar y cuidar recursos naturales y el medio ambiente, difusión y el consumo de productos que son parte de la gastronomía local.

Los turistas que visitan un destino turístico determinado pueden tomar innumerables decisiones durante su viaje que modifican las actividades a realizar, sin embargo, durante su estancia no pueden dejar de alimentarse.

La investigación realizada por Huertas, Diéguez y Cuétara proporciona para el presente trabajo de titulación una información relevante sobre el turismo gastronómico, su importancia, como interfiere en el desarrollo local de un lugar, y como aprovechar este recurso. Información que complementa al estudio que se realiza en la ruta turística gastronómica en la parroquia de Nono, aspecto que es considerado en la investigación.

## **2. Bases teóricas.**

### **2.1 Turismo en el Ecuador.**

El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, logrando que el turismo sea uno de los principales aspectos para el desarrollo, social, económico y cultural, que ha visto el incremento de turistas debido a sus maravillas naturales, culturales gastronómicas que se ofrece en cada rincón del país; Ecuador está dividido en 4 regiones: Galápagos, Costa, Andes, Amazonía.



Ecuador es un país multiétnico y pluricultural, lo que genera que sea una joya para los visitantes atraídos por la variedad de costumbres y diversidad de gente. El patrimonio de cada pueblo está marcado en su cultura, arquitectura, artes, que está expresado y plasmado en el teatro, la música, la danza, las herencias ancestrales o en las memorias coloniales y modernas. MINTUR (2015)

El turismo ha logrado promover varios sectores en el país dando lugar a que cada turista nacional o extranjero, genere promoción de sus vivencias a más personas, de esta forma se ha ido impulsando un crecimiento turístico nacional. Entre los lugares del país más visitados se encuentra las ciudades de: Cuenca, Guayaquil, y su capital Quito, donde encontramos la parroquia de Nono. Cada lugar tiene sus atractivos y recursos propios que dan oportunidad de incrementar el turismo, y la gastronomía, dando lugar a la conservación de la cultura, las tradiciones, propiciando que el turista recomiende y genere comentarios positivos del Ecuador.

### **2.3 Turismo gastronómico.**

El turismo gastronómico es aquel en el cual la motivación principal del turista es la alimentación. Esa modalidad de turismo no genera su propio flujo, pero puede agregar valor a la visita de un lugar, ofreciendo al turista la posibilidad de vivir una experiencia que lo acerca a la población visitada. Ruschmann (1997)

Según Millán Vázquez De La Torre (2014) sostienen que:

“el turismo gastronómico puede ser considerado una nueva modalidad dentro del turismo rural y que los beneficios que puede generar son sumamente importantes por su efecto tanto en los servicios turísticos propiamente dichos como en el desarrollo de las actividades agropecuarias. Enfatizan el desarrollo de rutas gastronómicas y/o agroalimentarias con el objeto elaborar un producto con mayor interés para los visitantes, ya sean turistas o excursionistas”. (p. 113-137)

En la actualidad el turismo gastronómico ha ido evolucionando de generación en generación, permitiendo que el turista visite diversos rincones, donde la experiencia forma parte del contorno natural y dando relevancia a la gastronomía lo (Bernier, 2003)cal, cumpliendo con las expectativas del turista, brindando satisfacción y confort al conocer la gastronomía representativa de cada localidad en cualquier parte del mundo, centrada en ámbitos culturales de cada país.

El turismo gastronómico ocurre en todos los lugares donde los visitantes pueden degustar de las preparaciones que son tradicionales del sector. La principal experiencia del turismo gastronómico se da en los festivales gastronómicos, los emprendimientos y las localidades que buscan atraer visitantes con la gastronomía propia del sector.

Al mismo tiempo hay turistas que “se alimentan” y otros que “viajan para comer”, los viajeros que tienen la expectativa de conocer más de gastronomía indagan para llegar a la satisfacción desde una perspectiva que puede ser tanto cultural como fisiológica, aunque el objetivo final es encontrar placer. Por lo tanto, hay turistas que solo buscan la satisfacción de alimentarse ya que ven a esta acción como una perspectiva fisiológica que no es una motivación para viajar en comparación con los turistas gastronómicos que su principal deseo es buscar productos, gastronomía, satisfacer necesidades y enfocar el turismo gastronómico como su principal atractivo. Bernier (2003) (p. 32)

El turismo gastronómico en el Ecuador resalta la diversidad de productos y preparaciones con las que cuenta cada provincia y en ellas cada rincón que se puede conocer como es el caso de la parroquia de Nono que oferta una variedad de lugares turísticos, gastronómica, muestran su tradición y cultura que ha ido cambiado con el pasar del tiempo.

## **2.4 Ruta turística.**

Una ruta turística se caracteriza por ser un “camino”, “carretera” o un itinerario a seguir que una persona puede recorrer, esta se caracteriza por destacar atractivos turísticos que distinguen un lugar de otros. Las rutas turísticas llegan a recalcar y ser el principal objetivo de turistas por mostrar las características principales de cada pueblo, ciudad, país, etc.

En el mismo sentido las rutas turísticas se encuentran incorporadas en la elaboración de productos turísticos, dando lugar a la creación de una ruta gastronómica, su estructura va en base a la definición de uno o varios itinerarios en el área geográfica seleccionada, misma que debe estar bien señalizada, especificando los diferentes lugares que el turista debe apreciar y la gastronomía que debe disfrutar, además de poner en conocimiento la información sobre mas lugares históricos o de diferente interés para el viajero. Mitchell & Hall (2006)

Además, se considera que la creación de un conjunto de actividades y de atracciones son parte de una ruta turística, misma que ayudan a la cooperación entre diferentes áreas, también son una vía para aumentar el desarrollo económico de poblaciones a través del turismo, es por eso por lo que las rutas deben tener varios entes que respalden como destino turístico, y de la misma manera las zonas geográficas, la población, la agricultura y los productos que representen el lugar.

La creación de una ruta turística ayudaría a valorar la gastronomía de la parroquia, en la actualidad Nono tiene una ruta que es “la Ruta del Quinde”, la cual es muy visitada por su extensa variedad de flora y fauna, lo que se quiere lograr con esta investigación es que la parroquia sea reconocida por sus atractivos turísticos y su gastronomía típica del lugar.

## 2.5 Tipos de Ruta Turística.

Las rutas turísticas pueden ser de varios tipos, pueden variar de acuerdo con el turismo, actividades y atracciones que puede tener la misma, también es enfocada al itinerario que se debe emplear. Según el contenido se puede identificar los elementos que desarrollan las rutas turísticas Torres Bernier, (2006) (pp. 84-87)

- Rutas históricas, artísticas y monumentales. Tienen que ver con el patrimonio material relacionado con el arte (ruta del renacimiento, ruta de las catedrales góticas, ruta del barroco, etc.), aunque normalmente suelen incorporar elementos que se salen de lo meramente monumental. Su demanda en muchos casos está formada por personas con inquietudes culturales que quieren conocer los monumentos y los lugares donde se ubican.
- Rutas folclóricas y artesanales. Las principales están relacionadas con la música (ruta del flamenco) y con la artesanía, pero pueden darse muchas tipologías más, como pueden ser las fiestas populares en su conjunto.
- Rutas gastronómicas. Se han puesto de moda recientemente y tiene que ver mucho con los nuevos movimientos gastronómicos. Las rutas enológicas en determinadas regiones donde la viticultura tiene especial importancia compiten con otras basadas en las comidas regionales o en determinados productos (denominaciones de origen) o certificaciones de calidad.
- Rutas de memoria, recreación e interpretación histórica. Aquí estarían las principales rutas que suelen llamarse históricas (Ruta de la Plata), así como otras de más reciente creación (de las Batallas, Bélica Romana).
- Rutas de eventos culturales. Son menos frecuentes y suelen estar relacionadas con manifestaciones artísticas (los veranos de la música en Alemania)

- Rutas religiosas. Suelen ser de gran arraigo popular.

En diferentes ámbitos en los que está expuesta la ruta es importante considerar que productos posee al igual que los elementos de traslado que por lo general es lo que el visitante busca.

Es indispensable considerar que los productos poseen dos dimensiones, lo primero es lo que percibe el turista, la ruta con dos elementos que es consecutiva y trazada. La segunda dimensión es más extensa que abarca la ruta y el territorio donde se encuentra. Esta dimensión se conforma de factores que pueden ser tangibles como el paisaje, equipamiento y los servicios o intangibles como la gentileza de la comunidad, el ambiente, la amabilidad de su gente. Todos estos factores influyen a una mejor vivencia de una localidad. Novalon, (2014)

Como exponen los autores una ruta puede tener varios aspectos competitivos, considerando el territorio y el destino turístico que se lo vaya a visitar dando pasó a considerar un todo incluido, que va a conformar la ruta turística tomando en cuenta el servicio de calidad y la satisfacción del consumidor logrando así cumplir con sus expectativas.

## **2.6 Ruta gastronómica.**

Las rutas gastronómicas identificadas por el enlace entre el turismo y la gastronomía principales atractivos que el turista busca disfrutar, por este motivo se enfoca en lugares como mercados, restaurantes, huecas, hospedajes, atracciones, actividades y productos, que expresen la identidad del país de origen, logrando que el turista se identifique con la cultura y tradición.

De acuerdo con el libro escrito por Montecinos (2012) expone que:

“la ruta gastronómica es un itinerario con un origen, dimensión territorial, y configuración estructural específica que enlaza destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad. Los viajes pueden realizarse por diversos medios de transporte e incluso a pie en grupo o de manera individual solo si cumple con la comunicación y señalética adecuada”. (p. 101)

Por otra parte, una ruta gastronómica según lo expuesto por Marianelli (2013) un sendero turístico y recreativo que ofrecen de manera planificada y coordinada cierta producción agropecuaria, industrial y gastronómica regional, complementándose con ciertos servicios de alimentación y actividades de ocio que tienden a la puesta en valor de recursos y atractivos históricos y culturales representativos de la identidad de cierta porción territorial. Marianelli (2013) (p. 91). En tanto que Ernesto Barrera expresa sobre las rutas alimentarias que son “itinerarios que permiten reconocer y disfrutar de forma organizada un proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, expresiones de la identidad cultural nacional” Barrera (2008)

### **Clasificación de las rutas gastronómicas**

Las rutas alimentarias pueden clasificarse según la modalidad que presenten. De esta manera, se organizan en base a un producto, a un plato típico de determinada región o considerando la tradición culinaria de cierto grupo étnico Marianelli (2013).

- Rutas gastronómicas por producto. - En este tipo de ruta se hace énfasis en un solo producto ya sea para potencializarlo económicamente y posicionarlo en el mercado, o para evitar su desaparición.

- Rutas gastronómicas por plato. - Hace énfasis en una sola preparación característica de un lugar o región, es decir solo se ofertará un plato en particular.
- Rutas étnicas gastronómicas. -En este caso hace referencia que se construye la ruta considerando el factor étnico de un pueblo, sus costumbres y tradiciones de un pueblo nativo.

Por otra parte, y diferentes consideraciones Jeambey (2016) clasifica las rutas gastronómicas de la siguiente manera: rutas que destacan un cierto plato, rutas que destacan una cocina de carácter étnico, rutas que destacan un cierto producto, ya sea alimento primario o elaborado.

### **2.7 Ruta turística sustentable.**

El propósito de las rutas turística sustentable da paso a poder garantizar las actividades a corto y largo plazo de una comunidad rural, logrando encontrar actividad y sin correr riesgo de destruir los recursos naturales, sociales o culturales que son los principales atractivos para los turistas.

Por ello se considera que la planeación de una ruta como propuesta es importante una estrategia ambiental sustentable, tomando en cuenta que varios elementos son parte del entorno en cuanto a lo social, cultural, económico relación con el aprovechamiento de recursos naturales, brindando un buen trato y evitando dañar y destruir los recursos. Recalcando que la permanencia a largo plazo del proyecto se debe tomar en cuenta que se disminuyan los perjuicios al entorno y se genere un aporte adicional ofertando el mercado. Ibarra & Velarde (2016)

De la misma manera se menciona que una ruta turística sustentable debería reunir ciertas características que la diferencien de una ruta tradicional y que la coloquen

en un ámbito en el que sus beneficios proporcionen las bases para un desarrollo socioeconómico equilibrado y los medios para una conservación efectiva de los recursos naturales y culturales de una región.

### **2.7.1 Aspectos culturales.**

En general, el aspecto cultural engloba distintas formas de representar a una sociedad en específico. Por lo tanto, las tradiciones, la forma de ser, la manera de expresarse, tipos de vestimenta, lenguaje, las celebraciones, las costumbres, los rituales, el comportamiento, incluso las políticas son parte de la cultura de un lugar, es parte de su identificación.

Cuando se refleja el sentido del valor cultural, se emerge directamente en las tradiciones, manifestaciones que tiene la población de Nono en cuanto a la música, vestimenta, Gastronomía entre otros, llegando a ser parte de sí mismo dando una identificación a la parroquia, al hablar de la cultura, se ve reflejado el valor del pueblo de Nono sus celebraciones especiales, su gastronomía, su amabilidad, aspectos que describen la cultura del lugar.

Al respecto, se puede considerar que la cultura es un conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que representa a un conjunto de personas. La cultura abarca, artes, letras, modos de vida, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones, las creencias y que la cultura genera en el ser humano provocando que él tenga la capacidad de reflexionar sobre sí mismo, permitiendo así que cada uno sean personas racionales, críticos y éticamente comprometidos. UNESCO (2001).



Estos aspectos generan información importante para el proceso de investigación el valor cultural, conocer cuáles son las tradiciones, describir el escenario, de manera que se consiga una valorización de la cultura, gastronomía y dar valor a las tradiciones de la parroquia de Nono.

### **2.7.2 Aspectos Ambientales.**

Estos aspectos ambientales, son el elemento esencial de las actividades comerciales de productos o servicios, estos aspectos tienen una interacción con el medio ambiente causando en él un efecto positivo o negativo.

Según la ISO (2015) los aspectos ambientales son: “el conjunto de circunstancias principalmente físicas, pero también culturales y sociales, que rodean a los seres vivos. Con la consideración de la naturaleza sistemática que constituye el entorno que rodea al ser humano y con el cual interactúa”.

Es importante tomar en cuenta los aspectos ambientales en la realización de una ruta turística ya que los recursos naturales que posee Nono son el principal atractivo de turistas nacionales y extranjeros, esto incluye también la identificación de los factores ambientales que son utilizados en la parroquia: bosques protegidos y cascadas; son utilizados para visitas de turistas, el agua de los ríos que rodean esta parroquia; se utiliza para la creación de piscinas para criaderos de truchas, senderos ecológicos; cuidados y protegidos como atractivos turísticos y en ellos viven los quindes.

### **2.7.3 Aspectos económicos.**

Para lograr el desarrollo local de un lugar depende mucho de los aspectos económicos, la capacidad de aprovechamiento de los recursos que esta posee, identificar los factores disponibles y potenciales para lograr la satisfacción de las

necesidades y problemas de la población local. Entre los factores económicos están los recursos naturales o ambientales, la estructura social, cultural, política, estos influyen en el desarrollo del trabajo local y el desarrollo de la productividad del lugar.

Para el desarrollo económico de la parroquia de Nono, sus habitantes se han dedicado al sector agrícola y comercial por tener suelos fértiles donde, obtienen una gran variedad de productos primarios que a nivel nacional son muy requeridos; como criaderos de truchas y la producción de leche.

## **2.8. Valorización de la Gastronomía.**

El arte culinario es parte en la cultura de cada pueblo, es decir los conocimientos ancestrales, en las técnicas culinarias que manejaban, materiales y utensilios que utilizaban. Esto ha sido inspiración para varios autores escribir libros, artículos o investigaciones acerca de la Gastronomía a nivel mundial.

La valorización de las tradiciones alimentarias como identidad cultural tiene como factor la promoción del lugar, el conocimiento de sus raíces, el cuidado e interés de una cultura en un espacio específico y en un tiempo determinado. Los valores tangibles o intangibles pueden admitir espacios de diálogo intercultural en donde se muestre una cocina identitaria de cada lugar y cuidando de su cultura como tal. Flores (2016) (p. 23)

La valorización de la Gastronomía es de suma importancia para identificar la cultura, los hábitos alimenticios, las herramientas que se manejaban a lo largo de la historia. Para valorizar la de un pueblo es importante resaltar cuales son los productos que identifican al lugar, las técnicas culinarias que utilizan y los materiales hechos de diferentes materiales tales como: barro, madera, piedra y cerámica.

Para la valorización de una preparación es importantes saber el lugar de origen, tomando en cuenta los recursos que este posee, aspectos ambientales, suelos, productos y el manejo de estos, esto puede ayudar al crecimiento de una cocina propia y marcar la diferencia con cocinas de otros lugares.

## **2.9 Desarrollo local**

Se considera como un tipo de diversificación y enriquecimiento de las actividades económicas y sociales en un territorio de escala local a partir de la movilización y la coordinación de sus recursos materiales e inmateriales.

El desarrollo local también se lo puede considerar como un proceso complejo y a la vez muy sintético, su principal objetivo se basa en la movilización de los recursos de un territorio en torno de un propósito en común, de un conjunto de habitantes de una localidad. Admite una representación completa de un buen desarrollo, es decir, que envuelve una extensión social, política, ambiental, cultural, el perfil productivo, entre otros. Casalis (2009)

Es común escuchar hablar de los pueblos, comunidades y ciudades que realizan proyectos enfocados en el desarrollo a nivel local, con el fin de generar fuentes de trabajo y poco a poco los visitantes que van al sector vayan conociendo más sobre su cultura y tradición.

## **2.10 Estrategia**

Las estrategias son planes que permiten conocer el medio o la vía para alcanzar los objetivos propuestos en una organización, entidad o sociedad

En palabras de Porter (2015) "Estrategia es la creación de una posición única y valiosa en el mercado. Huir de la competencia, para defender la rentabilidad y

crecimiento. Es explorar nuevas formas de competir que aporten a nuestra oferta mayor valor en los ojos de los clientes, que el que perciben en nuestros competidores.”

“Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada”. Koontz (1991).

Las estrategias para fomentar el turismo gastronómico en la parroquia de Nono se han incluido algunas estrategias como plan de capacitación, publicidad y la creación de una ruta turística para la valorización de la gastronomía en la parroquia.

### **2.11 Webinar gastronómico.**

Una manera formación online que ha surgido durante los últimos años (2018) denominada Webinar. Sereno (2010) que procede de la combinación Web y Seminar o seminario.

De manera que Webinar es un término que indica una conferencia o seminario en línea donde participan varios exponentes para hablar de un tema en general y su público puede ingresar a estos seminarios mediante un ordenador y paginas digitales.

Un webinar gastronómico funciona con el mismo principio se crea una conferencia online y se invita a público interesado en el tema, algunos son gratuitos y otros pagados, en estos seminarios en línea se tratan temas como; La gastronomía como una herramienta para reinventarse, renacer o recuperarse en tiempos de crisis, seguridad alimentaria la gastronomía frente a la pandemia mundial, manejo adecuado de guantes y mascarillas, buenas prácticas de manufactura entre otros. En estos webinar además se utilizan las actividades complementarias tales como;

uso del chat entre exponentes y público, preguntas y respuestas, encuestas, opiniones y sugerencias.

Al final de cada seminario se obtiene grabaciones digitales que permiten sus reproducciones y así llegar a un público más extenso.

### **2.12 Operacionalización de las variables**

Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems. Carrasco (2009).

**OBJETIVO GENERAL:** Crear una ruta turística gastronómica para la valorización de la gastronomía en la parroquia de Nono en el Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivo Específico	Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores
Identificar los principales productos para la valorización de la gastronomía en Nono.	Patrimonio gastronómico.	Es el valor cultural inherente añadido por el hombre a los alimentos, forma parte de una memoria común y produce sentimientos o emociones.	<b>Histórico Gastronomía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradición</li> <li>• Cultura</li> </ul>
	Variable stock.	Variable cuya cantidad se mide en un determinado momento del tiempo; Por ejemplo: la población, la riqueza, la oferta monetaria y gastronómica.	<b>Productos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de productos</li> <li>• Productividad</li> </ul>
Precisar los aspectos culturales, ambientales y económicos que deben ser tomados en cuenta para lograr desarrollo local en la parroquia de Nono.	Desarrollo local.	Identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de un lugar tomando en cuenta los aspectos culturales, ambientales y económicos.	<b>Población de Nono</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de productos</li> <li>• Emprendedores</li> </ul>
	Aspectos culturales, ambientales y económicos.	Conjunto de características o circunstancias con que una persona o una cosa se aparecen o se presenta a la vista o al entendimiento.	<b>Social Cultural Ambiental Económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia</li> <li>• Economía</li> </ul>
Diseñar de una ruta turística para la valorización de la gastronomía en Nono.	Ruta turística.	Camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo y la gastronomía.	<b>Lugares turísticos de Nono</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viabilidad y transporte</li> <li>• Seguridad turística</li> </ul>
	Valorización de la gastronomía.	Generar importancia a la gastronomía local.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia de visitas</li> <li>• Recetas</li> </ul>

Implementar estrategias para el fomento de turismo gastronómico en la parroquia de Nono-Distrito Metropolitano de Quito.	Turismo gastronómico.	Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.	<b>Parroquia de Nono</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Feria gastronómica</li> <li>● Gastronomía local</li> </ul>
	Fomentar el turismo.	Favorecer de algún modo que una acción se desarrolle o que aumente un aspecto positivo del turismo.		<ul style="list-style-type: none"> <li>● Actividad turística</li> <li>● Oferta turística</li> </ul>

## **CAPÍTULO III**

El presente capítulo da a conocer la metodología empleada en la investigación; el enfoque metodológico, paradigma de la investigación, enfoque metódico, métodos auxiliares, informantes claves, herramientas y técnicas utilizadas para asegurar la información selecta con el tema.

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3. Marco metodológico.**

El marco metodológico representa en la investigación, el uso de métodos, técnicas, instrumentos, y procedimientos a utilizar en el estudio que se desarrolla. Se presentan los aspectos metodológicos de la investigación, se exponen la perspectiva metodológica que se ha adoptado, la estrategia la indagación y el diseño de las diferentes fases desarrolladas.

Según Balestrini (2016) "Es el conjunto de procedimientos lógicos, tecno operacionales implícitos en todo proceso de investigación, con el objeto de ponerlos de manifiesto y sistematizarlos; a propósito de permitir descubrir y analizar los supuestos del estudio y de reconstruir los datos, a partir de los conceptos teóricos convencionalmente operacionalizados". (p. 125)

#### **3.1 Paradigma**

La realización de la presente investigación asume principios propios del paradigma interpretativo, en donde afirman que en éste la realidad puede ser conocida de forma imperfecta, el investigador puede formar parte del fenómeno de interés, el objeto de estudio influencia al investigador y viceversa, la teoría o hipótesis que sustenta la investigación influye en el desarrollo de la misma, el investigador debe estar consciente de que sus valores o tendencias pueden



influir en su investigación, se puede realizar investigación de laboratorio o diseño cuasi experimental, siempre existirá un nivel de error de mayor aplicación, esto en razón de su alto alcance explicativo y predictivo, así como su rigurosa postura para tener presente el error propio de toda inferencia Cuenya & Ruetti (2010).

### **3.2. Enfoque metódico.**

En virtud de que en la presente investigación el objeto de estudio tiene características que permiten describirlo y comprenderlo, el método que será utilizado es el cualitativo. La investigación de tipo cualitativo se caracteriza por su renovado interés y sentida necesidad por aplicar su denominada metodología cualitativa demandada especialmente por parte de sociólogos, educadores, psicólogos, científicos sociales y planificadores urbanos, entre otros.

Parafraseando a Iñiguez L. (1999) los fundamentos teóricos de la investigación cualitativa, sus diferentes métodos encuentran el espacio para hacer énfasis en un enfoque estructural, sistémico, gestáltico y humanista; preocupándose de la descripción de los resultados con la respectiva riqueza de sus detalles, como una vivencia profunda que se pueda transmitir al lector.

### **3.3. Métodos auxiliares.**

El método de apoyo que se empleara es la observación que consiste en la recolección de información directamente del objeto de estudio, para determinar los fenómenos donde se espera llegar a conclusiones desde la apreciación, para lo cual “observar supone una conducta deliberada del observador, cuyos objetivos van en la línea de recoger datos en base a los cuales poder formular o verificar hipótesis”. (Fernández – Ballesteros (1992). Otro método de apoyo que se usara en la presente investigación es el inductivo, este nos ayuda a descubrir y estudiar las características del lugar de estudio, donde nos expresa ir de lo

particular a lo general. (p. 135). Para Sampieri, Carlos, & Pilar (2006) “el método inductivo se aplica en los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios”. En esta investigación se usa cuando se procesan y se analizan los datos obtenidos de los cuestionarios aplicados y en el análisis e interpretación de la información. (p. 107)

### **3.4. Tipo de investigación.**

De acuerdo con el problema planteado y a los objetivos a alcanzar, se considera como una investigación de tipo descriptiva, orientada a analizar el comportamiento de la variable en el contexto de estudio. Para Arias (2006) la investigación descriptiva “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer, estructura o comportamiento”. (p. 24)

Al mismo tiempo Silva M. (2008), considera que la investigación descriptiva es “caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta: señala sus características y propiedades, interpreta lo que es y describe la situación de las cosas en el presente”. Tomando en cuenta lo expuesto la investigación descriptiva, es una investigación donde se puede generar cambios para mejorar lo que se va a estudiar. (p. 20).

También se debe señalar que una de las unidades de análisis de la investigación también es bibliografía para recabar la información.

### **3.5. Diseño de la investigación.**

De acuerdo con las características de la presente investigación, está basada en una investigación de campo, debido que al basarnos sobre hechos reales es necesario llevar a cabo una estrategia que nos permita analizar la situación directamente en el lugar donde acontece, es decir, en la Parroquia de Nono.

Según Arias Odon (1999), define el diseño de la investigación como “la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado”. La cual consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. (p. 30)

Para Arias Odon (1999) la investigación de campo “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables algunas”.

Se plantea un diseño de campo por el estudio de cada producto que va a ser parte de la ruta turística, donde el acercamiento para la investigación es directamente en el lugar donde se expone el problema planteado, con el propósito de lograr describirlos, exponerlos, tal y como se presentan dentro del lugar de estudio, complementando con un diseño de investigación documental ya que se puede recopilar información ya planteada de los productos a estudiar.

### **3.6. Población**

La población es el conjunto de personas, que son tomados por el objeto de estudio. Según Tamayo y Tamayo (1997) “La población se define como la totalidad que se toma en cuenta para el estudio, donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p. 114)

La población infinita en la que se enfoca el presente trabajo de titulación es el Distrito Metropolitano de Quito, lugar donde se encuentra ubicada la parroquia de NONO.

Población finita es la parroquia de NONO como tal, donde se va a llevar a cabo la investigación y la creación de la ruta turística para valorizar la gastronomía de esta.

Población accesible, en la ruta se tomarán en cuenta los lugares más representativos entre los cuales tenemos: “El Bife” restaurante; Pesca deportiva de Alambi; “La ruta del Quinde”; Estancia “La Campiña”; Caldos y Asados “Tañita” y el Complejo turístico La Merced.

### **3.7 Informantes claves.**

Los informantes clave o personas son aquellos que tienen acceso a la información más importante sobre las actividades de una comunidad, grupo o institución educativa; con suficiente experiencia y conocimientos sobre el tema abordado en la investigación; con capacidad para comunicar esos conocimientos y, lo que es más importante, con voluntad de cooperación.

Según Arias (2006): “La población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y los objetivos del estudio”. (p. 81)

El grupo de informantes claves que se van a tomar en cuenta dentro de la investigación, es generar más información, con el fin de la creación de una ruta turística con lo cual se va a emplear los siguientes criterios:

1. Los informantes claves serán personas en un rango de edad de 35 a 50 años.
2. Que sean dueños de establecimientos turísticos y gastronómicos en la parroquia de Nono.

3. Los informantes claves deben ser residentes, que tengan experiencia en las actividades turísticas y gastronómicas de la parroquia.
4. Los informantes claves deben tener conocimiento sobre el aspecto gastronómico y cultural, de los recursos a tomar en cuenta dentro de la ruta gastronómica.

Tomando en cuenta los criterios establecidos, el grupo que se enfoca en la venta de gastronomía, lugares turísticos, productores son alrededor de 24 personas que son parte de este grupo, pero alrededor de 4 personas cumplen con los criterios establecidos en la población accesible, llegando a convertirse en las personas que conformaran parte de los informantes claves de la presente investigación. En los cuales se recibió la cooperación del Chef Diego Hermosa, la Sra. María Santos, Sr, Fernando Mosquera y el Sr. José Cargua.

### **3.8 Técnicas e instrumentos.**

#### **3.8.1 Técnica:**

La técnica se puede emplear a la investigación, permitiendo recolección de datos para poder aplicarlos. Están constituidos por la secuencia de pasos o etapas que se realizan en función de la búsqueda, adquisición y recopilación de la información necesaria para alcanzar los objetivos planteados en el estudio. De acuerdo con el enfoque del presente estudio se empleará la técnica de recolección de información mediante el uso de entrevistas, con el objetivo de explorar y precisar aspectos, lo que permitirá reunir información. Donde Galindo & Galindo (1980) dice que:

Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana.

Proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar. (p. 277)

La entrevista será parte clave de la investigación ya que permite que se genere una recolección de datos de importancia para la investigación, información que se imparten en una reunión donde tener contacto directo con la persona y la realidad, genera confiabilidad e interés en las preguntas y respuestas que se generan. El conversatorio es importante dentro de esta técnica, porque genera un impacto en todo sentido, la interrelación humana que da paso a un intercambio de ideas, vivencias, anécdotas donde se busca complementar y alcanzar la información e investigar.

### **3.9 Procedimiento empleado para el análisis de información.**

La investigación se lleva a cabo en la parroquia de Nono, ubicada en el Distrito metropolitano de Quito al Norte de la ciudad, se empezó con la investigación teórica, definiciones y conceptos sobre turismo, gastronomía, rutas, aspectos económicos, ambientales y económicos. A continuación, se obtuvo información del lugar, historia y cultura.

Después se realizó con el reconocimiento físico del lugar, fueron analizados los atractivos turísticos y la gastronomía que ofertaban, también se visualiza la problemática que existe en la parroquia para la creación de una ruta turística gastronómica, además se tomó en cuenta que lugares son los más representativos para formar parte de la ruta. A continuación, se realizaron entrevistas que permitan profundizar información sobre el tema, en la cual se realizaron preguntas claves, se tomó cuatro informantes claves el Chef Diego Hermosa dueño del Bife restaurante, al Sr. José Cargua dueño de la hacienda la Merced, la Sra. María Santos dueña de la pesca deportiva Eduardito y por último

al Sr. Fernando Mosquera dueño de la olla, productores de leche en la parroquia de Nono. Los cuales dieron apertura en sus establecimientos impartiendo información sobre sus proyectos, sus negocios y como es el día a día en la parroquia de nono, la cultura, la economía, y en cuanto al turismo y gastronomía.

Con la información obtenida se pasó a realizar un árbol de problemas, cuadros y fichas donde se expone el estudio de la investigación, se realizan estrategias para cubrir la problemática que se aborda. Se realizan las conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS Y RESULTADOS.**

El capítulo a continuación pone en conocimiento resultados y análisis de la investigación, que se han ido obteniendo de la aplicación de técnicas y la implementación de herramientas que son de importancia para el desarrollo del trabajo de titulación, utilizando entrevistas previamente revisada por expertos en el tema, por otra parte se realizó un inventario de las preparaciones, productos, etnias gastronómicas y atractivos turísticos que son correspondientes a la Parroquia de Nono, se presenta el diseño, recorrido y actividades que se pueden realizar en la ruta, de acuerdo con un planteamiento de estrategias.

#### **4.1 Análisis de los aspectos ambientales, culturales y económicos de la parroquia de Nono.**

##### **Aspectos Ambientales**

Esta parroquia se encuentra en la “ Boca de Montaña” donde se originan los vientos más fuertes con dirección oriente-occidente. La parroquia de Nono tiene un clima que varía entre los 12 y 18 grados centígrados, tiene una vegetación extensa y variada en zonas frías, sus tierras están atravesadas por dos ríos que son Pichan y el rio de Alambi, a su alrededor se encuentran las comunidades de Yanacocha, Alambi, Alasoungo, Nonopungo la Merced y el alto Perú. Al centro de la ciudad encontramos; La Curva, El Ejido y la Plaza.

La parroquia de Nono además es caracterizada por sus atractivos turísticos ya que posee una gran variedad de cascadas, rutas ecológicas, criaderos de truchas, senderos, ríos y reservas ecológicas. De las cuales según Duran S. & Alvarez V. (2006) (p. 12) se encuentran:



- Reserva Yanacocha: ubicada a 10km de Runchupamba, tiene una gran variedad de aves, donde se encuentran hasta 27 variedades de colibrí.
- Reserva Verdecocha: está ubicada en la vía a Alambi, una reserva donde se encuentra el río y la cascada con el mismo nombre, en esta reserva se puede realizar caminatas por senderos, cabalgatas y pesca deportiva.
- Cascada de Guagrapamba: ubicada en la vía de Alambi, seguida de la cascada de Chaupiurco.
- Reserva de Pacaya: se encuentra aproximadamente a 6km de Alaspungo. Tiene diversidades de orquídeas, variedad de aves y osos de anteojos.
- Hacienda la Merced: ubicada a 7km del centro de la parroquia en la cual podemos encontrar aguas termales, medicinales y juegos al aire libre.

Entre la fauna más representativa de la parroquia se encuentran las pavas de monte, oso de anteojos, zorros, colibríes, tórtolas, lobos, truchas, gallo de la peña, chivas y conejos de monte. En la flora más admirable de Nono se halla las orquídeas, bromelias o anturios y el pantza (especie de árbol ecuatoriano del que se obtiene madera muy buena).

Este lugar también cuenta con una extensa variedad de productos, entre ellos se encuentran los más importantes:

- Maíz
- Cebada
- Habas
- Frejol
- Zanahoria blanca
- Zanahoria amarilla

- Papas
- Melloco
- Ocas
- Zapallo
- Sambo
- Arvejas
- Leche y sus derivados.

Productos que se siembran, se cultivan, se producen e incluso son utilizados para preparaciones y elaboraciones de platos típicos del lugar.

### **Aspectos Culturales.**

La cultura de Nono empieza con el origen de la población de este lugar, datos arqueológicos muestran que esta parroquia se empezó a poblar desde los años 500 D.C, empezaron con pequeñas casitas dispersas a los alrededores. Esta pequeña población empezó a desarrollar contacto con otros pueblos pequeños que llegaron unos años más tarde, algunos para quedarse a vivir y muchos otros solo de paso. Duran S. & Alvarez V. (2006)

Después de la conquista de los españoles se adoptaron nuevas formas de vida, las tierras pasaron a mano de los españoles y se produjo la mezcla cultural que cambio todos los aspectos de la vida de estas poblaciones, desde entonces Nono en su gente tiene una mezcla de indígenas, gente de España y de otros lugares dentro y fuera del país. Antes de la conquista muchos pobladores de Nono vivían dispersos en todo el sector y en pequeños caseríos. Después de la conquista se empezó a agrupar a la gente en "reducciones", con el fin de la catequización, control y adueñarse de sus tierras, en los años 60 antes de que

se diera la Reforma Agraria (1964-1973), las haciendas se encargaban de la producción para la zona. Los trabajadores de estas haciendas venían de varias provincias como Chimborazo, o de poblados cercanos se dice que llegaban a la parroquia por motivos de empleo y vivían en “huasipungos”, pequeños terrenos de entre 3 y 5 hectáreas que estaban ubicados dentro de las haciendas y otros conseguían pequeñas extensiones de terrenos ubicados en Alaspungo, Catzuqui de Moncayo, entre otras.

Las principales fiestas de Nono: En Nono se celebran varias fiestas tradicionales, muchas de las personas que residían en la parroquia han salido a vivir en otras ciudades e incluso provincias, pero todos los fines de semana o fechas festivas regresan a celebrar junto a sus familiares o algunos a celebrar a la parroquia. Según Duran S. & Alvarez V. (2006) (p. 10) en la actualidad las más importantes son:

- 01 de marzo: Emancipación política Alaspungo,
- 13 de agosto: Fiesta de la Virgen del Camino y fundación y emancipación política de Alambi.
- 17 de agosto: Emancipación política de Nonopungo.
- 27 de septiembre: Emancipación política de Yanacocha.
- 4 de octubre: fiestas patronales de Alaspungo y San Francisco.
- La celebración más importante que tiene Nono es la fiesta de la Virgen de Alambi y se ha ido realizando desde el año 1964. Para la ocasión el pueblo organiza misa, bailes, toros, elección de la reina, desfiles y el pase del chagra. También se invita varias bandas de otras parroquias como la de Zambiza, Guajaló y Cotocollao. A lo largo de esta celebración se realiza la caminata para visitar a la Virgen, junto con el párroco de la iglesia. Que

sobre una piedra se reflejó la imagen de la Virgen como una sombra.

Después del suceso se retoco la imagen por un artista oriundo del lugar.

Se realizó la construcción de la iglesia de la plaza en la época colonial.

Duran S. & Alvarez V. (2006).

En la antigüedad se celebraban otras fiestas como la fiesta de San Pedro, el 14 de Julio, en la Merced, tenía una duración de 3 a 8 días, se organizaban juegos pirotécnicos, toros de pueblo y disfraces. En honor a esta fiesta los priostes brindaban la comida y la chicha a todos los invitados.

Las creencias y la vida diaria, años atrás en Nono se realizaban cestas, aventadores y bolsos de tsuro-fibra vegetal lo tejían a mano y lo conseguían a orillas de los ríos. Aparte de realizaban “trojas” cestos hondos, los cuales utilizaban para almacenar granos y algunos tubérculos. Duran S. & Alvarez V. (2006).

En la parroquia solían jugar con el trompo y el “cushpe” el cual era similar al trompo, pero más grande y de mala calidad, en general lo elaboraban con maderas duras como el capulí, se dice que lo jugaban para espantar los malos espíritus.

Cuentan los antepasados que hace tiempo por los sectores alejados del pueblo aparecía el “guagua auca” más conocido como “uñaquille”, se dice que tiene la apariencia de un mono, con uñas de gato, la cara virada y grandes colmillos. Aparece en noches de luna llena y persigue a las personas que obran mal. Esta creencia apareció de la leyenda de un bebe recién nacido que murió antes de ser bautizado también conocido como guagua diablo.

Otra creencia conocida es la historia del duende. Cuenta la historia que, si una pastorcilla se pierde en las montañas altas de Nono y se queda dormida, se dice que el duende la embaraza. Por lo general y según sus creencias los duendes habitan en los árboles cortos y de abundantes hojas, como los taxos y guantos.

Aquí todavía se curan con hierbas, en cuanto a las hierbas curativas que más se utilizaban:

En el páramo, se recogía la “chuquiragua” y la “hierba mora”, las cuales actuaban como desinflamantes para todo. El matico, la menta para dolores estomacales. También se utilizaba la “ortiguilla” que es buena para los riñones.

El matico también se lo utilizaba para la hernia inflamada; en dos litros de leche se hierva el matico y se lo toma por nueve días, y para el “espanto” de los bebés o el “mal aire”, se los limpia con ruda, Gorgona, trago y tabaco. Duran S. & Álvarez V. (2006)

### **Aspectos Económicos.**

Por la ubicación, Nono ha sido símbolo de intercambio comercial. En la antigüedad fueron los Yumbos los que cruzaban la parroquia llevando productos de una región a otra, así como los nayones que pertenecen de la parroquia de Nayón eran comerciantes que se abastecían a otros pueblos y sectores.

Nono era una de las rutas comerciales más importantes ya que realizaban el “cambio” de papas, mellocos, habas, ocas a cambio del maíz que se producía en sectores como Calderón y Marianitas. De Calacali, Nono recibía el agua ardiente. “Estas rutas antiquísimas sirven en el siglo XVIII a Pedro Vicente Maldonado para trazar el camino a Esmeraldas. Es el mismo camino por el que se llega A Nono desde Quito”.

En la actualidad las antiguas haciendas de Nono son el centro de la actividad económica de la parroquia, cumpliendo la función de empresas productivas. Gracias a esto Nono es considerado el “granero” de Quito ya que su producción agrícola y ganadera alimenta la capital. Después del siglo XX Nono ha ido cultivando sus tierras generando otros sembríos como el brócoli y espinaca. Las tierras que no son utilizadas para cultivos son transformadas en pastos para alimentación del ganado que está destinado para la industria lechera; y poco a poco la parroquia se está extendiendo a la exportación e importación de floricultura. Duran S. & Alvarez V. (2006)

Las principales haciendas que la parroquia de Nono maneja en la actividad económica son: Verde Cocha, San Luis, La Campiña, San José, La Merced, La Escalera, Alaspungo, San Miguel y Alambi.

En la economía de Nono el sector agropecuario es el principal con él, (46%) del total de la población, a continuación, se encuentran microempresas de servicio con el (25%), el comercio con un (18%), manufactura y trabajos de construcción (9%). Cairo (2015)



#### **4.2 Inventario de productos de la Parroquia de Nono.**




En el inventario de productos de la parroquia de Nono, se encuentran los principales productos del sector, los cuales son sembrados, cosechados y se utilizan para la preparación de platos tradicionales del lugar, los cuales se dividen en tres grupos: productos, preparaciones endógenas, y etnogastronómico. Duran S. & Alvarez V. (2006)

El cuadro de inventario de productos, preparaciones endogenas y platos etnogastronomicos se realizo a partir de la visita a la parroquia, observando

detenidamente cada uno de los cultivos, restaurantes, emprendimientos del sector, donde entontamos los productos, platos gastronomicos enlistado a continuacion en el inventario.



**Cuadro No. 1.** Inventario de productos de la parroquia de Nono. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.



Actividades Productivas	Producto	Imagen	Características
Agricultura	Leche	 <p><b>Imagen No. 1.</b> Producción de leche. Fuente Vsitanono WordPress, 2016.</p>	<p>La producción de leche en la parroquia de Nono es vital, porque aparte de generar trabajo a los agricultores del lugar, abastece a la parroquia y también la comercializan en la ciudad y a otras provincias. Elaboración de queso.</p>
	Maíz	 <p><b>Imagen No. 2.</b> Choclo. Fuente: P. Hidalgo, 2018.</p>	<p>La siembra y cosecha del maíz en la parroquia se la realiza en terrenos grandes, la producción del maíz se utiliza para el consumo propio y para la elaboración de un plato muy tradicional en el lugar.</p>

	Habas	 <p><b>Imagen No. 3.</b> Habas. Fuente: Asociación de consumidores orgánicos, 2016.</p>	<p>Al igual que el maíz la producción de habas se realiza en terrenos grandes, para consumo de las personas que conforman esta parroquia, y otra parte de la producción se vende en los mercados de la ciudad.</p>
	Sambo	 <p><b>Imagen No. 4.</b> Sambo. Fuente: Gastronomía Ancestral, 2018.</p>	<p>La producción de sambo a lo largo del tiempo ha ido bajando por la poca demanda de este producto. Se utilizaba para realizar mermeladas dulces y sopas. Incluso las pepas de sambo son aprovechadas como alimento.</p>
	Zapallo	 <p><b>Imagen No. 5.</b> Zapallo. Fuente: Francis Castel, 2020.</p>	<p>El zapallo al igual que el sambo su uso en la cocina y la gastronomía actual ha ido afectando su producción. Se realizaban empanadas de zapallo, cremas y salsas.</p>





**Cuadro No. 2.** Inventario de preparaciones endógenas de la parroquia de Nono. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

Actividades Productivas	Preparación Endógena	Imagen	Características
<p><b>Gastronomía</b></p>	<p>Empanadas de Zapallo</p>	 <p><b>Imagen No. 6.</b> Empanadas de zapallo. Layla Pujol, 2015.</p>	<p>Aprovechando el zapallo que se daba en la parroquia, se realizaban empanadas de zapallo acompañadas de café o chocolate. Se las rellenaban de carne, queso o pollo y meterlas en el horno.</p>
	<p>Plato de habas con choclos cocinados y queso.</p>	 <p><b>Imagen No. 7.</b> Plato de granos cocinados. Fuente: Armando Riofrio, 2017.</p>	<p>Una preparación muy fácil de realizar, muy consumida por lo turistas y por su valor nutricional. Se suele servir con un pedazo de queso, pero se puede escoger entre carnes asadas o incluso trucha.</p>

	Dulce de sambo.	 <p><b>Imagen No. 8.</b> Dulce de sambo. Fuente: Comida ancestral Imbabura, 2018.</p>	Preparación que se realiza cuando el sambo está maduro, lo combinan con pan o galletas. Las pepas del sambo lo utilizan para tostarlas y para preparar salsas.
	Pristiños con miel	 <p><b>Imagen No. 9.</b> Pristiños con miel. Vivir Ecuador, 2014.</p>	Los pristiños típicos de Quito, en Nono también realizan esta preparación.

**Cuadro No. 3.** Inventario etnogastronómico de la parroquia de Nono. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

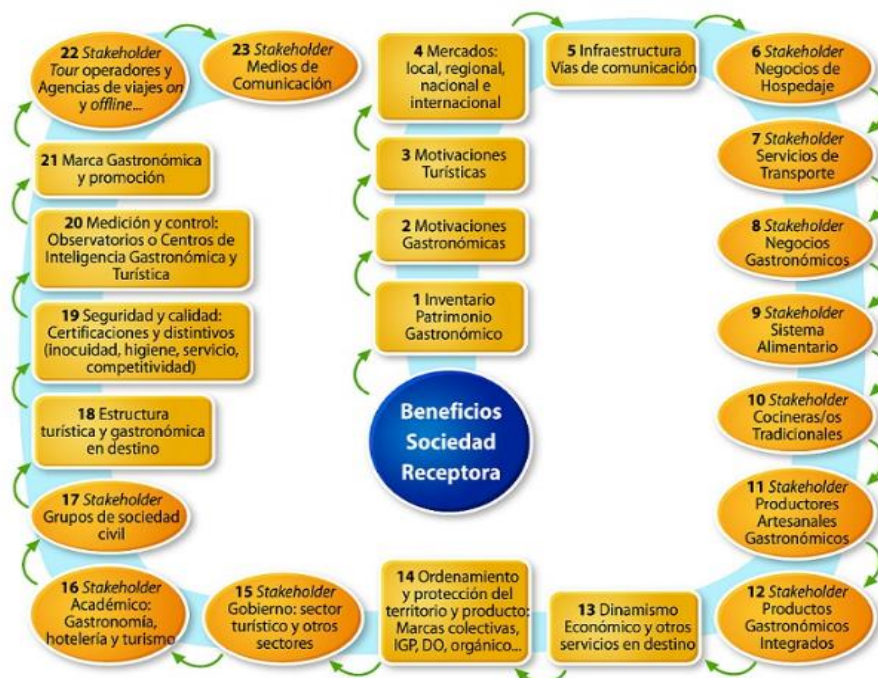
Actividades Productivas	Etno-gastronómico	Imagen	Características
Gastronomía	Trucha	 <p><b>Imagen No. 10.</b> Trucha asada. Fuente: Aceites de Oliva de España, 2020.</p>	El principal producto que tiene la parroquia de Nono y por la cual es visitada es por la trucha y la variedad de preparaciones que se pueden hacer. Aparte de su gastronomía tenemos la

			pesca deportiva en donde tienen piscinas de truchas.
Caldo de gallina	 <p><b>Imagen No. 11.</b> Caldo de gallina criolla. Fuente: La Hora, 2016.</p>	Plato tradicional de la parroquia, suele servirse con papa cocinada y con una presa grande en el plato.	
Asados	 <p><b>Imagen No. 12.</b> Asados de pollo. Fuente: Caldos y Asados Tañita, 2020.</p>	Se puede encontrar variedad de asados, carnes, pollos y pescados estos acompañan el plato de granos cocinados e incluso se puede servir con arroz y menestra.	

### **4.3 CLÚSTERES**

#### **Elementos importantes de una ruta gastronómica**

Las nuevas tendencias gastronómicas dan paso a estrategias para generar mayor impacto tanto en la gastronomía como en el turismo, entre ellas esta los clústeres mismos que generan desplazamiento de turistas gastronómicos, permitiendo la complementación a los viajes y apoyando a la sostenibilidad, entre los lugares de importancia se encuentran restaurantes, cafeterías, mercados, hoteles, atractivos turísticos, mercados, museos, valorando a la producción artesanal, orgánica y al comercio justo, tanto de la venta del pequeño agricultor o artesano al comprador, como en el pago del turista gastronómico que demanda menores costes y mayores beneficios tangibles e intangibles, siendo estos últimos los más importantes. De igual modo, el turista es mucho más sensible, lo que se refleja en un consumo que tiene como objetivo apoyar a las comunidades locales vulnerables, prefiriendo consumir lo auténtico y tradicional. Montecinos Torres (2018).



El clúster de gastronomía y turismo. Fuente: Antonio Montecinos Torres.

**Imagen No. 13.** El clúster de gastronomía y turismo. Fuente Antonio Montesinos Torres, 2018.

### Fichas de inventario Parroquia San Miguel de Nono.

Las fichas de inventario son creadas a partir de la aprobación del proyecto, por los dueños de los sitios turísticos, gastronómicos y emprendimientos, que permitieron que sus negocios formen parte de la ruta turística gastronómica, tomando en cuenta los siguientes aspectos: reseña del lugar, fotografías, datos relevantes para la construcción de esta.

A continuación, encontramos la ficha de cada uno de los lugares que se puede visitar en la parroquia de Nono.

**Cuadro No. 4.** Caldos y Asados Tañita. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>	
<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>	Caldos y Asados Tañita
<b>FICHA NUMERO:</b>	1
<b>RESPONSABLE:</b>	Katherine Aldas, Karen Carvajal
<b>FECHA:</b>	15 de mayo del 2020
<b>CATEGORÍA:</b>	Expendio de Alimentos
<b>TIPO:</b>	Alimentos y Bebidas
<b>SUBTIPO:</b>	Caldos y Asados
<b>UBICACIÓN:</b>	Entrada a Nono

<b>PROVINCIA:</b>		Pichincha	
<b>CIUDAD Y/O CANTÓN:</b>		Quito	
<b>PARROQUIA:</b>		Nono	
<b>LATITUD:</b>	2724 msnm	<b>LONGITUD:</b>	207,6 km2
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>			
<b>POBLADO:</b>	Entrada a Nono	<b>DISTANCIA</b>	Km 12
<b>CALIDAD:</b>			
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>			
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>			
<b>ALTURA:</b>		<b>TEMPERATURA:</b>	16 °C
<b>PRECIPITACIÓN:</b>			
<b>DESCRIPCIÓN:</b>		<b>FOTO:</b>	
<p>Más conocido como una de las primeras huecas que se encuentra en la vía a nono, donde turistas nacionales y extranjeros realizan su primera parada, este emprendimiento tuvo su inicio por la necesidad de alimentación a turistas que llegaban a la parroquia, los productos que se utilizan son cultivados y cosechados por la dueña del lugar.</p>			
<p><b>Imagen No. 14.</b> Restaurante Caldos y Asados "Tañita". Fuente: Aldas &amp; Carvajal, 2020.</p>			
<b>VALOR EXTRÍNSECO:</b>			
<b>USOS (SIMBOLISMO):</b>			
Expendio de Alimentos			
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL LUGAR:</b>		<b>Medio Conservado</b>	
<b>CAUSAS</b>			
Falta de mejoras en el lugar			
<b>PROPIEDAD:</b>	Privada con acceso al público, por alimentación		
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:</b>	<b>Conservado</b>		
<b>CAUSAS</b>			
Está rodeado de vegetación en buen estado			
<b>APOYO</b>			
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>AGUA:</b>	Agua potable		
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>	Disponible		
<b>ALCANTARILLADO:</b>	Disponible		
<b>TRANSPORTE:</b>	Diario		

Cuadro No. 5. Primera cascada. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>			
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>	Primera cascada		
<b>FICHA NUMERO:</b>	2		
<b>RESPONSABLE:</b>	Katherine Aldas: Karen Carvajal		
<b>FECHA:</b>	15 de mayo del 2020		
<b>CATEGORÍA:</b>	Sitios Naturales		
<b>TIPO:</b>	Ríos		
<b>SUBTIPO:</b>	Cascadas		
<b>UBICACIÓN:</b>	A la entrada de la parroquia		
<b>PROVINCIA:</b>	Pichincha		
<b>CIUDAD Y/O CANTÓN:</b>	Quito		
<b>PARROQUIA:</b>	Nono		
<b>LATITUD:</b>	2724 msnm	<b>LONGITUD:</b>	207,6 km2
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>			
<b>POBLADO:</b>	Vía Descenso A Nono	<b>DISTANCIA</b>	Km 12
<b>CALIDAD:</b>			
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>			
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>			
<b>ALTURA:</b>		<b>TEMPERATURA:</b>	14°C
<b>PRECIPITACIÓN:</b>			
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	<b>FOTO:</b>		
Primera cascada, ubicada a la entrada a la parroquia de Nono formada por el un rio, agua cristalina y fría rodeada de plantas silvestres, con la cascada se forman posas profundas donde no está permitido nadar, al entrar a la cascada se pueden observar quindes que y otras aves. Al igual se pueden encontrar con piscinas para la pesca deportiva de truchas.			
	<p><b>Imagen No. 15.</b> Primera cascada. Fuente: C. Proaño, 2018.</p>		
<b>VALOR EXTRÍNSECO:</b>			
<b>USOS (SIMBOLISMO):</b>			
Convivencia con la naturaleza			
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		<b>No alterado</b>	
<b>CAUSAS</b>			
Cuidado y protección del dueño			
<b>PROPIEDAD:</b>	Privada, con acceso al público por un costo en específico.		
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:</b>		<b>Conservado</b>	

<b>CAUSAS</b>	
El entorno es cuidado por dueños y usuarios.	
<b>APOYO</b>	
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>AGUA:</b>	Rio
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>	No disponible
<b>ALCANTARILLADO:</b>	No disponible
<b>TRANSPORTE:</b>	Diario

Cuadro No. 6. Iglesia de la parroquia de Nono. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>			
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>	Iglesia de la parroquia de Nono		
<b>FICHA NUMERO:</b>	3		
<b>RESPONSABLE:</b>	Katherine Aldas, Mishel Carvajal		
<b>FECHA:</b>	15 de mayo del 2020		
<b>CATEGORÍA:</b>	Cultural		
<b>TIPO:</b>	Iglesia		
<b>SUBTIPO:</b>	Religioso		
<b>UBICACIÓN:</b>	A una cuadra del parque de Nono		
<b>PROVINCIA:</b>	Pichincha		
<b>CIUDAD Y/O CANTÓN:</b>	Quito		
<b>PARROQUIA:</b>	Nono		
<b>LATITUD:</b>	2724 msnm	<b>LONGITUD:</b>	207,6 km2
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>			
<b>POBLADO:</b>	Nono	<b>DISTANCIA</b>	Km 24
<b>CALIDAD:</b>			
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>			
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>			
<b>ALTURA:</b>		<b>TEMPERATURA:</b>	14 °C
<b>PRECIPITACIÓN:</b>	9%		
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	<p>La iglesia de la parroquia de Nono fue construida en 1690, uno de los atractivos principales de la parroquia, después del terremoto del 2016 la infraestructura de la iglesia se vio muy afectada pero el GAD parroquial trabaja constantemente en mantener su infraestructura.</p>		
<b>FOTO:</b>			
	<p><b>Imagen No. 16.</b> Iglesia de Nono. Fuente: Vymaps.com, 2016.</p>		
<b>VALOR EXTRÍNSECO:</b>			
<b>USOS (SIMBOLISMO):</b>			



Cultural-Religioso	
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	Conservado
<b>CAUSAS</b>	
Por ser lo conservan como signo de cultura e identidad de la parroquia de Nono, los moradores y el GAD parroquial cuidan de su infraestructura.	
<b>PROPIEDAD:</b>	Privada
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:</b>	Conservado
<b>CAUSAS</b>	
El GAD parroquial trabaja constantemente en su cuidado.	
<b>APOYO</b>	
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>AGUA:</b>	Disponible agua potable
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>	Disponible
<b>ALCANTARILLADO:</b>	Disponible


**Cuadro No. 7.** Cowboy de los Andes. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>			
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>	Cowboy de los Andes		
<b>FICHA NUMERO:</b>	4		
<b>RESPONSABLE:</b>	Katherine Aldas, Mishel Carvajal		
<b>FECHA:</b>	15 de mayo del 2020		
<b>CATEGORÍA:</b>	Atractivo Cultural		
<b>TIPO:</b>	Museo		
<b>SUBTIPO:</b>	Antigüedades		
<b>UBICACIÓN:</b>	Dos cuadras del parque de Nono		
<b>PROVINCIA:</b>	Pichincha		
<b>CIUDAD Y/O CANTÓN:</b>	Quito		
<b>PARROQUIA:</b>	Nono		
<b>LATITUD:</b>	2724 msnm	<b>LONGITUD:</b>	207,6 km2
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>			
<b>POBLADO:</b>	Nono	<b>DISTANCIA</b>	Km 20
<b>CALIDAD:</b>			
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>			
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>			
<b>ALTURA:</b>		<b>TEMPERATURA:</b>	14 °C
<b>PRECIPITACIÓN:</b>	9%		
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	<b>FOTO:</b>		
Un lugar que por sí solo cuenta la historia de un hacendado, desde los implementos que utilizaba			

<p>hasta los que hoy en día usan. Este lugar pone a disposición el conocer objetos, historias y leyendas que ha mantenido la parroquia de Nono.</p>	 <p><b>Imagen No. 17.</b>Museo Cowboy de los Andes. Fuente: Teleamazonas, 2019.</p>
<b>VALOR EXTRÍNSECO:</b>	
<b>USOS (SIMBOLISMO):</b>	
Cultural	
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	Conservado
<b>CAUSAS</b>	
Por ser propiedad privada, los dueños lo conservan como signo de identidad de la parroquia de Nono	
<b>PROPIEDAD:</b>	Privada
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:</b>	Conservado
<b>CAUSAS</b>	
El lugar que rodea este museo es conservado y mantenido por el GAD parroquial.	
<b>APOYO</b>	
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>AGUA:</b>	Disponible agua potable
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>	Disponible
<b>ALCANTARILLADO:</b>	Disponible

**Cuadro No. 8.** Restaurante el Bife. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>	
<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>	Restaurante el Bife
<b>FICHA NUMERO:</b>	5
<b>RESPONSABLE:</b>	Katherine Aldas, Karen Carvajal
<b>FECHA:</b>	15 de mayo del 2020
<b>CATEGORÍA:</b>	Expendio de Alimentos
<b>TIPO:</b>	Alimentos y bebidas
<b>SUBTIPO:</b>	Menú a la carta, platos tradicionales
<b>UBICACIÓN:</b>	Ubicado al frente de la escuela de Nono
<b>PROVINCIA:</b>	Pichincha
<b>CIUDAD Y/O CANTÓN:</b>	Quito
<b>PARROQUIA:</b>	Nono

<b>LATITUD:</b>	2724 msnm	<b>LONGITUD:</b>	207,6 km2
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>			
<b>POBLADO:</b>	Nono	<b>DISTANCIA</b>	Km 20
<b>CALIDAD:</b>			
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>			
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>			
<b>ALTURA:</b>		<b>TEMPERATURA:</b>	16 °C
<b>PRECIPITACIÓN:</b>			
<b>DESCRIPCIÓN:</b>		<b>FOTO:</b>	
<p>Uno de los restaurantes en la parroquia con más reconocimiento, su dueño el chef Diego Hermosa ha implementado un lugar de expendio de alimentos que representen la gastronomía Noneña como tal y con un toque internacional. El Bife restaurante se especializa en filetes y platos a la carta.</p> <p>El Bife también ofrece un mini eco ruta del Quinde dentro de la propiedad.</p>			
<p><b>Imagen No. 18.</b>Restaurante "EL BIFE". Fuente: Aldas &amp; Carvajal, 2020.</p>			
<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>			
<b>USOS (SIMBOLISMO):</b>			
Gastronómicos			
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		Conservado	
<b>CAUSAS</b>			
El dueño de este lugar mantiene el lugar en excelente estado para que los visitantes puedan disfrutar de sus alimentos en un lugar cómodo y agradable.			
<b>PROPIEDAD:</b>			
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:</b>		Conservado	
<b>CAUSAS</b>			
El lugar que rodea la propiedad se mantiene en excelente estado, aparte de aprovechar todos sus recursos como la eco ruta creada por el propietario.			
<b>APOYO</b>			
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>AGUA:</b>	Disponible, agua potable		
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>	Disponible		
<b>ALCANTARILLADO:</b>	Disponible		
<b>TRANSPORTE:</b>	Diario		

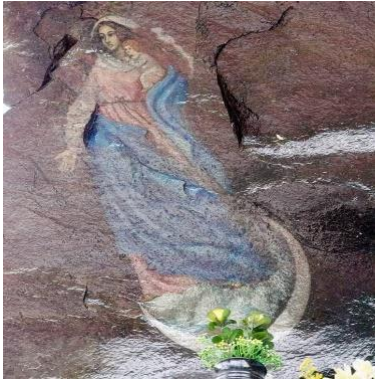
**Cuadro No. 9.** Pesca Deportiva Eduardito. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>
<b>DATOS GENERALES</b>

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>		Pesca Deportiva Eduardito	
<b>FICHA NUMERO:</b>		6	
<b>RESPONSABLE:</b>		Katherine Aldas, Karen Carvajal	
<b>FECHA:</b>		15 de mayo del 2020	
<b>CATEGORÍA:</b>		Sitios Naturales	
<b>TIPO:</b>		Piscina	
<b>SUBTIPO:</b>		Pesca	
<b>UBICACIÓN:</b>		Vía Tandayapa	
<b>PROVINCIA:</b>		Pichincha	
<b>CIUDAD Y/O CANTÓN:</b>		Quito	
<b>PARROQUIA:</b>		Nono	
<b>LATITUD:</b>	2724 msnm	<b>LONGITUD:</b>	207,6 km2
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>			
<b>POBLADO:</b>	Nono	<b>DISTANCIA</b>	Km 24
<b>CALIDAD:</b>			
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>			
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>			
<b>ALTURA:</b>		<b>TEMPERATURA:</b>	11 °C
<b>PRECIPITACIÓN:</b>			
<b>DESCRIPCIÓN:</b>		<b>FOTO:</b>	
<p>Emprendimiento familiar mismo que era llamado pesca deportiva "ALAMBI" y por motivos familiares se cambió a "EDUARDITO", este lugar en años atrás sufrió una inundación por el desbordamiento del rio que cruza por el lugar, pero no fue impedimento para empezar de nuevo y hoy en día dar una mejor atención a los turistas quienes disfrutan de la pesca y de la flora y fauna que se puede observar en el sector.</p>			
		<p><b>Imagen No. 19.</b> Pesca deportiva "EDUARDITO". Fuente: Aldas &amp; Carvajal, 2020.</p>	
<b>VALOR EXTRÍNSECO:</b>			
<b>USOS (SIMBOLISMO):</b>			
Atractivo turístico			
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		Medio Conservado	
<b>CAUSAS</b>			
Por falta de recursos monetarios, el lugar no tiene publicidad necesaria para mejorar la afluencia de turistas.			
<b>PROPIEDAD:</b>		Privada	
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:</b>		Conservado	
<b>CAUSAS</b>			
El lugar mantiene su naturaleza y vegetación, sus recursos naturales como el agua del rio han sido aprovechados para la realización de piscinas para criadero de truchas.			

<b>APOYO</b>	
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>AGUA:</b>	<b>Disponible</b>
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>	<b>Disponible</b>
<b>ALCANTARILLADO:</b>	<b>No disponible</b>
<b>TRANSPORTE:</b>	<b>Poco accesible</b>


**Cuadro No. 10.** Virgen del camino. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>			
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>	Virgen del camino		
<b>FICHA NUMERO:</b>	7		
<b>RESPONSABLE:</b>	Katherine Aldas, Karen Carvajal		
<b>FECHA:</b>	15 de mayo del 2020		
<b>CATEGORÍA:</b>	Cultural		
<b>TIPO:</b>	Sendero		
<b>SUBTIPO:</b>	Religioso		
<b>UBICACIÓN:</b>	Camino a Alaspungo		
<b>PROVINCIA:</b>	Pichincha		
<b>CIUDAD Y/O CANTÓN:</b>	Quito		
<b>PARROQUIA:</b>	Nono		
<b>LATITUD:</b>	2724 msnm	<b>LONGITUD:</b>	207,6 km2
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>			
<b>POBLADO:</b>	Nono, Mindo	<b>DISTANCIA</b>	50 km
<b>CALIDAD:</b>			
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>			
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>			
<b>ALTURA:</b>	2800 a 2200 msnm	<b>TEMPERATURA:</b>	11 °C
<b>PRECIPITACIÓN:</b>			
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	<p>Unos de los atractivos más llamativos de Nono es la pintura que aparece en una piedra a lo largo del camino a Alambi. Cuenta la historia de tres hermanos q salían como todas las mañanas a trabajar rezando una oración que iniciaba Buenos días madre mía, cuentan que apareció una luz enorme destellos fuertes y cuando la luz desapareció vieron a la virgen en la piedra.</p>		
<b>FOTO:</b>			
<p><b>Imagen No. 20.</b> Virgen del camino. Fuente: Banda Virgen Del Camino de Nono, 2020.</p>			

<b>VALOR EXTRÍNSECO:</b>	
<b>USOS (SIMBOLISMO):</b>	
Convivencia en el ecosistema	
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	Medio conservado
<b>CAUSAS</b>	
El camino no tiene un mantenimiento continuo que permita el fácil acceso a todos los turistas.	
<b>PROPIEDAD:</b>	
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:</b>	Conservado
<b>CAUSAS</b>	
El entorno la vegetación está en excelente estado, el turista cuida del ecosistema.	
<b>APOYO</b>	
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>AGUA:</b>	No disponible
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>	No disponible
<b>ALCANTARILLADO:</b>	No disponible
<b>TRANSPORTE:</b>	Poco accesible

**Cuadro No. 11.** Truchas de la sierra. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>			
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>	Truchas de la Sierra		
<b>FICHA NUMERO:</b>	8		
<b>RESPONSABLE:</b>	Katherine Aldas, Karen Carvajal		
<b>FECHA:</b>	15 de mayo del 2020		
<b>CATEGORÍA:</b>	Sitios Naturales		
<b>TIPO:</b>	Piscina		
<b>SUBTIPO:</b>	Pesca		
<b>UBICACIÓN:</b>	Vía Tandayapa		
<b>PROVINCIA:</b>	Pichincha		
<b>CIUDAD Y/O CANTÓN:</b>	Quito		
<b>PARROQUIA:</b>	Nono		
<b>LATITUD:</b>	2724 msnm	<b>LONGITUD:</b>	207,6 km2
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>			
<b>POBLADO:</b>	Nono	<b>DISTANCIA</b>	Km 24
<b>CALIDAD:</b>			
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>			
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>			
<b>ALTURA:</b>		<b>TEMPERATURA:</b>	11 °C
<b>PRECIPITACIÓN:</b>			
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	<b>FOTO:</b>		

<p>Pesca deportiva truchas de la Sierra emprendimiento familiar que ofrece servicio de alimentación y sitio turístico, aparte de la pesca deportiva que se realiza en las piscinas del lugar.</p> <p>Después de la pesca pueden disfrutar de una comida preparada al instante, y disfrutar del ambiente.</p>	
<p><b>VALOR EXTRÍNSECO:</b></p>	
<p><b>USOS (SIMBOLISMO):</b></p>	
<p>Atractivo turístico</p>	
<p><b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>	<p>Medio Conservado</p>
<p><b>CAUSAS</b></p>	
<p>Por falta de recursos monetarios, el lugar no tiene publicidad necesaria para mejorar la afluencia de turistas.</p>	
<p><b>PROPIEDAD:</b></p>	<p>Privada</p>
<p><b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:</b></p>	<p>Conservado</p>
<p><b>CAUSAS</b></p>	
<p>El lugar mantiene su naturaleza y vegetación, sus recursos naturales como el agua del río han sido aprovechados para la realización de piscinas para criadero de truchas.</p>	
<p><b>APOYO</b></p>	
<p><b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b></p>	
<p><b>AGUA:</b></p>	<p>Disponible</p>
<p><b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b></p>	<p>Disponible</p>
<p><b>ALCANTARILLADO:</b></p>	<p>No disponible</p>
<p><b>TRANSPORTE:</b></p>	<p>Poco accesible</p>

**Cuadro No. 12.** Piedra del diablo, Santa Teresita. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<p><b>FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b></p>	
<p><b>DATOS GENERALES</b></p>	
<p><b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b></p>	<p>Piedra del diablo Santa Teresita</p>
<p><b>FICHA NUMERO:</b></p>	<p>9</p>
<p><b>RESPONSABLE:</b></p>	<p>Katherine Aldas, Karen Carvajal</p>
<p><b>FECHA:</b></p>	<p>15 de mayo del 2020</p>
<p><b>CATEGORÍA:</b></p>	<p>Sitios Naturales</p>
<p><b>TIPO:</b></p>	<p>Sendero</p>
<p><b>SUBTIPO:</b></p>	<p>Ecoruta</p>
<p><b>UBICACIÓN:</b></p>	<p>Cerca de Alaspungo</p>
<p><b>PROVINCIA:</b></p>	<p>Pichincha</p>
<p><b>CIUDAD Y/O CANTÓN:</b></p>	<p>Quito</p>
<p><b>PARROQUIA:</b></p>	<p>Nono</p>

<b>LATITUD:</b>	2724 msnm	<b>LONGITUD:</b>	207,6 km2
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>			
<b>POBLADO:</b>	Nono, Mindo	<b>DISTANCIA</b>	50 km
<b>CALIDAD:</b>			
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>			
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>			
<b>ALTURA:</b>	2800 a 2200 msnm	<b>TEMPERATURA:</b>	11 °C
<b>PRECIPITACIÓN:</b>			
<b>DESCRIPCIÓN:</b> La "Ecoruta" del <b>a la piedra del diablo</b> , es una zona de transición entre la meseta andina y la zona litoral, acoge en su tramo, más de 400 especies de aves. La aventura comienza en Nono y se desplaza hasta Tandayapa y Alaspungo donde los turistas pueden disfrutar de la vegetación completa de la parroquia.		<b>FOTO:</b>  <b>Imagen No. 22.</b> Eco ruta Piedra del Diablo. Fuente: GoRaymi, 2018.	
<b>VALOR EXTRÍNSECO:</b>			
<b>USOS (SIMBOLISMO):</b>			
Convivencia en el ecosistema			
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		Medio conservado	
<b>CAUSAS</b>			
El camino que permite cruzar esta Eco ruta no tiene un mantenimiento adecuado. Despreocupación de parte del GAD			
<b>PROPIEDAD:</b>			
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:</b>		Conservado	
<b>CAUSAS</b>			
El entorno la vegetación está en excelente estado, el turista cuida del ecosistema.			
<b>APOYO</b>			
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>AGUA:</b>	No disponible		
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>	No disponible		
<b>ALCANTARILLADO:</b>	No disponible		
<b>TRANSPORTE:</b>	Poco accesible		

**Cuadro No. 13.** Hacienda Estancia de la Campiña. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>	
<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>	Hacienda Estancia de la Campiña
<b>FICHA NUMERO:</b>	10



<b>RESPONSABLE:</b>	Katherine Aldas, Karen Carvajal		
<b>FECHA:</b>	15 de mayo del 2020		
<b>CATEGORÍA:</b>	Expendio de alimentos, hotelería		
<b>TIPO:</b>	Hacienda		
<b>SUBTIPO:</b>	Alimentos y bebidas, hospedaje		
<b>UBICACIÓN:</b>	A dos cuadras del Bife		
<b>PROVINCIA:</b>	Pichincha		
<b>CIUDAD Y/O CANTÓN:</b>	Quito		
<b>PARROQUIA:</b>	Nono		
<b>LATITUD:</b>	2724 msnm	<b>LONGITUD:</b>	207,6 km2
<b>CENTROS URBANOS MÁS CERCANO AL ATRACTIVO</b>			
<b>POBLADO:</b>	Nono	<b>DISTANCIA</b>	
<b>CALIDAD:</b>			
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>			
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>			
<b>ALTURA:</b>		<b>TEMPERATURA:</b>	14 °C
<b>PRECIPITACIÓN:</b>			
<b>DESCRIPCIÓN:</b>	<b>FOTO:</b>		
Proyecto familiar donde la idea de negocio y el estudio lo realiza uno de los hijos del dueño, quien se puso al frente de la hacienda y con responsabilidad, logro que se posicione en el mercado y sea uno de los primeros lugares de hospedaje en la parroquia de Nono, complementando con gastronomía para que el turista disfrute de la visita del lugar. Este lugar también ofrece cabalgatas y juegos deportivos.	 <p><b>Imagen No. 23.</b>Hacienda "ESTANCIA DE LA CAMPIÑA". Fuente: Aldas &amp; Carvajal, 2020.</p>		
<b>VALOR EXTRÍNSECO:</b>			
<b>USOS (SIMBOLISMO):</b>			
Gastronómicas y hoteleras.			
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		Conservado	
<b>CAUSAS</b>			
Los propietarios se ocupan del lugar frecuentemente, mejorando menús y el lugar en general.			
<b>PROPIEDAD:</b>		Privada	
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO:</b>		Conservado	
<b>CAUSAS</b>			
El lugar mantiene el ecosistema saludable y estable con vías accesibles.			
<b>APOYO</b>			
<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>			
<b>AGUA:</b>		Disponible, agua potable	
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>		Disponible	

<b>ALCANTARILLADO:</b>	<b>Disponible</b>
<b>TRANSPORTE:</b>	<b>Diario</b>

### **Establecimientos de alimentación.**

Listado de los lugares gastronómicos de la parroquia de Nono, donde se puede encontrar el barrio, sus principales platos gastronómicos y el nombre de los establecimientos, los restaurantes que encontramos aquí solo el restaurante “ EL BIFE” (ANEXO 4 ) está identificado en el catastro del Distrito Metropolitano de Quito, mismo que tiene como fin el reconocimiento como lugar turístico y de alimentación en redes sociales o en la guía que muchas veces los turistas nacionales y extranjeros la toman para ir a visitar, por lo cual se presenta en el (ANEXO 5), el formulario y requisitos que se deben presentar para ser parte del catastro.

**Cuadro No. 14.** Restaurantes, Cafeterías, Bares de la Parroquia de NONO. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>N°</b>	<b>Principales platos gastronómicos.</b>	<b>Nombre del restaurante</b>	<b>Provincia</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Barrio.</b>
1	Asados, caldos de gallina, pristiños con miel.	El fogón de pepita	Pichincha	Nono	Nono Centro
2	Asados, trucha, choclos con habas y queso.	Don Robert al aire libre	Pichincha	Nono	La Merced
3	Café, chocolate, lácteos, empanadas, humitas, platos a la carta	Nido del Quinde	Pichincha	Nono	Nono Centro
4	Caldo de gallina, choclo con queso, chocolate con empanadas, habas con mellocos.	Bar restaurante NONO	Pichincha	Nono	Nono Centro
5	Caldo de gallina, trucha, borrego asado.	La casa del borrego de José	Pichincha	Nono	Rundupamba
6	Caldos de gallina, Asados, Choclo con queso.	Caldos y asados Tañita	Pichincha	Nono	Rundupamba
7	Caldos de gallina, empanadas, lácteos.	Las delicias de la curva	Pichincha	Nono	Nono Centro
8	Caldos de gallina, especialidad con trucha, productos artesanales con cosechas del sector.	El bife	Pichincha	Nono	Nono Centro
9	Caldos de gallina, especialidad del chef, trucha	Q'inti Gourmet	Pichincha	Nono	Nono Centro
10	Caldos de gallina, trucha, borrego asado.	Rincón La penca	Pichincha	Nono	Nono Centro
11	Empanadas de diferentes tipos, lácteos.	La casa de la empanada	Pichincha	Nono	Nono Centro
12	Eventos buffet, gourmet.	Hacienda la Querencia	Pichincha	Nono	Nono Centro
13	Parrilla argentina, trucha, choclo con queso y habas.	Tierras del fuego	Pichincha	Nono	Nono Centro

14	Parrilladas, platos a la carta, trucha, choclos con habas y queso.	Hacienda La Merced	Pichincha	Nono	La Merced
15	Parrilladas, platos a la carta, trucha, pristiños con miel.	Hacienda San Martin	Pichincha	Nono	La Merced
16	Parrilladas, platos a la carta, trucha.	Estancia de la campiña	Pichincha	Nono	Nono Centro
17	Platos gourmet, lácteos.	Restaurante Quindiñan	Pichincha	Nono	Rundupamba
18	Trucha, asados, pristiños con miel, caldos de gallina.	Pesca deportiva Alambi	Pichincha	Nono	Alambi
19	Trucha, asados, pristiños con miel, caldos de gallina.	Santa teresita	Pichincha	Nono	Alambi
20	Trucha, caldos de gallina, pristiños con miel, bebidas tradicionales.	La casa de mi abuelo	Pichincha	Nono	Nono Centro
21	Trucha, choclos con queso, bebidas tradicionales.	Guagrapamba	Pichincha	Nono	Guagrapamb a
22	Trucha, yaguarlocro, choclo con queso y habas.	Alphasungana	Pichincha	Nono	Nono Centro

#### 4.4 Matriz de contenidos de entrevistas a expertos y habitantes.

Se realiza una matriz de contenidos a partir de las entrevistas realizadas en la parroquia de Nono, misma que permite desarrollar el análisis de contenidos.

**Cuadro No. 15.** Matriz de contenidos de entrevistas. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

<b>VARIABLES</b>	<b>Chef Diego Hermosa</b> Chef y dueño del restaurante el Bife.	<b>Sra. María Santos</b> Dueña del emprendimiento Pesca deportiva Eduardito.	<b>Sr. Fernando Mosquera</b> Dueño de la Olla, lugar de almacenamiento y abastecimiento de leche.	<b>Sr. José Cargua</b> Dueño de la hacienda La Merced
<b>Conocimientos de la gastronomía</b> <b>Apoyo de autoridades en el incremento del turismo gastronómico en el cantón.</b>	Llevo 20 años en la industria de la gastronomía, inicie como posillero dentro de un Hotel, después de un tiempo dando mis mejores esfuerzos obtuve mi primer asenso de posillero a ayudante de cocina y así hasta conseguir el puesto de jefe de cocina y así pase varios años desde ahí puedo decir que empieza mi gran experiencia en el ámbito gastronómico.	Nosotros somos de aquí, empezamos conociendo el lugar y viendo de donde podíamos sacar un beneficio, empezamos con tres piscinas y así logramos poner poco a poco un sitio turístico, todo lo que se producía se utilizaba aquí nada se llevaba fuera de la parroquia.	Mis inicios en esta industria comenzaron con el manejo del ganado, como antes no existían transportes para trasladar la leche utilizábamos a los animales lo cual tenía su ventajas y desventajas, la ventaja es que no se invertía en maquinaria costosa para esto, las desventajas es que el producto no tenía los cuidados adecuados para la transportación. Trabajamos en la industria de la leche lo cual es muy importante ya que es consumo de primera necesidad.	Los inicios de este proyecto, los inicios de mi formación en este ámbito han sido a base de estudios y capacitaciones constantes, lo cual me encantaría que la gente entienda y se capacite. Para tener conocimientos he tenido que viajar a Guayaquil para estudiar y conocer más este ámbito.
	La parroquia de Nono está en	Antes no había mucho turismo,	La gastronomía ha evolucionado	La parroquia de Nono en el

<p><b>Cómo se percibe la gastronomía y el turismo en la parroquia de Nono</b></p>	<p>franco desarrollo, fui un pionero en expendio de alimentos y servicios gastronómicos y lo que podemos encontrar el día de hoy más de 25 lugares dedicados al ámbito. Mi idea de negocio empezó en algo pequeño para servir al pueblo, con el pasar del tiempo creció y se convirtió en un lugar, no solo con un entorno gastronómico, sino que también tiene un entorno familiar donde las familias no solo vengan a comer, también pueden venir con sus familias sus niños y disfrutar del lugar.</p>	<p>pero ahora con la ayuda de publicidad con rótulos ha incrementado en un porcentaje pequeño también con la ayuda de Tc Televisión también logramos tener más publicidad del lugar y que varios turistas nos visiten.</p>	<p>un 50 a 70% hay muchas personas que ya empezaron a emprender en negocios dedicados a este ámbito, a la ganadería a la agricultura lo cual ayuda a que la parroquia siga creciendo ya que el campo es lo que da vida da fuentes de trabajo y fortalecer a la parroquia.</p>	<p>ámbito del turismo ha crecido en un 80% en comparación y años atrás que tenía un 20%, ha sido muy duro convencer a la gente a capacitarse con profesionales para mejorar la atención al cliente, para mejorar técnicas culinarias. Del barrio somos 20 y solo 5 están capacitados lo cual impide que la parroquia crezca.</p>
<p><b>El turismo gastronómico herramienta de promoción para fomentar la gastronomía local</b></p>	<p>Bueno, es un tema de servicio ya que a Nono se lo ha conocido más en la industria del agro, la industria de la leche, pero ahora queremos que lo conozcan con un tema gastronómico del turismo. Y con esto podemos dar a conocer la gastronomía local que tiene la parroquia.</p>	<p>Si, el turismo gastronómico ayudaría que la comida local sea conocida por muchos turistas, personas que disfrutan de la gastronomía identitaria de la zona.</p>	<p>Esto ayudaría mucho a que la parroquia no sea solo conocida por la producción de leche, sino también por su gastronomía sus atractivos turísticos y su cultura.</p>	<p>Mi emprendimiento es un sitio turístico gastronómico que se enfoca en trabajar con la comunidad, fomentar el turismo y capacitar a la sociedad. Abrir nuevas puertas, dar trabajo incentivar a la gente que estudie que se realicen como</p>

				profesionales para ofrecer servicios de calidad, donde los clientes vayan satisfechos sabiendo que hay personas que cuidan de ellos.
<b>Trayectoria, emprendimientos y como mantener negocios en una parroquia no tan conocida.</b>	Si, al principio fue muy difícil emprender en un lugar que no ha sido reconocido por al ámbito del turismo gastronómico. Fue muy duro, la gente no conocía, no venía, pero no decaímos continuamos con este negocio hasta que se dio a conocer, el boca a boca fue muy importante.	Nuestro proyecto tiene 19 años, es un negocio familiar lo cerramos un tiempo porque creció la corriente y se llevó todo lo que teníamos, trabajamos mucho para recuperar lo perdido y lo volvimos a abrir todo lo hemos realizado nosotros la publicidad y lograr que tengamos clientes. Si, ha sido muy difícil ya que a la parroquia no la conocían mucho recientemente empezó a llegar un poco más de gente gracias a la publicidad al inicio solo teníamos una pequeña cabaña pasando el tiempo realizamos un préstamo y	Ha sido muy difícil, pero lo hemos logrado a base de la confianza que a lo largo del tiempo ganamos con el cliente, la responsabilidad y la dedicación son las bases que he tenido para mantener en pie mi negocio, ahora tenemos gente que confía en nosotros, somos puntuales a la hora de entregar el producto. Y esto ha generado que mi negocio progrese.	Ha sido muy difícil por la ubicación de la parroquia y el pensamiento de la gente que no quiere crecer profesionalmente que no quieren capacitarse, les he puesto muchos ejemplos de que si un día vienen a inspeccionarnos y tenemos nuestros certificados de capacitaciones y estudios en orden todo va a estar bien y podremos dar un servicio y un producto de calidad.

		construimos más piscinas y un local más grande.		
<b>Recursos Turísticos, Gastronómicos, y Agrícolas.</b>	Varios productos que se pueden aprovechar de la parroquia, como se sabe Nono es conocido por la actividad agrónoma y agrícola podemos aprovechar todos esos productos y utilizarlos como representación del lugar.	Utilizamos lo que es un ojo de agua que está aquí en el terreno, utilizamos lo que es el agua del río, también tenemos un pequeño sendero con llegada al río donde pueden disfrutar de un baño. Todo es de aquí todo es natural nos gusta mucho trabajar en esto toda la familia se dedica a trabajar aquí.	Lo principal que utilizamos es la leche, lo cual hemos invertido en maquinaria para mejorar la calidad en higiene del procesamiento de leche. Al igual que utilizamos la tierra, lo cual nosotros utilizamos un abono 100% orgánico libre de químicos para la alimentación del ganado. Y así podemos mejorar la calidad de producción de leche.	Los recursos que tenemos son propios, se ha tenido que invertir en materiales de cocina en maquinaria y equipos de cocina para mejorar el servicio se ha mejorado cachas de fútbol todo lo hemos realizado con recursos económicos propios.
<b>La producción y comercialización de trucha</b>	La producción y comercialización de la trucha en la parroquia es importante ya que realza la importancia de este producto como tal, si bien es cierto muchos de los turistas que nos visitan piden la trucha como plato principal, y realizan la pesca deportiva.	La trucha es el producto principal que se vende en mi negocio, con las piscinas que tenemos realizamos la pesca deportiva, la gente viene más por la compra y el consumo de la trucha.	Al igual que la industria de la leche es muy conocida en la parroquia de Nono, la trucha a lo largo del tiempo se ha ido conociendo más, sus diferentes preparaciones, y por el costo es muchos turistas llegan a Nono por el consumo de trucha.	En la Merced tenemos como platos principales las preparaciones realizadas con truchas, sea al vapor, frita, a la parrilla o al horno acompañada de otros productos que se dan aquí en la parroquia como el maíz, habas, mellocos, etc. Lo que podemos y pensamos mejorar es el servicio para q



				los clientes regresen.
<b>Valor agregado de Cada negocio</b>	El tema gastronómico lo podemos encontrar en todos los lugares de expendio de alimentos que están aquí en la parroquia de Nono a mi negocio lo diferencia un tema muy importante que es el servicio, un valor agregado. Nos apersonamos con el cliente.	Que nosotros trabajamos en conjunto la gastronomía con el turismo, pueden disfrutar de la naturaleza, paseos por senderos y pasar en el río y después deleitarse con un buen plato de comida, en donde el cliente escoge la trucha que desea servirse y es más pescándolo el mismo.	Ofrecemos un producto natural higienizado, no tiene ninguna clase de químicos, nos dedicamos a mejorar el procesamiento de la leche en un 100%.	Mi negocio, mis proyectos se diferencia al resto en que quiere ser un proyecto grande, estoy sembrando a futuro para tener grandes cosechas quiero que mi gente esté preparada, capacitada constantemente .
<b>Mejorar en la parroquia de Nono para lograr un incremento de turistas</b>	Un problema que tenemos aquí es el problema de la vía, pero poco a poco las autoridades están solucionando este tema, tenemos un nuevo GAD parroquial que sabe las necesidades que necesita el pueblo para tener un mejor contacto con la gente de la ciudad.	Vienen muchos turistas a disfrutar del lugar, a servirse un plato de comida, pero siempre preguntan por un lugar donde hospedarse. Hace falta un hotel y publicidad para promocionar todo lo que Nono ofrece. Implementar lugares de hospedaje que ofrezca servicios de alimentación y vayan de la mano con sitios turísticos.	La creación de un producto que lleve el nombre de Nono, dejar de ser solo intermediarios y dedicarnos a realizar productos nuevos que lleven nuestra marca, realizar mercados donde se ofrezcan productos que se dan en la parroquia que la gente conozca todo lo que estas tierras dan.	Nono ya tiene un 80% de presencia ya es reconocida ya tiene una afluencia de gente, sus casitas bien arregladas las calles del pueblo bien adoquinadas, pero si me preocupa de la gente que no está dispuesta a prepararse para la atención al cliente. Hay gente especializada que quiere dar capacitación para atención al cliente, fomentar

				el turismo etc. Se les informa a los participantes que se van a realizar las capacitaciones y ellos no asisten, existe el interés de por medio, pero no hacen nada para asistir.
<b>Implementación de una ruta turística gastronómica</b>	Mi negocio, un negocio de cocina campestre que aporta al pueblo tenemos un espíritu de servicio y de aporte a la comunidad, que lo conozcan ya que nosotros somos de aquí, fomentar el amor a Nono el amor al tema.	A nosotros nos gusta trabajar en conjunto con la feria que realizan en la parroquia mostrar nuestros productos dar muestras de lo que hacemos, para tener más promoción de estos y que visiten nuestro sitio turístico y que se conozca.	Mi aporte serio ver que hace falta que se necesita, ver la forma de como incentivar al turismo resaltar lugares turísticos que están olvidados, hay aguas termales, complejos, restaurantes que falta explotar para que la gente llegue.	Aportando con personal especializado que tenga el conocimiento, y si no lo tienen enseñarles, llevarlos a capacitaciones para que aprendan. Mi lugar y mi persona estamos abiertos a trabajar conjuntamente para hacer esto posible.
<b>Ruta del colibrí en Mindo</b>	Mindo tiene un camino muy bueno, y más que nada tiene una vía para ir a muchos otros lugares. En comparación a la ubicación de Nono tiene sus ventajas y desventajas la ventaja es que se encuentra a pocos kilómetros de Quito y la desventaja el tema político es un poco complicado.	Sería una ayuda muy grande tener una ruta donde se ponga lugares en específico, donde el turista sepa dónde ir, que lugares puede visitar y que es lo que puede hacer en cada uno de ellos, con eso ayudaría a la publicidad y promoción de lugares que tal	La creación de esta ruta ayudaría bastante a la parroquia ya que tendremos gente que nos incentive a seguir adelante, que tengamos el apoyo del GAD y esta ruta se promocione ayudaría a que Nono crezca en un 100%	A base de estudios, de capacitaciones, como tratar con un cliente para ganar la fidelización de este, aprender a vender mi producto y ganar más clientela a base de boca a boca.

		vez no sean conocidos.		
--	--	------------------------	--	--

#### **4.5 Análisis de la matriz de contenido**

Después de haber realizado la entrevista en la Parroquia de Nono a los expertos y habitantes de la parroquia quienes fueron informantes claves dentro de la investigación, se pudo obtener información acerca de los lugares por donde se extiende la ruta turística gastronómica, se realizaron preguntas sobre sus conocimientos acerca de la gastronomía, el turismo y sobre proyectos que tengan relación con el turismo gastronómico. Las respuestas que se obtuvieron es que no se tienen proyectos referentes al turismo gastronómico como tal, también que la parroquia no recibe apoyo por parte del gobierno autónomo descentralizado, lo que genera que el lugar no tenga un buen marketing para poder explotar las riquezas tanto gastronómicas como turísticas.

La creación de una ruta turística gastronómica puede llegar a ser una herramienta de promoción, que permita la participación de actores principales que están en el ámbito gastronómico y turístico, sería una estrategia para atraer a turistas locales como extranjeros y así dinamizar el turismo. Una ruta gastronómica la definen expertos como un circuito, un camino, o un trayecto donde se resaltan los productos, la gastronomía y la cultura de cada localidad. En otras palabras, el Chef Diego Hermoso dueño del Bife restaurante, la definió como una extensión territorial donde se expone principalmente el patrimonio gastronómico de cada lugar desde su origen de elaboración hasta su degustación.

De igual manera pequeños y grandes productores formarían parte de la ruta, dando conocer sus productos y servicios para lograr una mayor demanda por parte de compradores, contribuyendo a la producción agrícola activa dentro de la zona.

Se realizaron preguntas a los entrevistados sobre los atractivos turísticos de la parroquia a lo cual su respuesta fue: sitios turísticos naturales por que la parroquia posee, cascadas, quebradas y ríos donde se han aprovechado para la creación de piscinas de truchas, donde se puede disfrutar de la pesca deportiva. Los atractivos gastronómicos y turísticos no han sido explotados de manera fructuosa en la parroquia, pero se podrían lograr un realce significativo con la ruta turística gastronómica de tal manera lograr aprovecharlos en su totalidad.

Entre los aspectos culturales, ambientales y sociales, el señor José imparte datos sobre estos aspectos, al igual que las decadencias que generan, el indica que la cultura de Nono todavía está presente en sus fiestas populares y celebraciones, en el aspecto ambiental se puede evidenciar sobre la riqueza en ganadería y agricultura que posee Nono y en el aspecto económico indica sobre la falta de experiencia en el ámbito de atención al cliente que le hace falta la parroquia para presentar un crecimiento económico, habla de sus proyectos y emprendimiento en el sector de La merced el cual está disponible para poder generar la investigación tanto de los aspectos con su aporte profesional y también para poder ser parte de la ruta turística gastronómica.

Otro aspecto de importancia es la agricultura y ganadería de la parroquia, que son las fuentes de economía y desarrollo, es así como lo expresa el Sr. Fernando Mosquera, también afirma que la producción de leche lleva varios años en el sector

y cada vez se ha ido perfeccionando técnicas y tecnología para mejorar la calidad del producto.

Los beneficios que tendría la parroquia con la creación de esta ruta gastronómica serían principalmente en la parte económica en la creación de fuentes de empleo, generaría un ingreso extra sin tener que abandonar las actividades propias del campo, y evitar tener una población flotante. Con esto se busca mejorar la calidad de vida de los pobladores. También habría una mayor salida del producto a más lugares y se crearía nuevas visiones para valorar los productos de esta zona.

Si de infraestructura se habla expertos consideran que no posee por el momento, por su viabilidad, falta de apoyo del Gad y del gobierno en general, pero se puede gestionar mediante la participación de la población. Finalmente, una estrategia para poder promocionar la gastronomía y el turismo en general sería aprovechar los recursos que la parroquia posee y no solo sobreexplotar un producto, utilizar la tecnología como herramienta para crear páginas web donde se dé a conocer lo que existe en la parroquia información, datos relevantes del lugar, fotografías, y las principales vías de acceso, esto con el fin de facilitar la llegada del turista.

#### **4.6 Estrategia para la creación de ruta gastronómica.**

Se plantean estrategias enfocadas en la mejora de comunicación, información, de lo que posee la parroquia y de tal manera aumente su desarrollo local, con ferias gastronómicas donde se promociona los exquisitos platos y productos de la zona, también se presenta el mapa de ubicación de la parroquia, junto con los posibles accesos a la misma, el diseño de la ruta presentado en un webinar, como medio informativo que ayuda a la promoción por medio virtual, creando también redes sociales a la ruta donde se detalla aspectos importantes de la parroquia y de la ruta

gastronómica de esta manera las estrategias empleadas son tomadas en cuenta de comentarios que se generaron en las entrevistas a expertos y habitantes de la parroquia.

### **Creación de una feria gastronómica**

La feria gastronómica es una fiesta, feria o festival gastronómicos en donde se exponen distintos alimentos y bebidas que se ofrecen en un lugar en específico, se expone además de técnicas culinarias, origen de productos, platos tradicionales y la gastronomía de la región.

### **Importancia de una feria gastronómica.**

La feria gastronómica es un punto de encuentro en donde la gastronomía, la empresa y el cliente intercambian opiniones sobre distintos productos, técnicas, tendencias y aspectos gastronómicos.

Para esto Gourmedia (2017) expone varios puntos y ventajas de la creación de una feria gastronómica:

- **Segregación del mercado:** Las ferias gastronómicas suelen atraer un tipo de población que va a estar interesada en un producto o tipo de negocio en específico.
- **Más tránsito de clientes:** las ferias gastronómicas, se caracterizan por ser un punto donde se realizan varios tipos de actividades, todos los negocios que participen en esta feria y terceros se beneficiaran por la cantidad de gente que llegara a degustar y a conocer lo que lo que se oferta lo que generara que más personas conozcan el negocio. Las ferias son un punto de encuentro entre diferentes marcas y tipos de actividades.

- **Plataforma de promoción:** la estrategia de promoción en la feria es muy importante, esto ayuda que el negocio que se está presentando llegue a más personas, dar a conocer el producto o servicio que se ofrece. Además, la distribución de volantes que den información del lugar, nombre, ubicación, que oferta y medios para contactarlos. Por otra parte, los medios de comunicación que asistan a la feria ayudaran a promocionar y dar referencias de los lugares.
- **Recoger información sobre la competencia:** al momento de estar cerca de la competencia, cada uno del stand puede observar y analizar los factores que diferencian a su negocio, que pueden mejorar y que falta por ofertar.
- **Crear una experiencia especial:** cada negocio puede crear una experiencia diferente, tomando en cuenta que la primera impresión es importante para los clientes, en esto se puede incluir el servicio, presentación de platos, preparaciones distintas y únicas que impresionen a los clientes. Con esto se logrará que los clientes encuentren algo atractivo y que no pueden encontrar en otro lugar.
- **Conocerás a tu cliente en persona:** Las ferias son la mejor opción para que se conozcan el cliente y el dueño del negocio, así el representante del lugar puede ofrecer una atención personalizada, dando a conocer sus mejores preparaciones. Los clientes pueden acercarse preguntar, probar y conocer del negocio.

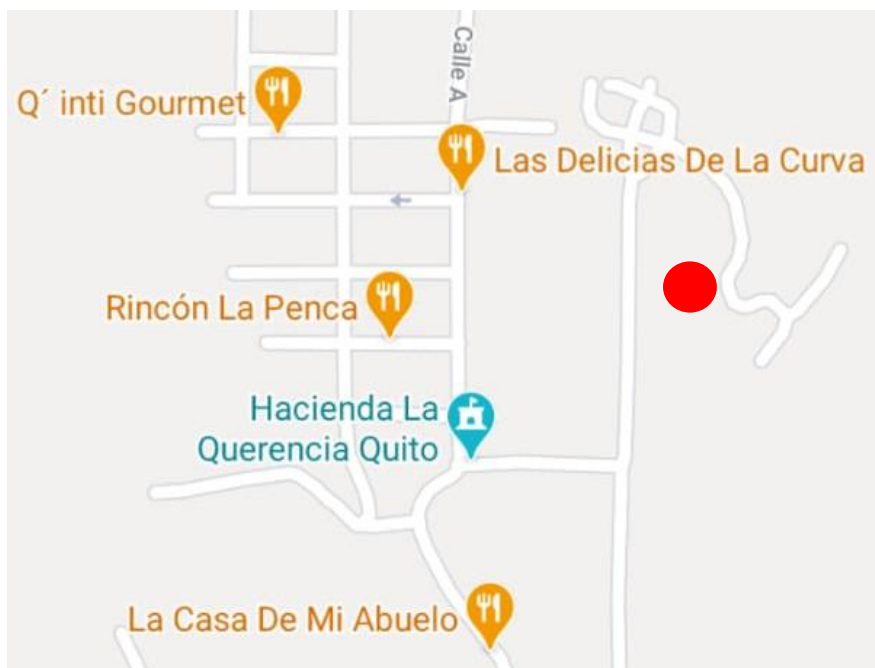
### **Diseño de una feria turística gastronómica en la parroquia de Nono:**

#### **Feria Gastronómica "Challwa"**

El diseño de una feria gastronómica en la parroquia de Nono es un evento que va a agrupar la cultura de una población mediante la presentación del servicio y la gastronomía que esta ofrece, con esto se logrará la restauración del valor culinario y también del sector turístico. Al diseñar esta feria, los turistas y público en general podrán disfrutar de la gastronomía local, servicios que ofertan, de su cultura y atractivos turístico que tiene la parroquia y la parroquia lograra reconocimiento de sus atractivos.

### Ubicación de la feria

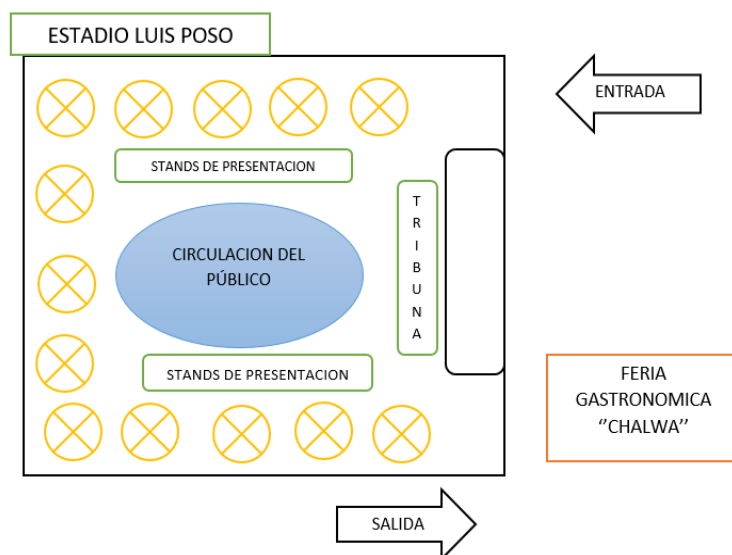
La feria estará ubicada en el coliseo del estadio Luis Poso, a cuatro cuadras de la hacienda la Querencia Quito.



**Imagen No. 24.**Ubicación del estadio "Luis Poso" Fuente: Google Maps, 2020.

● Estadio Luis Poso





**Imagen No. 25.** Ubicación de los Stands de Presentación " Fuente: K. Aldas & M. Carvajal, 2020.

**Beneficiarios indirectos:**

Todos los pobladores que formen parte de la parroquia de Nono, emprendimientos cercanos del Estadio Luis Poso.

Las unidades de transporte tendrán más afluencia de gente sus ingresos aumentarán.

Los agricultores y productores al ser proveedores de los restaurantes e incluso dueños de emprendimientos pequeños podrán realizar negocios con personas interesadas.

**Descripción de los cargos a realizar en la feria gastronómica " CHALLWA" en la parroquia de Nono**

Con el fin de establecer funciones y cargos que van a realizar las personas que intervengan en la realización de la feria gastronómica "Chalwa" se ha desarrollado una descripción de las funciones que aseguren una planificación correcta del

evento, cabe recalcar que esto permite determinar responsabilidades y cargos a cumplir por cada puesto de trabajo.

### **Administrador General**

Controlar dirigir y planificar todas las actividades a realizarse en la feria mediante el cumplimiento de la normativa y políticas que controlan el correcto funcionamiento de esta.

### **Seguridad**

Cuidar por la seguridad e integridad de cada uno de los participantes y público antes, durante y después del evento.

### **Limpieza y mantenimiento**

Cuidar y preservar todos los bienes e inmuebles de la feria, tomando en cuenta el inventario que se va a realizar al inicio del evento de cada uno de los equipos y materiales que tenga cada stand. También se mantendrá un constante servicio de limpieza que asegure que cada área este limpia y en orden. Este equipo además se encargará del montaje y desmontaje del área, de los stands y tarima.

### **Asistentes de Stands:**

Ellos estarán encargados de apoyar al personal que estén en los stands en inconvenientes o necesidades que se presenten y a la administración en general.

### **Expositores y presentadores de los platos:**

Se llevará un cronograma de actividades donde este especificado el orden de presentación de cada stand, podrán explicar su receta, sus productos, sus técnicas, sus conocimientos.

Para la realización de la feria gastronómica se debe buscar apoyo del GAD parroquial y del ministerio de gobierno para esto se necesitan los siguientes requisitos: Revisar Anexo 3.

#### **4.7 Mapa de ubicación de NONO.**

La parroquia San Miguel de Nono se encuentra ubicada al noroccidente del distrito metropolitano de Quito, aproximadamente a 35 minutos, cuenta con varias alternativas de ingreso a la parroquia, desde Cotocollao, Calacali y Nanegalito.

#### **Límites de la parroquia de Nono.**

**Norte:** Parroquia de Calacali y Nanegal.

**Sur:** Parroquia de Lloa y Mindo.

**Este:** Parroquia de Cotocollao.

**Oeste:** Parroquias de Nanegalito y Mindo.



**Imagen No. 26.** Accesos a la Parroquia de NONO. Fuente: K. Aldas & M. Carvajal, 2020.

- El primer acceso a la parroquia de Nono es por Cotocollao, dirigiéndose por la Av. Occidental ingresando por San José Obrero y tomando la vía a Nono, a la altura del Barrio Rundupamba empezara la aventura de la ruta turística gastronómica, con un tiempo aproximado de 35 a 45 minutos.
  
- Calacali es el segundo ingreso a la parroquia de Nono, atravesando el Turismo Yunguilla, y una de las principales industrias de productos orgánicos “Terasana”, para finalmente llegar a la Hacienda La Merced donde empieza la travesía de este hermoso lugar.
  
- Nanegalito es el tercer acceso a la parroquia de Nono, pasando por Tandayapa, Alambi, Guagrapamba, lugares que son la travesía para llegar a la parroquia de Nono, con un tiempo aproximado de 1 hora y 15 minutos.

#### 4.8 Ruta Turística Gastronómica (RUTA DE LA CHALLWA)

<p>1. Caldos y asados “TAÑITA”</p>	
<p>2. Primera cascada de la Eco ruta.</p>	
<p>3. Iglesia de la parroquia de Nono.</p>	
<p>4. Museo “Cowboy de los Andes”</p>	
<p>5. El Bife restaurante</p>	
<p>6. Pesca deportiva “Eduardito”</p>	
<p>7. Virgen del camino</p>	
<p>8. Truchas “La sierra”</p>	
<p>9. Restaurante “Santa Teresita” y Piedra del Diablo.</p>	
<p>10. Estancia de la Campiña.</p>	

#### 4.9 Diseño del circuito de la Ruta gastronómica.

La ruta se encuentra enfocada al turismo y gastronomía de la parroquia de Nono, donde las principales actividades están concentradas en la pesca deportiva y la degustación de la trucha, complementada con varias actividades representativas del sector como senderismo, visita a museo, observación de flora y fauna, entre otras. Por este motivo fue nombrada “RUTA DE LA CHALLWA”. Se le denominó “Challwa”, palabra en quechua que traducida al español significa pescado o pesca.

PARADA	HORARIO	UBICACIÓN	LUGAR DE VISITA	DE ACTIVIDAD	TIEMPO
N° 1	7:00 am	Parque de Cotocollao	-	Encuentro para inicio de la Ruta	-
N° 2	8:00 am	Barrio Rundupamba	Caldos asados “TAÑITA” y “LA OLLA”	y Degustación de leche y queso.	1 hora
N° 3	9:00 am	Barrio Rundupamba	Primera Cascada De La Ecoruta FIRST WATERFALL	Historias del lugar. Caminata Fotografías Senderismo Observación de flora y fauna.	1 hora
N° 4	10:00 am	Centro de la Parroquia	Iglesia de la parroquia de “NONO”	Historia de la parroquia. Recorrido por las instalaciones.	30 min
N° 5	10:30 am	Centro de la Parroquia	Museo “COWBOY DE LOS ANDES”	Breve reseña del lugar. Recorrido y explicación de sus instalaciones y utensilios gastronómicos.	1 hora
N° 6	11:30 am	Centro de la Parroquia	“EL BIFE” restaurante	Degustación de especialidad del lugar con de trucha. Compra opcional de	1 hora

				dulces caseros, lácteos. Ingreso a la Ruta del Quinde.	
<b>12:30 pm salida al barrio Guagrapamba.</b>					
<b>N° 7</b>	12:50 pm llegada	Barrio Guagrapamba	Pesca deportiva "EDUARDITO"	Almuerzo. Pesca deportiva.	1 hora y media.
<b>N° 8</b>	13:40 pm	Barrio Alambi	Virgen del Camino	Historia de su aparición. Fotografías. Observación de flora y fauna.	20 min
<b>N° 9</b>	14:00 pm	Barrio La Sierra	Truchas "La Sierra"	Degustación de la especialidad del lugar con trucha. Pesca deportiva. Pausa activa.	1 hora
<b>N° 10</b>	15:00 pm	Barrio Guarumos	Pesca "la piedra del diablo" y Restaurante "Santa Teresita"	Caminata. Escalada deportiva. Pesca deportiva. Preparación y degustación de trucha.	1 hora
<b>16:00 retorno al Centro de la Parroquia en dirección a la Estancia de la Campiña.</b>					
<b>N° 11</b>	16:40 pm llegada	Centro de la parroquia	Estancia de la campiña.	Alimentación final. (empanadas con rellenos de frutas, zapallo, sambo o a elección con chocolate caliente) <b>Descanso para turistas que se quedan en la parroquia.</b>	1 hora
<b>18:00 pm Retorno a la ciudad de Quito, con turistas que no se quedan a descansar en la Estancia de la Campiña.</b>					
<b>19:00 pm Llegada a la ciudad de Quito. (Fin de la Ruta)</b>					
<b>Tiempo total del recorrido</b>			12 HORAS	7:00 am – 19:00 pm	

### Actividades complementarias.

<b>Actividad</b>	<b>Explicación.</b>
<b>Feria Gastronómica</b>	La feria se realizará una vez al mes, incluido en el cronograma de la ruta de la Challwa, con el fin de complementar información y conocimientos sobre la Parroquia de Nono.
<b>Concurso por degustación</b>	<p>Las degustaciones son parte de la visita a los lugares gastronómicos de la ruta de la Challwa, esta actividad es diferenciada por ser un concurso en el cual los turistas al finalizar el día darán su punto de vista de cuál fue la mejor degustación, al igual que la feria se realizará una vez al mes.</p> <p>Las preparaciones con el producto principal de la trucha, que van a estar a disposición de los turistas se presentan en el Anexo 4 del presente trabajo de titulación.</p>



#### **4.10 Diseño de afiche de la ruta de la Chalwa y páginas web.**

Para la promoción y marketing de la ruta de la “ Chalwa” se ha creado un afiche donde se detalla toda la ruta y cada punto que se va a visitar.

Además, se creó sus respectivas sociales Facebook e Instagram, también se creó el acceso directo mediante el código QR para el acceso directo a las redes sociales de la ruta.

**Facebook:** <https://www.facebook.com/Ruta-de-la-Chalwa>

**Instagram:** @rutadelachalwa

**Código QR.:**



## Afiche ruta de la “Challwa”



Imagen No. 27. Afiche de la parroquia de NONO. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

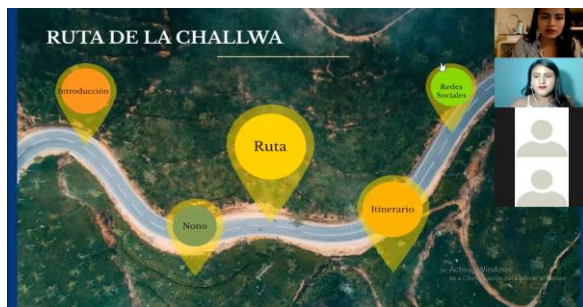
### 4.11 Conclusiones del Webinar “Ruta de la Challwa”

El webinar se llevó a cabo el sábado 27 de junio del 2020 a las 18:00, con el tema Rutas turísticas gastronómicas, “RUTA DE LA CHALLWA” ubicada en la parroquia de Nono con una acogida de alrededor de 100 invitados entre los cuales contábamos con chefs, estudiantes y autoridades de institutos y universidades nacionales e internacionales en la plataforma zoom, misma que se promociono mediante redes sociales.

En el webinar se trató varios temas relacionados con el tema de investigación, como conceptos puntuales de que son rutas gastronómicas y turísticas, tipos y clasificación de las rutas, fundamentado en escritores, para dar una veracidad a los temas tratados, complementando con el diseño y creación de la ruta de la Challwa,

la cual es el tema de investigación del presente trabajo de titulación, en esta parte se dio a conocer donde está ubicada la parroquia de Nono, su cultura, su turismo y su gastronomía, cual es el objetivo y de qué manera se quiere lograr que la ruta sea una realidad en el sector, se expuso cada una de las actividades a realizar mediante un itinerario.

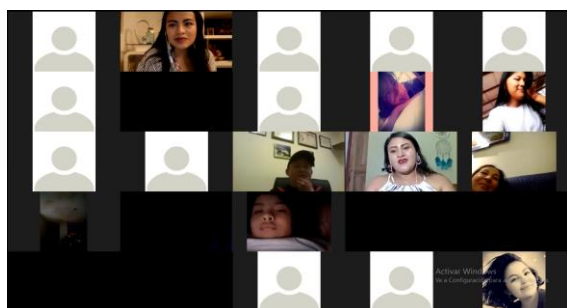
Se desarrollo como estrategia esta modalidad para lograr promoción de la ruta de la “Chalwa” y un enfoque más real de la importancia del turismo gastronómico como eje en el desarrollo turístico de la parroquia. Con la información impartida se obtuvo como resultado preguntas, comentarios y diferentes puntos de vista sobre el tema, las cuales se respondieron en base a temas previamente investigados, de igual manera se consiguió comentarios positivos y felicitaciones acerca del trabajo de investigación y de la creación de la ruta por parte de los invitados.



**Imagen No. 28.** Webinar 1. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.



**Imagen No. 29.** Webinar 2. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.



**Imagen No. 30.** Webinar 3. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.



**Imagen No. 31.** Webinar 4. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones.

- En los estudios realizados sobre aspectos ambientales, se concluye que Nono tiene un clima variado con zonas frías y fértiles, que son aprovechadas para la agricultura y ganadería, al igual que la utilización de recursos naturales como los ríos que son utilizados para la producción de trucha y atractivos turísticos. Por lo tanto, se identificó que existe mayor productividad.
- Se puede concluir que, con la creación de la ruta turística gastronómica, se beneficiará no solo a los lugares que forman parte de la ruta sino también a pequeños emprendedores que se encuentran en la parroquia, promoviendo el desarrollo local del sector y la valorización de la gastronomía de esta manera permitirá que el turista visite más a menudo el sector y aumente la productividad.
- A través del presente estudio se concluye que el producto principal en Nono es la trucha, la cual se encuentra en todos los establecimientos que forman parte de la ruta, es por eso por lo que toma el nombre de la ruta de la “Challwa” representando a la producción y comercialización de este producto.
- Se deduce que uno de los resultados de las entrevistas, muestra la falta de publicidad y promoción de la parroquia de Nono, por lo cual se propone un afiche informativo del sector y la ruta turística gastronómica, con el fin de promocionar lugares y mejorar el desarrollo económico de Nono.

- Se concluye que con la realización de una feria gastronómica se da a conocer la parroquia los pequeños y grandes emprendimientos del lugar su gastronomía, productos, costumbres, y cultura. También permite que la parroquia obtenga un incremento de turistas, mejorando la economía del lugar. A parte de la realización de un webinar gastronómico que permitió dar a conocer la importancia de la creación de una ruta turística gastronómica en Nono, sus ventajas y como se implementa estrategias de marketing y promoción de esta.

### **Recomendaciones**

- Se recomienda a los prestadores de servicios turísticos y gastronómicos, capacitarse y actualizarse en las innovaciones, brindar un servicio de calidad para que los establecimientos tengan el reconocimiento de los clientes y a la vez sus ingresos aumenten mejorando su economía.
- La alianza con entidades gubernamentales es recomendable para la ejecución de la ruta turística gastronómica, con el fin de potencializar los recursos turísticos y productos gastronómicos, en beneficio de la población.
- Es recomendable que el GAD de la parroquia de Nono promueva el desarrollo de actividades gastronómicas y turísticas, logrando así el fortalecimiento de la actividad económica y productiva del sector, lo cual beneficiara a pequeños productores y dueños de establecimientos.
- Se recomienda la renovación de señalética y publicidad de la parroquia, con el fin de identificar los atractivos turísticos y gastronómicos, favoreciendo a los turistas nacionales y extranjeros.
- Se recomienda potencializar el uso de redes sociales, proyectos de marketing y económicos, que sirvan como un complemento para promover la

ruta turística gastronómica, de esta manera se logre mayor desarrollo local en la parroquia de Nono.

## **ANEXOS.**

### **Anexo No. 1. Guía de la entrevista.**

#### **Entrevista aspecto Gastronómico**

Guía de entrevista sobre la creación de una ruta turística en la parroquia de Nono  
- Distrito metropolitano de Quito.

Fecha: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_

Entrevistadores: Katherine Aldas, Karen Carvajal

Entrevistado: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Género: \_\_\_\_\_ Representante de: \_\_\_\_\_

#### **Introducción:**

La entrevista va dirigida a los representantes y dueños de los restaurantes, lugares turísticos, los cuales nos darán información sobre opiniones, experiencias, anécdotas y puntos de vista sobre la creación de una ruta turística para potencializar la gastronomía de la parroquia de Nono.

#### **Características de la entrevista:**

La entrevista es totalmente confidencial, usada para fines académicos, no tiene un tiempo determinado, el tiempo se dará según lo acordado entre el entrevistado y el entrevistador, toda la información impartida queda en libre de expresión.

#### **Preguntas:**

1. Buenos días, gracias por ayudarnos con la entrevista quisiéramos saber ¿Cómo fueron sus inicios en la gastronomía? (turismo) ¿podría contarnos al respecto?
2. ¿Cuéntenos cómo percibe usted la gastronomía en la parroquia de Nono?
3. ¿Puede comentarnos sobre su emprendimiento?
4. ¿Podría comentarnos experiencias en su trayectoria? ¿Cómo ha sido el emprender en una parroquia no tan conocida? ¿Cómo ha logrado mantener su negocio?
5. Desde su experiencia, ¿Qué productos gastronómicos propios del lugar ha utilizado? Y ¿Qué le incentiva a utilizarlos en su negocio?
6. ¿Qué le diferencia a su negocio de los demás de la parroquia?
7. ¿Qué es para usted lo más importante que se necesita mejorar en la parroquia de Nono para lograr un aumento de turistas?
8. ¿Cuál es su punto de vista ante la creación de una ruta turística gastronómica en la parroquia?
9. ¿Cómo y cuál sería su aporte en la ruta turística gastronómica, si usted fuera parte de esta?
10. Y para finalizar ¿Cómo considera que se puede implementar una ruta turística gastronómica en la parroquia, en comparación a la ruta del colibrí en Mindo?

### **Entrevista aspecto Turístico**

Guía de entrevista sobre la creación de una ruta turística en la parroquia de Nono  
- Distrito metropolitano de Quito.

Fecha: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_

Entrevistadores: Katherine Aldas, Karen Carvajal

Entrevistado: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Género: \_\_\_\_\_ Representante de: \_\_\_\_\_

### **Introducción:**

La entrevista va dirigida a los representantes y dueños de los restaurantes, lugares turísticos, los cuales nos darán información sobre opiniones, experiencias, anécdotas y puntos de vista sobre la creación de una ruta turística para potencializar la gastronomía de la parroquia de Nono.

### **Características de la entrevista:**

La entrevista es totalmente confidencial, usada para fines académicos, no tiene un tiempo determinado, el tiempo se dará según lo acordado entre el entrevistado y el entrevistador, toda la información impartida queda en libre de expresión.

### **Preguntas:**

1. Buenos días, gracias por ayudarnos con la entrevista quisiéramos saber  
¿Cómo fueron sus inicios en el turismo? ¿podría contarnos al respecto?
2. ¿Cuéntenos cómo percibe usted el turismo en la parroquia de Nono?
3. ¿Puede comentarnos sobre su emprendimiento?



4. ¿Podría comentarnos experiencias en su trayectoria? ¿Cómo ha sido el emprender en una parroquia no tan conocida? ¿Cómo ha logrado mantener su negocio?
5. Desde su experiencia, ¿Qué recursos turísticos propios del lugar ha utilizado? Y ¿Qué le incentiva a emplear estos recursos en su negocio?
6. ¿Qué le diferencia a su negocio de los demás de la parroquia?
7. ¿Qué es para usted lo más importante que se necesita mejorar en la parroquia de Nono para lograr un aumento de turistas?
8. ¿Cuál es su punto de vista ante la creación de una ruta turística gastronómica en la parroquia?
9. ¿Cómo y cuál sería su aporte en la ruta turística gastronómica, si usted fuera parte de esta?
10. ¿Cómo considera que se puede implementar una ruta turística gastronómica en la parroquia, en comparación a la ruta del colibrí en Mindo?

**Anexo No. 2.** Fotografías de las entrevistas.



**Imagen No. 32.** Entrevista CHEF DIEGO HERMOSA. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.



**Imagen No. 33.** Entrevista Sr. José Cargua. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.



**Imagen No. 34.** Entrevista Sra. María Santo. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.



**Imagen No. 35.** Entrevista Sr. Fernando Mosquera. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

**Anexo No. 3.** Requisitos para realizar una feria gastronómica en la parroquia de Nono.

***DIRECCIÓN DE CONTROL Y ORDEN PÚBLICO INTENDENCIAS GENERALES DE POLICÍA***

***SOLICITUD PARA OBTENER***

Requisitos para la autorización de espectáculos públicos

La siguiente solicitud debe ser impresa, firmada y presentada en la Intendencia

General de Policía de la Provincia correspondiente del evento a realizarse.

**Requisitos para la realización de Espectáculos Públicos**

- Solicitud dirigida al Intendente General de Policía o a la comisaría o al comisario nacional.
- Cédula de ciudadanía.
- Contratos artísticos, arrendamiento del local, de ser aplicable.
- Contrato de impresión de boletos, cuando sea aplicable.
- Plan de contingencia elaborado por la empresa de la seguridad privada y aprobado por autoridad administrativa competente de ser aplicable.
- Pago en el municipio por el sello de boletos.
- Autorización del cuerpo de bomberos.
- Permiso de uso de suelo.
- Autorización de Secretaría de Gestión de Riesgos.
- Pago de a sociedades de gestión colectiva cuando sea aplicable.

**DIRECCIÓN DE CONTROL Y ORDEN PÚBLICO**

**SOLICITUD PARA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS**

**Intendencia General de Policía de la Provincia** \_\_\_\_\_

Señor

Intendente

Ministerio del Interior

Presente. -

De mi consideración

Yo, \_\_\_\_\_ RUC: \_\_\_\_\_

(Representante Legal)

RAZÓN

SOCIAL:

\_\_\_\_\_

ACTIVIDAD: -

\_\_\_\_\_

Número de Contacto: \_\_\_\_\_ Correo electrónico:

\_\_\_\_\_

**Por el presente solicito a usted AUTORIZACIÓN para la Realización del Espectáculo denominado:**

---

**FICHA TÉCNICA:**

Lugar:	Fecha:
Parroquia:	Hora:
Ciudad:	Duración:
Dirección:	Aforo de personas:


Atentamente

**FIRMA REPRESENTANTE LEGAL**

Lugar y Fecha de la solicitud.

Documentos anexos: \_\_\_\_\_

**Anexo No. 4.** Ficha de inventario preparaciones y productos. (Degustación).

FICHA DE INVENTARIO PREPARACIONES Y PRODUCTOS.									
Datos Generales									
Nombre del Producto:		TRUCHA FRESCA							
Provincia:	Pichincha	Código ficha:	1	Fecha:	15/05/2010				
		Cantón:	Quito	Parroquia:	San Miguel de Nono				
1. Descripción del plato.									
1.1 factores sociales y culturales (Valorización Social y Cultural)									
1.1.1 Denominación					1.1.2 Variación de Denominación				
1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural		1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad	
Degustación		Plenamente reconocido		Familiares antepasados		Naturales		Regular	
Sopa		Reconocido minoritariamente por la comunidad		Social/vecinal		Procesado o en conserva			
Plato fuerte				Nacional		Originarios del lugar		Temporal	
Postre		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De países vecinos		De otros lugares del país		Especial	
Bebida									
Producto		En peligro de desaparición				Importado de otros países			
1.2 Factores de elaboración y nutrición					2. Recetario.				
Nivel de dificultad de elaboración.					Ingredientes principales.				
Regular		Medio		TRUCHA					
Bajo		Alto							
Tiempo de elaboración en minutos:									
FOTO:									
 <p>Imagen N°__ Nono Fuente: K. Aldas &amp; M. Carvajal</p>				3. Difusión.					
				3.1 Alcance		3.2 Vías de difusión		3.3 Formas de transmisión	
				Mercado libre		Mercado turístico		Familiar/boca a boca	
				Mercado nacional		Prensa local y nacional		Educación	
Mercado regional		Boca a boca		Mediante libros					
Mercado internacional		Festival o festividad		Tv y radio					
4. Comercialización				5. Fuente de información		6. Observaciones			
4.1 Alcance		4.2 Vías de comercialización				PROPIA		PRODUCTO POTENCIAL DE LA PARROQUIA.	
Mercado local		Restauración de la zona							
Mercado nacional		Puestos de comida y carretas pequeñas							
Mercado regional		Mercado local							
Mercado internacional		Festival o festividades							

**Imagen No. 36.** Ficha trucha, producto. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.


FICHA DE INVENTARIO PREPARACIONES Y PRODUCTOS.									
Datos Generales									
Nombre del Producto:		TRUCHA FRITA							
Provincia:	Pichincha	Código ficha:	2	Fecha:	15/05/2020				
		Cantón:	Quito	Parroquia:	San Miguel de Nono				
2. Descripción del plato.									
1.1 factores sociales y culturales (Valorización Social y Cultural)									
1.1.1 Denominación					1.1.2 Variación de Denominación				
1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural		1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad	
Degustación		Plenamente reconocido		Familiares antepasados		Naturales		Regular	
Sopa		Reconocido minoritariamente por la comunidad		Social/vecinal		Procesado o en conserva		Temporal	
Plato fuerte			Nacional		Originarios del lugar				
Postre		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De países vecinos		De otros lugares del país		Especial	
Bebida			Importado de otros países						
Producto		En peligro de desaparición							
1.2 Factores de elaboración y nutrición					2. Recetario.				
Nivel de dificultad de elaboración.					Ingredientes principales.				
Regular		Medio		Trucha, aliños, papas fritas, ensalada fresca.					
Bajo		Alto							
Tiempo de elaboración en minutos:		45 a 60 min							
FOTO:									
				7. Difusión.					
				3.1 Alcance		3.2 Vías de difusión		3.3 Formas de transmisión	
Mercado libre		Mercado turístico		Familiar/boca a boca					
Mercado nacional		Prensa local y nacional		Educación					
Mercado regional		Boca a boca		Mediante libros					
Mercado internacional		Festival o festividad		Tv y radio					
8. Comercialización				9. Fuente de información		10. Observaciones			
4.1 Alcance		4.2 Vías de comercialización				PROPIA		NINGUNA	
Mercado local		Restauración de la zona							
Mercado nacional		Puestos de comida y carretas pequeñas							
Mercado regional		Mercado local							
Mercado internacional		Festival o festividades							

Imagen No. 37. Ficha trucha frita, degustación. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.




FICHA DE INVENTARIO PREPARACIONES Y PRODUCTOS.									
Datos Generales									
Nombre del Producto:		TRUCHA AL AJILLO							
Provincia:	Pichincha	Código ficha:	3	Fecha:	15/05/2020				
		Cantón:	Quito	Parroquia:	San Miguel de Nono				
3. Descripción del plato.									
1.1 factores sociales y culturales (Valorización Social y Cultural)									
1.1.1 Denominación					1.1.2 Variación de Denominación				
1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural		1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad	
Degustación		Plenamente reconocido		Familiares antepasados		Naturales		Regular	
Sopa		Reconocido minoritariamente por la comunidad		Social/vecinal		Procesado o en conserva		Temporal	
Plato fuerte			Nacional		Originarios del lugar				
Postre		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De países vecinos		De otros lugares del país		Especial	
Bebida			Importado de otros países						
Producto		En peligro de desaparición							
1.2 Factores de elaboración y nutrición					2. Recetario.				
Nivel de dificultad de elaboración.					Ingredientes principales.				
Regular		Medio		Trucha, ajo, limón, mantequilla, perejil.					
Bajo		Alto							
Tiempo de elaboración en minutos:		45 a 60 min							
FOTO:									
 <p>Imagen N°__ Nono Fuente: Recetas.com</p>				11. Difusión.					
				3.1 Alcance		3.2 Vías de difusión		3.3 Formas de transmisión	
				Mercado libre		Mercado turístico		Familiar/boca a boca	
				Mercado nacional		Prensa local y nacional		Educación	
				Mercado regional		Boca a boca		Mediante libros	
Mercado internacional		Festival o festividad		Tv y radio					
12. Comercialización				13. Fuente de información		14. Observaciones			
4.1 Alcance		4.2 Vías de comercialización		PROPIA		NINGUNA			
Mercado local		Restauración de la zona							
Mercado nacional		Puestos de comida y carretas pequeñas							
Mercado regional		Mercado local							
Mercado internacional		Festival o festividades							

Imagen No. 38. Ficha trucha al ajillo, degustación. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.


FICHA DE INVENTARIO PREPARACIONES Y PRODUCTOS.													
Datos Generales													
Nombre del Producto:		TRUCHA GRILLADA											
Provincia:	Pichincha	Código ficha:	4	Fecha:	15/05/2020								
		Cantón:	Quito	Parroquia:	San Miguel de Nono								
4. Descripción del plato.													
1.1 factores sociales y culturales (Valorización Social y Cultural)													
1.1.1 Denominación					1.1.2 Variación de Denominación								
1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural		1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad					
Degustación		Plenamente reconocido		Familiares antepasados		Naturales		Regular					
Sopa		Reconocido minoritariamente por la comunidad		Social/vecinal		Procesado o en conserva		Temporal					
Plato fuerte			Nacional		Originarios del lugar								
Postre		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De países vecinos		De otros lugares del país		Especial					
Bebida			De países vecinos										
Producto		En peligro de desaparición				Importado de otros países							
1.2 Factores de elaboración y nutrición					2. Recetario.								
Nivel de dificultad de elaboración.					Ingredientes principales.								
Regular		Medio		Mega trucho grillada con aderezo especial, acompañada de papas salteadas y ensalada fresca.									
Bajo		Alto											
Tiempo de elaboración en minutos:		45 a 60 min											
FOTO:					15. Difusión.								
 <p>Imagen N°__ Nono Fuente: Restaurante "EL BIFE"</p>					3.1 Alcance		3.2 Vías de difusión		3.3 Formas de transmisión				
					Mercado libre			Mercado turístico			Familiar/boca a boca		
					Mercado nacional			Prensa local y nacional			Educación		
					Mercado regional			Boca a boca			Mediante libros		
					Mercado internacional			Festival o festividad			Tv y radio		
16. Comercialización					17. Fuente de información		18. Observaciones						
4.1 Alcance		4.2 Vías de comercialización			EL BIFE		NINGUNA						
Mercado local			Restauración de la zona										
Mercado nacional			Puestos de comida y carretas pequeñas										
Mercado regional			Mercado local										
Mercado internacional			Festival o festividades										

Imagen No. 39. Ficha trucha grillada, degustación. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.


FICHA DE INVENTARIO PREPARACIONES Y PRODUCTOS.										
Datos Generales										
Nombre del Producto:		CEVICHE DE TRUCHA								
Provincia:	Pichincha	Código ficha:	5	Fecha:	15/05/2020					
		Cantón:	Quito	Parroquia:	San Miguel de Nono					
5. Descripción del plato.										
1.1 factores sociales y culturales (Valorización Social y Cultural)										
1.1.1 Denominación					1.1.2 Variación de Denominación					
1.1.3 Categoría		1.1.4 Reconocimiento cultural		1.1.5 Procedencia de la receta		1.1.6 Tipo y procedencia de los ingredientes		1.1.7 Temporalidad		
Degustación		Plenamente reconocido		Familiares antepasados		Naturales		Regular		
Sopa		Reconocido minoritariamente por la comunidad		Social/vecinal		Procesado o en conserva		Temporal		
Plato fuerte			Nacional		Originarios del lugar					
Postre		Reconocido mayoritariamente por la comunidad		De países vecinos		De otros lugares del país		Especial		
Bebida			De países vecinos							
Producto		En peligro de desaparición				Importado de otros países				
1.2 Factores de elaboración y nutrición					2. Recetario.					
Nivel de dificultad de elaboración.				Ingredientes principales.						
Regular		Medio		Trucha, cebolla, tomate, limón, culantro.						
Bajo		Alto								
Tiempo de elaboración en minutos:		45 a 60 min								
FOTO:										
				19. Difusión.						
Imagen N° __ Nono Fuente: Mi ceviche de hoy.				3.1 Alcance		3.2 Vías de difusión		3.3 Formas de transmisión		
				Mercado libre		Mercado turístico		Familiar/boca a boca		
				Mercado nacional		Prensa local y nacional		Educación		
				Mercado regional		Boca a boca		Mediante libros		
				Mercado internacional		Festival o festividad		Tv y radio		
20. Comercialización				21. Fuente de información			22. Observaciones			
4.1 Alcance		4.2 Vías de comercialización			PROPIA			NINGUNA		
Mercado local			Restauración de la zona							
Mercado nacional			Puestos de comida y carretas pequeñas							
Mercado regional			Mercado local							
Mercado internacional			Festival o festividades							

Imagen No. 40. Ficha ceviche de trucha, degustación. Fuente: Aldas & Carvajal, 2020.

## **Glosario de términos.**

**Turismo:** Actividad recreativa que consiste en viajar o recorrer un país o lugar por placer. Léxico (2020)

**Turismo Gastronómico:** es una forma muy particular de hacer turismo, donde la gastronomía del país visitado es el hecho fundamental que guía la visita. Vix (2008)

**Gastronomía:** La gastronomía se compone de un conjunto de conocimientos y prácticas relacionadas con el arte culinario, las recetas, los ingredientes, las técnicas y los métodos, así como su evolución histórica y sus significaciones culturales. Significados (2018)

**Culinaria:** El arte culinario, también llamado la culinaria, es una manera muy imaginativa y original de preparar varios alimentos, es el arte de preparar y cocinar expresando las ideas artísticas y plasmándolas a través de los alimentos o medios relacionados con la alimentación, variando según la cultura en la que se encuentre el artista, su forma de prepararlos, así como de los rituales sociales establecidos alrededor de la comida. Inter (2017)

**Tradicición:** Las tradiciones son costumbres, ritos, usos sociales, ideas, valores, normas de conducta, históricamente formados y que se transmiten de generación a generación; elementos del legado sociocultural que durante largo tiempo se mantienen en la sociedad o en distintos grupos sociales. Reyes (2012)

**Cultura:** la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura. Pérez (2008)

**Técnicas culinarias:** son aquellas técnicas básicas que utilizamos para cocinar los alimentos. Teniendo en cuenta que definimos cocinar a transformar física y químicamente el aspecto, la textura, composición y valor nutritivo de los alimentos, generalmente por medio del calor (aunque hay otros medios). Salas (2015)

**Patrimonio:** Conjunto de bienes propios de una persona o de una institución, susceptibles de estimación económica. RAE (2020)

**Desarrollo local:** El desarrollo local es un proceso de diversificación y enriquecimiento de las actividades económicas y sociales en un territorio de escala local a partir de la movilización y la coordinación de sus recursos materiales e inmateriales. HYPERGE (2014)

**Endógeno:** se emplea para nombrar a aquello que surge en el interior de algo o como consecuencia de motivos internos. RAE (2020)

**Guía gastronómica:** La guía gastronómica es un documento que orienta sobre la gastronomía de un lugar específico, promoviendo e impulsando la difusión de platos típicos, restaurantes y turismo. Espinoza (2017)

**Ruta gastronómica:** “Es un itinerario con un origen, dimensión territorial, y configuración estructural específica que enlaza destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad. Los viajes pueden realizarse por diversos medios de transporte e incluso a pie en grupo

o de manera individual solo si cumple con la comunicación y señalética adecuada”.  
Montecinos (2012)

**Turistas gastronómicos:** “son personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el fin de consumir y disfrutar productos, servicios y experiencias gastronómicas de manera prioritaria y complementaria”. Montecinos (2012)

**Oferta turística:** Corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, a saber: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores. Aguilar, Rivas, y González (2008).

## Referencias Bibliográficas.

- Aldas, K., & Carvajal, K. (29 de Enero de 2020). Inventario de los Productos de Nono. *Cuadro de Inventarios*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Amate, F. I., & Almudena, G. R. (2011). *Unicaja Fundacion*. Recuperado el 03 de Agosto de 2019, de Factores determinantes del Desarrollo economico y social: <https://www.unicaja.es/resources/1319798719449.pdf>
- Arias Odon, F. G. (1999). *El proyecto de Investigacion: Guia para su elaboracion*. Caracas: Editorial Episteme, Orial Ediciones. Recuperado el 26 de Agosto de 2019
- Arias, O. F. (2006). *El proyecto de Investigacion*. Caracas: Editorial Episteme C.A. Recuperado el 18 de Agosto de 2019
- Balestrini, M. (2016). *Como se elabora el proyecto de investigación*. Caracas: BL Consultores Asociados. Recuperado el 12 de Agosto de 2019
- Barrera, E. (2008). *Las Rutas Alimentarias: Programa Saborea Río*. Buenos Aires: Fauba. Recuperado el 16 de febrero de 2020
- Bernier, T. E. (2003). *Del turista que se alimenta al turista que busca comida- Reflexiones sobre las relaciones entre la gastronomía y el turismo*. Buenos Aires: CIET, Buenos Aires. Recuperado el 25 de septiembre de 2019
- Biedenhann, J., & Wickens, E. (2003). *Rutas turísticas como herramienta para el desarrollo económico de areas rurales*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2019, de Dialnet Gestión turística: [Dialnet-TurismoCulturaYGastronomiaUnaAproximacionALasRutas-5018471.pdf](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1518471)
- Cairo, S. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Nono*. Obtenido de Pdto Parroquia de Nono: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/)
- Cárdenas, M. E. (2017). *Trabajo de Titulacion*. Obtenido de Universidad de las Americas, Escuela de Gastronomía: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/7434>
- Carrasco (2009). *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Editorial San Marcos. P. 226.
- Casalis, A. (2009). *¿Qué es el desarrollo local y para qué sirve?* San Pedro, Argentina. Recuperado el 10 de marzo de 2020
- Cuenya, L., & Ruetti, E. (2010). Controversias epistemológicas y metodológicas entre el paradigma cualitativo y cuantitativo en psicología. *Revista Colombiana de Psicología*, 271-277. Recuperado el 12 de Agosto de 2019
- Duche, O. C. (2016). *Repositorio Institucional de la Universidad de Cuenca*. Recuperado el 17 de Julio de 2019, de Repositorio Institucional de la

Universidad de Cuenca:  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/23566>

Duran S., L., & Alvarez V., S. (2006). *Nono el noveno pueblo*. Quito: FundacionEsquel y OCP Ecuador S.A. Recuperado el 14 de Enero de 2020

El Comercio, D. (20 de 02 de 2018). *El Comercio*. Obtenido de Radiografía de la provincia de Pichincha: <https://www.elcomercio.com/pages/choco-andino-joya-provincia.html>. Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este contenido.

Espinoza, O. F. (2017). *Repositorio Institucional UNIANDES*. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/5947>

Fernández - Ballesteros, G. R. (1992). *Introducción a la evaluación psicológica I / La observacion*. Madrid: Piramide. Recuperado el 14 de Agosto de 2019

Flores, C. E. (2016). *Universidad Tecnica de Ambato*. Recuperado el 03 de Agosto de 2019, de Repositorio UTA: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/>

Galindo, C. L., & Galindo, L. J. (1980). *Técnicas de comunicacion en sociedad, cultura y comunicacion*. Mexico, D.F.: Addison Wesley Longman. Recuperado el 29 de Octubre de 2019

Gourmedia. (26 de Junio de 2017). *Gourmedia*. Obtenido de Gourmedia by mediagroup.es: <https://gourmedia.es/2017/06/21/ferias-alimentacion-marketing-gastronomico/>

Gualichico, P. (22 de Noviembre de 2019). Imagenes. *Imagenes de los productos de la parroquia de Nono*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Huertas, T., Diéguez, E., & Cuétara, L. (31 de 07 de 2015). *Congreso científico internacional UNIANDES*. Recuperado el 17 de Julio de 2019, de Congreso científico internacional UNIANDES: <https://www.uniandes.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/El-turismo-gastron%C3%B3mico-en-el-cant%C3%B3n-Mocha.-Un-estudio-del-perfil-de-su-demanda..pdf>

HYPERGE. (2014). *Desarrollo Local*. Recuperado el 03 de Agosto de 2019, de <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article547>

Ibarra, M. J., & Velarde, V. M. (2016). El Programa Pueblos Mágicos y la sustentabilidad turística; el caso de Cosalá y los eventos “Cosaltazo” y “Cosalazo”. Mexico. Recuperado el 04 de marzo de 2020, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193449985005>

Inter. (08 de Marzo de 2017). *La Inter Blog*. Obtenido de <https://www.lainter.edu.mx/blog>

Iñiguez L., R. (1999). *Documentos academia EDU*. Recuperado el 12 de Agosto de 2019, de Documentos academia EDU: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents>



- ISO, 1. (19 de Septiembre de 2015). *Norma Internacional ISO 14001*. Recuperado el 03 de 08 de 2019, de Sistema de Gestion Ambiental: <http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/ftp/Normas/20ISO>
- Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.*, 12. Recuperado el 20 de Febrero de 2020
- Koontz, H. (1991). *Estrategia, Planificación y Control*. Mexico: Estrategia, Planificación y Control. Recuperado el 20 de Septiembre de 2019
- Lexico. (2020). *Lexico.com*. Obtenido de More from Lexico.com: <https://www.lexico.com/es/definicion/turismo>
- Marianelli, R. (Diciembre de 2013). *Rutas Alimentarias: Definiciones, experiencias y propuestas*. Recuperado el 20 de febrero de 2020, de Sedici: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62667/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62667/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Millán Vázquez De La Torre, E. M. (2014). *Turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía: situación actual*. España: Boletín de la asociación de geógrafos. Recuperado el 12 de Febero de 2020
- MINTUR. (2015). *Ministerio del Turismo*. Recuperado el 12 de Febrero de 2020, de Ministerio del turismo del Ecuador: [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)
- Mitchell, R., & Hall, C. M. (2006). *La investigación enoturística*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2019, de Dialnet Revisión de turismo: <http://.Dialnet-TurismoCulturaYGastronomiaUnaAproximacionALasRutas-5018471.pdf>
- Montalban, A. R. (2017). *Trabajo de Titulación*. Obtenido de Santo Domingo: Universidad Regional Autónoma los Andes: <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/7095>
- Montecinos Torres, A. (2018). *"Turismo gastronómico sostenible: Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos"*. Madrid: Porrúa Print. Recuperado el 02 de abril de 2020
- Montecinos, T. A. (2012). *Rutas Gastronómicas: Definición y Diseño*.
- Muñoz, F. L. (2016). *Repositorio Dspace*. Recuperado el 17 de Julio de 2019, de Repositorio Dspace: <http://repositorio.esпам.edu.ec/handle/42000/269>
- Naranjo, S. J. (Noviembre de 2015). *Repositorio UG - Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio UG: [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/12366/1/TESIS%2078%20JONATHAN\\_NARANJO.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/12366/1/TESIS%2078%20JONATHAN_NARANJO.pdf)
- Novalon, G. R. (2014). *Diseño y gestión de rutas culturales: de la teoría a la práctica*. Recuperado el 15 de Febrero de 2020, de Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/48846>

- Pérez, P. J. (2008). *Definicion*. Obtenido de Definicion.de: Definicion de Cultura: <https://definicion.de/cultura/>
- Porter, M. E. (25 de Septiembre de 2015). *¿Qué es estrategia? El pensamiento de Michael E. Porter*. Recuperado el 18 de septiembre de 2019, de <https://www.mejoracompetitiva.es/2015/09/>
- RAE. (2020). *Real Academia de la Lengua*. Obtenido de <https://dle.rae.es/patrimonio>
- Reyes, R. M. (2012). *Eumed.net*. Obtenido de Enciclopedia Virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1171/tradicion.html>
- Rivadeneira, M. J. (2011). *Repositorio Digital Universidad De Las Américas*. Recuperado el 01 de Junio de 2019, de TRABAJOS DE TITULACION UDLA: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3569>
- Rodriguez, A. P. (16 de 04 de 2016). *Historira del Whisky*. Obtenido de historia del Whisky su nacimiento: <https://www.whisky.com.uy/historia-del-whisky/>
- Ruschmann, D. V. (1997). *Turismo e planejamento sustentável: uma proteção del medio ambiente*. Portugal: Papyrus. Recuperado el 12 de Febrero de 2020
- Salas, G. F. (2015). *Tecnicas en Cocina*. Madrid: Síntesis, S. A.
- Sampieri, H., Carlos, F.-C., & Pilar, B. L. (2006). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Miembro de la Camara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Recuperado el 14 de Agosto de 2019
- Sánchez, A. (02 de Septiembre de 2019). *Última edición*. Recuperado el 05 de Agosto de 2019, de Definición de Gastronomía: <https://conceptodefinicion.de/gastronomia/>.
- SECTUR. (2019). *Gobierno de Mexico*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2019, de DATATUR: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/>
- Sereno, E. (2010). Webinars la formacion del futuro. *RELATEC Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 12-14. Recuperado el 20 de marzo de 2020, de <https://www.aprendemas.com/es/blog/>
- Significados. (21 de Diciembre de 2018). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/gastronomia/>
- SIISE 4.0. (2006). *SIISE*. Recuperado el 14 de Enero de 2020, de SISTEMA DE INDICADORES SOCIALES DEL ECUADOR: [www.siise.gob.ec](http://www.siise.gob.ec)
- Silva M, J. A. (2008). *Metodologia de la Investigacion: elementos básicos*. Caracas: Co-Bo. Recuperado el 18 de Agosto de 2019
- Tamayo y Tamayo, M. (1997). *El proceso de la investigacion científica*. Mexico: Editorial Limusa S.A. Recuperado el 26 de Agosto de 2019

- Tigrino, E. D. (1961). *Wine and Bar Master*. Obtenido de Manual de cocteleria, bebidas y servicio: file:///C:/Users/1234alexander/Desktop/michu/COCTELERIA/Tigrino,%20E.%20(sa)%20-%20Manual%20cocteleria,%20bebidas%20y%20servicio.pdf
- Torres, B. E. (2006). *Rutas culturales. Recurso, destino*. Malaga: MONOGRÁFICO. Recuperado el 14 de Febrero de 2020
- UNESCO. (2001). *Oficina de la UNESCO Mexico*. Recuperado el 02 de Julio de 2019, de UNESCO Cultura de Mexico: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>
- Vix. (20 de Noviembre de 2008). *Vix.com*. Obtenido de <https://www.vix.com/es/imj/mundo/2008/11/20/turismo-gastronomico>

