



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

MODALIDAD: PRESENCIAL

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo y Hotelería.

TEMA:

“TURISMO DIGITAL: LA GASTRONOMÍA DE TUNGURAHUA EN
DIVERSOS IDIOMAS”

AUTOR: Erick Vinicio Calero Rivera

TUTOR: Lic. Mg. Daniel Oswaldo Sánchez Guerrero

Ambato-Ecuador

2019

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, Lic. Mg. Daniel Oswaldo Sánchez Guerrero con C.C 1803236270 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“TURISMO DIGITAL: LA GASTRONOMÍA DE TUNGURAHUA EN DIVERSOS IDIOMAS”**, desarrollado por el egresado Erick Vinicio Calero Rivera, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

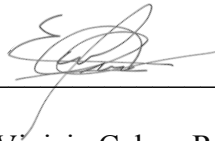
Lic. Mg. Daniel Oswaldo Sánchez Guerrero

C.C. 1803236270

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien, basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.



Erick Vinicio Calero Rivera

C.C. 1803565835

AUTOR

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

El Tribunal de receptor del Trabajo de Investigación presidido por el , Magister e integrado por los señores; designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: “TURISMO DIGITAL: LA GASTRONOMÍA DE TUNGURAHUA EN DIVERSOS IDIOMAS”, elaborado y presentado por el señor Erick Vinicio Calero Rivera, para optar por el Grado Académico de Licenciada en Turismo y Hotelería; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Investigación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA

Dr. Segundo Víctor Hernández Del Salto
Presidente y Miembro del Tribunal

Lic. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate
Miembro del Tribunal

Ing. Mg. Sonia Paola Armas Arias
Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a mis padres por haberme forjado con los mejores valores, por siempre apoyarme hacer lo que me apasiona como viajar o aprender un nuevo idioma, ellos son quienes me impulsan en ser perseverante y constante para lograr mis objetivos. También ellos están siempre ahí para levantarme antes la adversidad y motivarme en seguir adelante.

Erick

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por la vida y haberme dado unos increíbles padres, quienes son mi apoyo incondicional.

A mis primos quienes son como mis hermanos y siempre aprecio sus consejos.

A mis amigos de toda la vida quienes con sus locuras me alegran los días.

También a las personas que he conocido a lo largo del camino como en viajes, algunos se han vuelto grandes amigos y otros simplemente he apreciado su compañía e historias de vida.

Agradezco a mis profesores de carrera quienes han sembrado conocimientos valiosos para mi futuro profesional y por supuesto agradezco a mi tutor de tesis Daniel Sánchez, quien a través de su tiempo y apoyo supo dirigirnos en este proyecto final.

Erick

ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
A LA UNIDAD ACADÉMICA DE TITULACIÓN	iv
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
INDICE GENERAL	vii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE ILUSTRACIONES	ix
INDICE DE GRÁFICOS	¡Error! Marcador no definido.
INDICE DE FICHAS	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
CAPÍTULO I.....	2
MARCO TEÓRICO.....	2
1.1. Antecedentes Investigativos.....	2
Cantón Ambato.....	7
Cantón Píllaro	10
Cantón Baños.....	12
Cantón Patate.....	13
Cantón Tisaleo	14
Cantón Pelileo	15
Cantón Cevallos.....	16
Cantón Mocha.....	17
Cantón Quero.....	17

3. Objetivos.....	18
Objetivo 1.....	18
Objetivo 2.-.....	19
Objetivo 3.-.....	22
Hipótesis.....	29
Señalamiento de las variables.....	29
CAPÍTULO II.....	30
METODOLOGÍA.....	30
2.1. Materiales	30
Encuesta	30
2.2. Métodos.....	31
CAPÍTULO III	34
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
3.1 Análisis y discusión de los resultados.....	34
Verificación de Hipótesis	45
Planteamiento de Hipótesis	45
CAPÍTULO IV	49
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
4.1. Conclusiones.....	49
4.2 Recomendaciones	50
Bibliografía.....	51
Anexo 1.- Investigación Ficha.....	56
Anexo 2. Encuesta realizada	64
Anexo 3. Fotografías de la encuesta	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa gastronómico de Tungurahua.....	20
Figura 2. Reseña gastronómica de Tungurahua	21
Figura 3. Desarrollo de estrategia de comunicación.....	22
Figura 4. Medios digitales empleados	24
Figura 5. Visitas de cantones para recolección de datos.....	25
Figura 6. Información de platos en idiomas español, inglés y francés	26
Figura 7. Fotografías con la reseña en español, inglés y francés de cada plato	27
Figura 8. Hashtag referente a la gastronomía de Tungurahua.....	27
Figura 9. Feedback de redes sociales	28
Figura 10. Pregunta 1	34
Figura 11. Pregunta 2.....	35
Figura 12. Pregunta 3	36
Figura 13. Pregunta 4.....	37
Figura 14. Pregunta 5	38
Figura 15. Pregunta 6.....	39
Figura 16. Pregunta 7.....	40
Figura 17. Pregunta 8.....	41
Figura 18. Pregunta 9.....	42
Figura 19. Pregunta 10.....	43
Figura 20. Pregunta 11	44
Figura 21. Chi Cuadrado	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pregunta 1	34
Tabla 2. Pregunta 2	35
Tabla 3. Pregunta 3	36
Tabla 4. Pregunta 4	37
Tabla 5. Pregunta 5	38
Tabla 6. Pregunta 6	39
Tabla 7. Pregunta 7	40
Tabla 8. Pregunta 8	41
Tabla 9. Pregunta 9	42
Tabla 10. Pregunta 10	43
Tabla 11. Pregunta 11	44
Tabla 12. Chicuadrado	46
Tabla 13. Frecuencias Observadas	46
Tabla 14. Frecuencias esperadas	47
Tabla 15. Cálculo Matemático	47

ÍNDICE DE FICHAS

Ficha 1. El llapingacho.....	56
Ficha 2. Chocolate Ambateño	57
Ficha 3. Melcochas	58
Ficha 4. El sánduche-cóctel.....	59
Ficha 5. Papas con cuero	60
Ficha 6. Cholo y habas con queso	61
Ficha 7. Arepas de zapallo	62
Ficha 8. Chicha de uva	63

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad el turista se mueve conectado al mundo digital mediante su teléfono móvil o dispositivo digital, el trabajo se desarrolla en dos redes sociales; Instagram y Facebook con el perfil de Tungurahua_gastronomy3.0, que es ilustrado como un block que invita al turista a visitar y conocer la gastronomía de la provincia de Tungurahua, resaltando la cocina mestiza e indígena. En el presente trabajo se desarrolla una guía gastronómica multilingüe a través de ilustraciones llamativas de los platos más representativos de cada cantón de la provincia de Tungurahua. Como resultado de esta investigación se desarrolla una alternativa actual y multilingüe, para que el viajero visualice los platos más representativos de los cantones de Tungurahua y paisajes típicos del lugar rescatando la cultura. Mediante el contenido expuesto en las redes sociales se detalla la gastronomía más relevante de cada cantón, mediante fotos y videos propias del investigador, se logra que las personas que ingresan a este perfil obtengan una sensación auténtica de una vista, generando la curiosidad de mirar los platos gastronómicos. Con el desarrollo de los objetivo en promover el potencial turístico a través de herramientas digitales, que permiten al usuario leer las recetas de los platos en sus idiomas nativos, en este espacio se puede interactuar con la historia de la gastronomía, información presentada en español, inglés y francés con la finalidad de facilitar tiempo y recursos a los turistas extranjeros que revisan fotografías en las redes sociales y buscan opiniones de otros usuarios.

Palabras claves: comida típica, gastronomía, redes sociales, Tungurahua, turismo digital

SUMMARY

Nowadays the tourist moves connected to the digital world through his mobile phone or electronic device, this project was developed into social networks; Instagram and Facebook with the Tungurahua_gastronomy3.0 profile, that is illustrated as a blog that invites tourists to visit and know about the gastronomy of the province of Tungurahua, highlighting the delicious mix of mestizo and indigenous cuisine. In the present work a multilingual gastronomic guide is developed as a space in that striking illustrations of the most representative dishes of each canton of the province of Tungurahua are found. As a result of this investigation, a current and multilingual alternative is developed, so that the traveler visualizes the most representative dishes of the Tungurahua and typical landscapes of the place, rescuing the culture. Through the content presented on the social networks, the most relevant gastronomy of each canton is detailed, with the support of the researcher's own photos and videos, it is possible that the people who enter this profile obtain an authentic sensation of a view like a local, creating the curiosity to try that gastronomic dishes. With the development of the objectives about the importance of promoting potential tourism through digital tools is highlighted, which allow visitors to visualize the recipes in their native languages, in this space you can interact with the history of gastronomy, information presented in Spanish, English and French in order to provide time and resources to foreign tourists who review photographs on social networks and ask for opinions about food.

Keywords: typical food, gastronomy, social networks. Tungurahua, digital tourism

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo es una propuesta acerca del turismo digital enfocando la comida de Tungurahua expresada en diversos idiomas, por sus objetivos es de tipo descriptivo de acuerdo al lugar físico de campo. El trabajo se desarrolla en cuatro capítulos, así:

CAPÍTULO I.- En el que se establece la relevancia e interés de la creación de un vínculo entre la actividad turística digital en referencia a la comida de Tungurahua expresada en diversos idiomas. Se explica acerca su relevancia e interés en el vínculo existente entre la tecnología y el turismo de los cantones de Tungurahua y beneficio para el viajero, así como también las aplicaciones digitales que sirven para informar, brindar un servicio y facilitar en tiempo y recursos. Para el desarrollo de la investigación se ha detallado y explicando tres objetivos planteados: el primero Describir el turismo digital, el segundo analizar la gastronomía representativa de Tungurahua, en base a la identidad alimentaria de cada cantón y por ultimo proponer una estrategia digital de comunicación en diversos idiomas que dinamice el turismo en referencia a la gastronomía propia de Tungurahua.

CAPÍTULO II.- Se describe los materiales utilizados, tales como: del Manual Metodológico para la Elaboración del Atlas “Patrimonio Alimentario” del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, dentro de este manual se tomó en consideración la ficha A4 denominada “Ficha de productos elaborados”. Así como la aplicación de una encuesta en la que se recolecta información sobre los medios digitales y la importancia de su uso por los turistas.

CAPÍTULO III.- Se analiza los resultados de la aplicación de la encuesta, en la que se emplea preguntas cerradas y de opción múltiple, poniendo a consideración de la comunidad en especial turistas preguntas que permitan identificar la tendencia del turismo digital enfocando la comida de Tungurahua, así como la relevancia del idioma inglés y francés.

CAPÍTULO IV.- En este se plasman las Conclusiones y recomendaciones, obtenidas gracias al análisis estadístico de la investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes investigativos

Como fuente de sustento bibliográfico referencial al presente proyecto se indagó sobre antecedentes investigativos relacionados a la problemática teniendo:

Según Nelson Dávalos Barriga, en su estudio PANORAMA DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN ECUADOR: ¿QUÉ EXISTE Y QUÉ FALTA PARA POTENCIARLO? “uno de los problemas más evidentes es que los ecuatorianos no se sienten orgullosos de su gastronomía, de su identidad y de su cultura y se debería realizar campañas para que los ecuatorianos se acerquen más a su identidad y se sientan verdaderamente cercanos a ella” (Dávalos, 2017).

Esta aproximación de la realidad en principio crea un distanciamiento entre el potencial turístico que existe en Tungurahua, principalmente en su gastronomía y el turista, ya que la identidad y la cultura son fuentes que dinamizan hoy en día las redes sociales y fomentan el comercio de bienes y servicios.

La investigación realizada por Dávalos, ratifica la necesidad de promocionar la gastronomía del país, es por esto la necesidad de proponer una estrategia de comunicación orientada a dinamizar el turismo y crear fuentes de empleo.

Por otra parte, Jaime Supe en su trabajo de investigación LAS FIESTAS TRADICIONALES Y LA GASTRONOMÍA EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, concluye que: “los productos y la gastronomía coadyuvan con la difusión de la riqueza convirtiéndose en un atractivo turístico que poseen los pueblos” (Supe, 2019).

El potencial gastronómico de la provincia de Tungurahua, se refleja mayormente en sus festividades, siendo sus platos típicos uno de sus principales atractivos. En cada cantón de la Provincia, la fecha de la cantonización es una de las más festejadas, así como también el día de los difuntos y navidad.

Supe, también resalta que la gastronomía el deleite y el gusto por los alimentos que se consume, en base a los sentimientos, costumbres y emociones que se transforman en un legado de las raíces culturales de la provincia de Tungurahua (Supe, 2019).

Así mismo Miguel Jiménez, en su trabajo titulado APLICACIÓN MÓVIL CELULAR PARA INCENTIVAR EL TURISMO URBANO EN GUAYAQUIL, señala en su investigación que se diseñó y desarrolló una aplicación con información de sitios turísticos, descripciones, ubicación y actividades sugeridas en cada uno de ellos, debido a que el uso de móviles permite ofertar productos y servicios ya que hay una gran demanda de usuarios que poseen este tipo de dispositivos (Jiménez, 2015).

La investigación realizada por Jiménez ratifica la necesidad de implementar la tecnología digital en el campo turístico, aportando información para el desarrollo de la presente investigación, genera además un enfoque de como potencializar a los atractivos turísticos en medios digitales.

Samantha Vega en su investigación titulado La CREACIÓN DE UNA APLICACIÓN PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE BRINDE INFORMACIÓN SOBRE LA HISTORIA DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, concluye que el plan de emprendimiento puede llegar a ser una gran herramienta de ilustración y aprendizaje para toda persona usuaria de los medios digitales (Vega, 2015).

La visión de este proyecto afianzado en la innovación de la tecnología móvil, como una nueva herramienta turística, aporta ideas innovadoras debido a la gran población que cuentan con un dispositivo inteligente y a la vez vital para avanzar junto con las tendencias tecnológicas.

1.2 Fundamentación Legal

Para el desarrollo de la presente investigación se ha considerado como sustento legal los siguientes Artículos de Leyes, Reglamentos y Normativas que corroboran la información sustentada en este trabajo.

Constitución Política de la República del Ecuador, Capítulo Segundo. Derechos del Buen Vivir, Sección Cuarta: Cultura y Ciencia (Constitución, 2008).

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales (Constitución, 2008).

Capítulo Segundo. Derechos del Buen Vivir, Sección Novena: Cultura y Ciencia, Decreto Ejecutivo N° 1014

Artículo 2.- Se entiende por Software Libre, a los programas de computación que se pueden utilizar y distribuir sin restricción alguna, que permitan su acceso a los códigos fuentes y que sus aplicaciones puedan ser mejoradas. Estos programas de computación tienen las siguientes libertades: Utilización del programa con cualquier propósito de uso común. Distribución de copias sin restricción alguna. Estudio y modificación del programa. Publicación del programa mejorado (Constitución, 2008).

Del título VI del Régimen de Desarrollo, capítulo tercero sobre Soberanía Alimentaria.

El artículo 281 señala que el Estado como tal debe ejercer autonomía alimentaria para alcanzar independencia, ya sea para persona, las que conforman una sociedad, pueblos y hasta que ejerzan lugar de procedencia. Dentro de este artículo, el ítem 6 impulsa la producción y reparación de lo que forma parte de la agrobiodiversidad y los saberes hereditarios (Constitución, 2008).

Capítulo Segundo. Derechos del Buen Vivir, Sección Novena: Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales.

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad: 1. Generar, adaptar y difundir conocimientos

científicos y tecnológicos. 2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales. 3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir (Constitución, 2008).

Ley Orgánica de Educación Superior, Capítulo Segundo Fines (Ley de Turismo, 2018)

Art. 8.- Serán Fines de la Educación Superior. - La educación superior tendrá los siguientes fines, ítem a) Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas (Ley de Turismo, 2018)

En la Ley de Turismo, Capítulo Primero, Generalidades. (Ley de Turismo, 2018)

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno (Ley de Turismo, 2018)

Para respaldo del desarrollo turístico en el País, en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en respaldo a las actividades turísticas. (COOTAD, 2015)

En el artículo 54, en el inciso G: sobre las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, señala que le corresponde: regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás GAD's, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociadas al turismo comunitario. En el artículo 64, inciso G, establece como función del GAD rural, el fomento a la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como el turismo, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados (COOTAD, 2015).

2. La gastronomía de Tungurahua

En las últimas décadas la provincia de Tungurahua se ha destacado por su comida, la variedad de productos que se producen y comercializan desde el oriente y la costa ha contribuido notablemente en su gastronomía, esta provincia ocupa un lugar estratégico al encontrarse en el centro del país, además de encontrarse compuesto por valles y páramos.

Aquí, turistas y excursionistas han incorporado en sus prácticas gastronómicas el desplazamiento hacia un determinado destino para aprender a preparar determinados alimentos y hasta la realización de rutas gastronómicas con la intención de aprender algo más sobre cierta gastronomía (Flores C. E., 2016).

La gastronomía y los productos alimenticios de una determinada región se convierten en los recursos esenciales del turismo gastronómico, el presente trabajo radica su relevancia e interés en el vínculo existente entre la actividad turística y los alimentos al analizar la gastronomía representativa de Tungurahua.

Tungurahua viene de la lengua de los panzaleos quienes eran los primeros habitantes de esta provincia; los panzaleos fueron sedentarios y laboraban la tierra, los principales productos que se cultivaban eran maíz y papas (Flores C. E., 2016).

Casi en todos los platos que se degustan en la Provincia, la papa es el principal protagonista, preparada con cáscara o sin ella, con salsa de maní o de queso acompaña a la proteína como el cuy, el conejo y la gallina. El maíz por su parte ha sido y sigue siendo una guarnición tradicional en forma de mote o de choclo.

En Tungurahua habitan cuatro pueblos indígenas: Chibuleo, Kisapincha, Salasaka y Tomabela, todos ellos con ciertas diferencias entre sí, pero comparten una filosofía común enmarcados en el respeto y el amor a la Pacha Mama. La variedad de suelos permite que Tungurahua cuente con una producción agrícola diversificada y abundante, especialmente de tubérculos, hortalizas y frutas (Altamirano & Tuñez, 2016).

Cantón Ambato

Ambato es la capital de Tungurahua y cuenta con infraestructura hotelera, restaurantes y mercados populares donde se pueden degustar de los platos típicos (Flores C. E., 2016).

Durante las festividades de carnaval, los mercados se ven adornados con frutas y pan lo que seduce a propios y extraños, siendo su principal atracción la gastronomía, por lo que se ven abarrotados de comensales deseosos de degustar los exquisitos platos típicos que aquí se venden.

La ciudad de Ambato posee una amplia oferta gastronómica y de platos típicos, como el llapingacho, el ornado, la fritada, el mote con mapahuirá, el chocolate ambateño, la colada morada de Atocha que se la prepara durante todo el año, el pan y las gallinas de Pinllo, los cuyes asados de Ficoa y los jugos naturales con frutas. (Montalvo, 2019).

Llapingacho ambateño.

Es un platillo compuesto de la tortilla de papa con queso, cebolla y se la fríe con manteca de cerdo, va acompañada con chorizo ambateño que es una tripa de cerdo rellena con carne del mismo animal, cebolla paiteña, cebolla blanca, perejil, culantro, sal, pimienta, comino y achiote. El plato se lo sirve con lechuga, aguacate, remolacha y huevo frito. (Barrera E. , 2006)

En los mercados de Ambato, es tradicional freír en una plancha de metal las tortillas, los chorizos y los huevos, las tortillas toman su color característico amarillento por el aceite que se desprende de los chorizos. A este sabroso plato se lo acompaña con un jugo de frutas.

El llapingacho proviene de las palabras Kichuwa: Llapi que significa aplastado y Gacho frito, es un plato que lo consumían en los páramos serranos. A inicios de los años de 1900, se los vendía en las ferias populares y después del terremoto del 1949,

se convirtió en la carta de presentación para los visitantes a la ciudad cosmopolita (Estrada, 2019).

Los cuyes de Ficoa.

El cuy es un animal que se lo consume asado, aunque las comunidades indígenas y campesinas lo preparaban hace decenas de años, en sopa o locro; en estas comunidades el cuy sigue presente en las peticiones de mano, bodas y compadrazgos. Para los pueblos del altiplano constituye un alimento obligado en toda celebración, este succulento plato se lo acompaña con papas cocinadas enteras. (Ministerio de Turismo, 2013)

En la ciudad de Ambato se continúa con la tradición de este plato y es así que en la parroquia Ficoa se comercializa el tradicional cuy asado acompañado de papas y curtido de cebolla con salsa de maní (Telégrafo, 2013).

Su preparación consiste en pelarlo, lavarlo por dentro y por fuera sacándole las vísceras, se lo aliña con sal, comino y ajo macho machacado, al cuy se lo refriega con una cebolla blanca. Para asarlo se lo atraviesa de un extremo a otro con una madera o varilla, se lo asa sobre carbón haciendo que gire con el propósito que su piel se dore y a la vez quede crujiente (Ministerio de Turismo, 2013)

La colada morada.

La colada morada es una deliciosa tradición de noviembre, la venta de colada morada, pan y empanadas preparadas en horno de leña se inició en el año 1920, hoy en día es considerado uno de los principales platos tradicionales de Ambato que se la puede disfrutar todos los días, para su elaboración se utilizan varias frutas, especias, hojas aromáticas y la harina de maíz negro que le brinda el color característico a esta bebida (Telégrafo, 2013).

En el barrio de Ficoa la colada morada se la acompaña de empanadas de viento. Su preparación consiste en cocinar la naranjilla durante 15 minutos y se las retira,

luego se licuan, el mismo proceso se sigue con el mortiño y la mora. En un tazón con dos litros de agua fría se disuelve la harina de maíz, esta hay que cernirla y hervirla hasta que entre en ebullición, luego se vierten los jugos de las frutas que preparamos anteriormente, toda esta preparación se cocina por 30 minutos, para finalizar se añade azúcar y las frutas: piña, babaco y frutillas picadas (Ministerio de Turismo, 2013).

Gallinas de Pinllo.

La parroquia San Bartolomé de Pinllo es el lugar donde se preparan las gallinas de Pinllo, estas son asadas en hornos de leña, condimentadas con especias naturales, se emplean generalmente son alimentadas con morocho; cada una debe pesar entre 10 y 12 libras, se la recomienda como parte de una dieta blanda por su fácil digestión, tiene un amplio valor proteico, proporciona vitaminas B, B6, B9, B3, fosforo, potasio, magnesio, hierro y grasas (Ministerio de Turismo, 2013).

Pan de Pinllo.

Otra delicia de la parroquia es el famoso “Pan de Pinllo”, gran parte de la población se dedican a la elaboración del pan, conservando el sabor de años atrás, se caracteriza por ser más duro y esto se debe a la utilización de manteca de cerdo, se utiliza dos tipos de harina de trigo una la procesada en molineras y otra la pura que se la muele en piedra y la poca levadura que se le incorpora, otra de sus características es que dura hasta 15 días si se lo guarda frio en una funda (Celeste, 2019).

Por más de 50 años desde las primeras épocas de la colonia Ambato produce pan de diversos tipos y su fama ha traspasado los límites patrios, la elaboración comienza con la preparación de la masa un día antes de entrar al horno, trabajo que dura de dos a tres horas, se mezcla la harina blanca con la negra, se agrega sal, agua, muy poca levadura, manteca de chanco y posteriormente el ingrediente secreto, el proceso de horneado del pan dura de 10 a 15 minutos y se lo coloca a ras de piso, sin lata alguna, es uno de los tantos secretos del pan de Pinllo (Pinto, 2015).

El Chocolate Ambateño

En 1800 empezó esta tradición siendo tiempos difíciles para quienes lo preparaban pues debían esperar varios días para la llegada del cacao desde la Costa que era transportados en caballos, con el tiempo se convirtió en un elemento emblemático y significativo de la identidad gastronómica, desde hace 150 años se lo prepara en la parroquia de Huachi Chico se trata de una tableta de pasta de cacao amarga cuyo proceso se lo realiza en tiestos de barro y se lo muele en molino de piedra de forma manual (Pazmiño, 2019)

El proceso de elaboración en Ambato dura 24 a 30 horas ininterrumpidas, primero se amasa y ablanda el fruto para luego pasar a la maquina donde se le da forma, luego a la zona de secado teniendo cuidado que no se contamine con factores externos como polvo, agua, humedad, una vez fuera de la cámara de secado las unidades son inspeccionadas y pesadas en balanzas, se las envuelve en hojas de papel para mantenerlas secas y están listas y transportadas para su comercialización (Novoa, 2018).

Jugos naturales.

El personaje que mejor representa la elaboración y preparación de los tradicionales jugos del mercado central en la ciudad de Ambato es Doña Susy, que se dedica a esta actividad por más de 40 años, en la actualidad es ella quién mejor acredita este negocio, caracterizado por la buena atención, carisma y por la variedad de combinaciones que realiza con las diferentes frutas existentes en la ciudad y del país, las combinaciones más famosas son el levantamueertos, que lleva alfalfa, espinaca, borjón y menta, noche de luna que contiene cerveza con huevo de codorniz y borjón, ponche de novia y tradicionales batidos de guanábana, coco y mora, mango y babáco, entre otros. (Ministerio de Turismo, 2013)

Cantón Pillaro

El vocablo Pillaro proviene de la cayapa Pilla que significa Relámpago y Ru significa Hueco u Hondonada, entonces Pillaro significa Cuenca del relámpago.

Como primeros habitantes se citan a los asentamientos Panzaleos. (Ministerio de Turismo, 2013)

Los Quitus establecieron sus núcleos en Pillaro, Guapante y Tilituza, desde el oriente llegaron los jíbaros, luego los Incas, quienes tuvieron que enfrentar la gran resistencia de los nativos pillareños. Fue el español Don Antonio de Clavijo, quién por comisión especial de la Audiencia de Quito en el año de 1570, fundó el pueblo de Pillaro (Aquiles, 2013).

Su variedad de su clima y por la fecundidad de su suelo la han convertido en un emporio agrícola y ganadero con una producción lechera que alcanza los 15.000 litros diarios aproximadamente, su gastronomía es variada y rica sobre todo en legumbres, hortalizas y carnes de las cuales se puede mencionar el cuy asado, yahuarlocro, caldo de morcilla y el pato al lodo (Ministerio de Turismo, 2013).

Yahuarlocro

Es la designación genérica para la sopa de papas con múltiples variaciones, viene del kichwa “Lucru” cuyo derivado verbal es “lugrun” que significa hacer locro o sopas, la palabra yaguar en kichwa es sangre por lo tanto este es un locro de sangre de borrego en la mayoría de las ocasiones (Ministerio de Turismo, 2013).

La preparación, parte de menudo de borrego que se lava en abundante agua, se agrega limón y añade la hierba buena y sal, se friega sin causar daño, se deja reposar 10 minutos, enjuaga con agua fría y cocina en olla de presión durante 30 minutos hasta estar blando se colocan papas y orégano, para servir se coloca sangre frita y curtido de cebolla (Flores R. , 2018).

Con respecto a su valor nutricional, tiene un alto nivel proteínico a demás por la utilización de sus vísceras le da un aporte de hierro debido a la hemoglobina animal. Por el uso de maní, aguacate y papas le proporciona carbohidratos. (Barrera E. , 2006)

Cantón Baños

Ubicada junto al volcán Tungurahua es una ciudad turística que se encuentra en un valle con cascadas y aguas térmicas, se encuentran ubicados a 180kms de Quito y a 35kms de la ciudad Ambato, con una temperatura que oscila de 16 a 20 grados centígrados, antes de recibir el nombre de Baños se la conocía como “Ipo” palabra puruhá, pero durante la conquista los españoles lo denominaron como pueblo de Tungurahua, por sus aguas termales, su variada temperatura, incluido los efectos milagrosos de sus aguas sobre los enfermos dieron lugar al nombre de Baños de Agua Santa (Ministerio de Turismo, 2013).

El cantón Baños sitio mágico incrustado en la serranía del Ecuador constituye un conjunto de atractivos turísticos, poseedor de una imagen propia en el patrimonio turístico nacional, su ubicación geográfica le proporciona un maravilloso clima primaveral, diversidad de paisajes, áreas naturales que invitan a la relajación y placentero descanso, con sus aguas termales las cuales brotan de lo más profundo del volcán Tungurahua (Carranza, 2009).

El sánduche

Es una bebida a base de jugo de caña y aguardiente o puro, también suelen añadir jugo de limón o mandarina, esta tradición de más de 25 años tomó el nombre de “sanduche” al combinar los ingredientes se puede encontrar en los diferentes puestos de jugos de caña y bares de la ciudad de Baños (Ministerio de Turismo, 2013).

Melcochas y dulces

La palabra melcocha se deriva del latín “miel” que significa miel, fueron los jesuitas quienes elaboraban la raspadura, panela y alfañiques aprovechando la producción de la caña de azúcar desde el siglo XVII, cabe resaltar que los jesuitas lo elaboraban en la ciudad de Patate, más los habitantes de Baños aprendieron rápidamente la técnica de su elaboración, para la cual es necesario un gancho de madera de guayaba, también llamada horcón, donde se bate la mezcla hasta que se blanquee y quede en su punto

exacto, cuando se está batiendo y permanece caliente se le llama melcocha, se empacada y fría, se le denomina alfeñique (Ministerio de Turismo, 2013).

Jugo de caña.

El extracto de caña se lo realiza en pequeños trapiches, se lo combina con limón, mandarina y hielo, el jugo de caña contiene un alto contenido de fibra vegetal, importante aporte calórico por la presencia de azúcar que al ser ingerido se transforma en glucosa, contiene minerales como hierro cuya función es hidratar el organismo (Ministerio de Turismo, 2013).

Cantón Patate

El padre franciscano Felipe Cepeda señaló que Simón Bolívar llegó a Patate para descansar luego de gesta libertaria, Bolívar pidió que le sirvieran alimentos, luego fueron las damas de la ciudad quienes le proporcionaron de harina de maíz con la cual elaborara las tradicionales arepas, pero a esta masa le agregó un elemento especial perteneciente a esta tierra que era el zapallo el cual lo acompañó de queso y panela dando como resultado la arepa patateña, los habitantes de la ciudad de Patate han continuado con esta tradición utilizando hornos de leña hechos de cangahua y ladrillo (Ministerio de Turismo, 2013).

Arepas de zapallo

Las arepas de Patate por su ingrediente de zapallo poseen un gran contenido de betacaroteno, que tiene la propiedad de elevar el nivel de defensa del organismo, conjuntamente con la chicha de uva son una tradición en el cantón Patate, la chicha es la fusión modificando el uso de las harinas y empleando las uvas para su fermentación en una olla de barro, otra tradición culinaria son los vinos de Patate, sus inicios se remontan a 1586, fueron los jesuitas quienes trajeron la primera variedad de uva para su cultivo y preparación del vino de consagrar, para un buen vino es importante su sepa porque de esta dependerá su sabor, la etapa de cosecha que comúnmente se da en el mes de febrero (Alvia E, 2017).

Cantón Tisaleo

El cantón Tisaleo es un lugar que ha progresado gracias a la fecundidad de su tierra, es un cantón joven de la Provincia de Tungurahua, tiene una altura de 3.200 msnm, posee micro climas lo que ayuda a su variedad de cultivos, el nombre proviene del kichwa “Tisaleo” que significa “Tierra de Caciques” fueron parte del grupo de los Panzaleos, este cantón tiene una producción frutícola, producción de lácteos como queso, mantequilla y yogurt, además helados, turrone y chocolate en tableta. (Ministerio de Turismo, 2013).

En lo referente a su gastronomía podemos manifestar que sus habitantes han hecho del cuy un plato emblemático, se elabora en locro, asado, rosterizado, en lo referente a postres tenemos la famosa espumilla en la parroquia de Quinchicoto, en este cantón se celebra la fiesta de la Inga palla surge después de la época de la colonia, para recobrar la identidad ancestral es una representación escénica representando las secuelas que dejó la colonización, esta es una manera de recordar a las futuras generaciones parte de la historia de este pueblo, fruto de la fusión de la cultura indígena y colonial se da el mestizaje.

La palabra locro proviene del kichwa “lucru” que es una sopa de papas, como acotación diremos que al nombre de locro se le antepone el nombre del principal ingrediente usado en su elaboración, el locro es un plato tradicional de la sierra ecuatoriana, es un producto andino por el componente principal que es la papa, a la llegada de los españoles se le agregó otros ingredientes como leche y el refrito, para su preparación se usan papas para su consistencia y sabor acompañados de carnes, hortalizas o tubérculos (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016).

Locro de cuy

Durante el tiempo del incario el consumo de carne estaba regulado, solo los dignatarios disponían para sus comidas del charqui y la carne de cuy era consumida solo en fechas especiales, lo consideraban fuente de fertilidad, para la elaboración del locro de cuy se utiliza un cuy tierno que no pase de tres meses por su carne tierna, se

debe añadir cebolla, ajo, achiote y se pone a cocinar las papas en cubitos con agua y se le añade el cuy, al estar este caldo se le agrega leche o maní molido y para servir se le agrega paico picado (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016).

Cantón Pelileo

El Inti Raymi o Fiesta del Maíz, se la celebra para honrar a la naturaleza por los cultivos y proporcionar a su pueblo los alimentos, esta celebración milenaria en donde se agradece a los cuatro elementos de la naturaleza como: el aire, el agua, la tierra y el fuego y el permiso para iniciar las festividades del solsticio de verano (Pazos, 2012).

La pampa mesa

El compartir los alimentos es uno de los grandes valores que guardan los pueblos indígenas, y en la fiesta del Inti Raymi una de las tradiciones de compartir los alimentos es la pampa mesa que consiste en reunir todos los alimentos preparados y ponerlos en una mesa comunitaria en donde todo el asistente pueda degustarlos fomentando la unión y la equidad, para la elaboración de los alimentos las comunidades deben pedir permiso a la Pachamama y es así que excavan un orificio de aproximadamente dos metros de profundidad y tres de diámetro donde se colocan las piedras volcánicas que han recolectado, la música ancestral se escucha con la finalidad de llamar a la comunidad a formar parte de la celebración, los salasacas se reúnen poco a poco en el punto sagrado de Chakapamba llevando consigo las tongas para posteriormente ponerlas en la pampa mesa. (La Hora, 2015).

El Chaguarmishqui

Es típico de la parroquia Salasaca, es considerado como una bebida medicinal, alivia dolores como el cólico el dolor de los huesos y de la cabeza. Se lo extrae del penco de la cabuya negra haciendo un orificio de donde caerá el jugo desde la cabuya, con un raspador se extrae el líquido del penco se lo hace dos veces por día en la mañana

y en la tarde, el jugo se lo pone a hervir y se lo cierne, el chaguarmishqui es tomado en fiestas específicas, son las mujeres de la comunidad de Salasaca quienes expenden este brebaje en las ferias de los lugares cercanos (Mejía, 2011).

La chicha de jora

Se la prepara en casi todas las festividades de la Provincia de Tungurahua, en celebraciones religiosas de cantonización, festejos de comunidades, carnavales, en esta preparación la base principal es el maíz, se la puede dividir en dos etapas la primera consiste en hacer la jora refiriéndose el maíz seco germinado y la segunda la elaboración misma de la chicha (Mejía, 2011).

Cantón Cevallos

Su nombre es en honor al historiador ambateño Dr. Pedro, Fermín Cevallos, antiguamente se lo denominaba Capote Bajo fue un asentamiento Panzaleo, este cantón posee un clima variado que oscila entre los 13 y 16 grados centígrados lo que lo hace apto para la agricultura, es un cantón en donde la actividad turística se ha desarrollado en la actualidad, posee quintas, hosterías, con actividades como huertos frutales tales como: manzanas, claudias, fresas, capulíes, peras y duraznos, se producen mermeladas de fresa, uvilla, manjar de leche y miel de abejas (Supe, 2019).

Fritadas del Cajón

La fritada es elaborada con sazones que constituyen el secreto que ha pasado de generación en generación, su principal ingrediente la carne de cerdo con comino, ajo macho y sal los cuales hay que dejarlos en reposo para que la carne absorba todos los aliños, se pone a freír el plátano y se sirve con mote, plátanos fritos encurtido choclo cocinado y ají criollo, este platillo se debe consumir con prudencia por su alto contenidos de grasas, el mote proporciona al cuerpo carbohidratos y calorías (Ministerio de Turismo, 2013).

Cantón Mocha

Mocha se caracteriza por sus páramos y lagunas posee una tierra rica en minerales lo que la hace propicia para el cultivo de cebolla colorada, ajo, papa y frutos, referente a sus habitantes también se dedican a la ganadería y la cría de especies menores, gran parte de la población se encuentra en el páramo andino en donde se puede observar volar al majestuoso cóndor andino, entre sus nevados tenemos el Puñalica, el volcán Carihuairazo, y el Chimborazo (Ministerio de Turismo, 2013).

Papas con cuero

Mocha es conocido por su actividad gastronómica, conocido por sus platos típicos la papa con cuero es considerada una comida ancestral que los indígenas consumían, una preparación con un sabor exquisito, el cuero de chanco durante la Colonia, era considerado un desecho por los españoles en tanto nuestros indígenas recibían el cuero y se las ingeniaron para combinarlo con papas y algunos otros acompañantes, así nació este famoso plato, actualmente también se lo sirve acompañado de queso fresco, cilantro picado y cebolla (Supe, 2019).

Cantón Quero

El cantón Quero ubicado al sur de la Provincia de Tungurahua a 18 kms de la ciudad de Ambato, su clima oscila entre los 11 y 13 grados centígrados, etimológicamente proviene del kichwa “Quero o Quiro” que significa copa o vaso de madera, sus pobladores aprendieron de los incas las técnicas para la agricultura, artesanía y ganadería, en la actualidad son muy reconocidas sus artesanías como cucharas de palo, tablas de picar entre otros su materia prima es el pino y el aliso (Supe, 2019).

Quero es un cantón agropecuario y gracias a su clima se puede desarrollar el cultivo de varias especies de plantas y también la crianza de animales, entre sus principales cultivos tenemos: las papas, habas, arveja, cebolla blanca, al hablar de su comida

típica tenemos: helados de uvilla las papas con cuy, mote, queso y habas, ocas y la tradicional chicha de jora alimentos que se consumen en temporadas de fiestas, las comidas se preparan en fogones de leña (Cevallos, 2016).

Champús

Se lo elabora a base de maíz blanco molido, con panela o atado de dulce, especias dulces uno de sus principales ingredientes es el mote pelado, naranjilla y anís, se lo puede servir caliente o frío (Muñoz, 2015).

3. Objetivos

Objetivo 1.- Describir el turismo digital.

El nuevo entorno digital ha cambiado la forma de transmitir y recibir la información, el usuario es quien controla, domina, maneja y conecta los contenidos de una forma no lineal creando las denominadas obras abiertas a través de la participación y la interacción, esta narración digital es posible gracias al hipertexto, a los recursos de multimedia e hipermedia, que permiten estructurar, interconectar e integrar la información, así la experiencia del usuario en la web también está marcada por la forma de vender los diferentes productos turísticos y las oportunidades que tienen para generar su propia experiencia de navegación (Altamirano & Tuñes, 2014).

En este contexto nace al que podemos definir como el turista 2.0, un viajero que participa de manera activa y voluntaria en Internet, utiliza la red durante los procesos de selección, compra y planificación del viaje, comparte contenidos, experiencias y recomendaciones de los productos y de los servicios turísticos empleando herramientas multimedia: videos, fotografías, entre otros, lo que lo convierte en un referente y en un promotor turístico Ecuador (Ministerio de Turismo, 2013).

Las campañas de marketing turístico contratadas por los directivos de marketing apuntan que Facebook e Instagram, considerados los canales más efectivos tanto

para construir marca y para obtener una respuesta directa entre los consumidores (Hosteltur, 2019).

Con una actualización de dos publicaciones diarias el Ministerio de Turismo invita a disfrutar del turismo de naturaleza (43%), gastronómico (20,3%), cultural (8,9%), de deporte y aventura (7,5%), de ciudad (7,5%), de sol y playa (6,3%), de compras (3,8%) añade información y saludos institucionales (1,3%), en las redes sociales se registra una considerable participación de los usuarios quienes dan 162.702 clics en la opción “me gusta” y comparten la información 12.662 veces (Altamirano & Tuñez, 2016).

La bibliografía analizada ratifica la necesidad de implementar la tecnología digital en el campo turístico, con la aportación de información gastronómica motivos que contribuyen en el desarrollo de la presente investigación, generando un enfoque de potencializar a los atractivos turísticos en medios digitales.

Objetivo 2.- Analizar la gastronomía representativa de Tungurahua.

Dentro del territorio ecuatoriano existe una verdadera pluralidad en las ofertas que da a conocer al resto del mundo, entre lo más destacado estarán los productos gastronómicos, siendo un Ecuador culinario conformado por recetas ancestrales y fotografías recopiladas a través del tiempo, en este aspecto cabe destacar, que la comida es la carta de presentación de cualquier lugar o destino, pudiendo transformar una simple comida en una gran experiencia con sabores hereditarios que se han ido perdiendo a lo largo de los años (Gilces, 2019).

El Turista Gastronómico, es toda aquella persona conocedora en gastronomía, que se desplaza exclusivamente para consumir y saborear los productos, servicios y experiencias gourmet que oferta un destino determinado, lo hace de forma prioritaria y por lo general pernocta una noche, ya sea en hospedaje colectivo o privado (SECTUR, 2018).

El Ministerio de Turismo, ha generado una guía de los principales platos típicos de Tungurahua, según se presenta en el siguiente detalle:

Figura 1. Mapa gastronómico de Tungurahua



Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013)

Tungurahua es una provincia muy rica en gastronomía, que lo demuestra su situación geográfica conveniente ser considerada una potencia gastronómica, por lo que a continuación se detalla los principales platos gastronómicos según cada cantón:

Figura 2. Reseña gastronómica de Tungurahua

<p>Reseña Gastronómica Histórica del Cantón Ambato</p> <ul style="list-style-type: none"> Uapingachos Cuyes de Ficca Empanadas de Morocho Pan de Pinlo Colada Morada con Empanadas de Viento Gallinas de Pinlo Jugos y Batidos Tortillas de Maíz con Tinapa de Chochos Helados de Ficca Chocolate Ambateño 	<p>Reseña Gastronómica Histórica del Cantón Quero</p> <ul style="list-style-type: none"> Colada de Arveja con Cuy Tortillas de Yuca con Menudo de Cerdo Helados de Uvilla
<p>Reseña Gastronómica Histórica del Cantón Baños</p> <ul style="list-style-type: none"> Jugo de Caña Camote en Caldo de Carne Malcochas y Dulces Caldo de Gallina - Licor El Sánduche -Cóctel 	<p>Reseña Gastronómica Histórica del Cantón Tisaleo</p> <ul style="list-style-type: none"> Fritada de Alobamba Locro de Cuy Turrone
<p>Reseña Gastronómica Histórica del Cantón Cevallos</p> <ul style="list-style-type: none"> Hornado Chicha de Maíz Fritadas de Cajón Mermelada de Uvilla 	<p>Reseña Gastronómica Histórica de Mocha</p> <ul style="list-style-type: none"> Papas con Cuero Papas con Maní y Cuy Maíz Tostado Caldo de Gallina Choclos y Habas con Queso Quimbolitos
<p>Reseña Gastronómica Histórica de Paillo</p> <ul style="list-style-type: none"> Tamales Empanadas de Tiesto con Panela Tzawar Mishki 	<p>Reseña Gastronómica Histórica de Patate</p> <ul style="list-style-type: none"> Arepas de Zapallo Vinos de Patate Vino de Consagrar Chicha de Uva
	<p>Reseña Gastronómica Histórica de Pillaro</p> <ul style="list-style-type: none"> Yaguarlocro Caldo de Morcilla Aji de Cuy Truchas de Quillán Playa Pato al Lodo Champús

Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013)

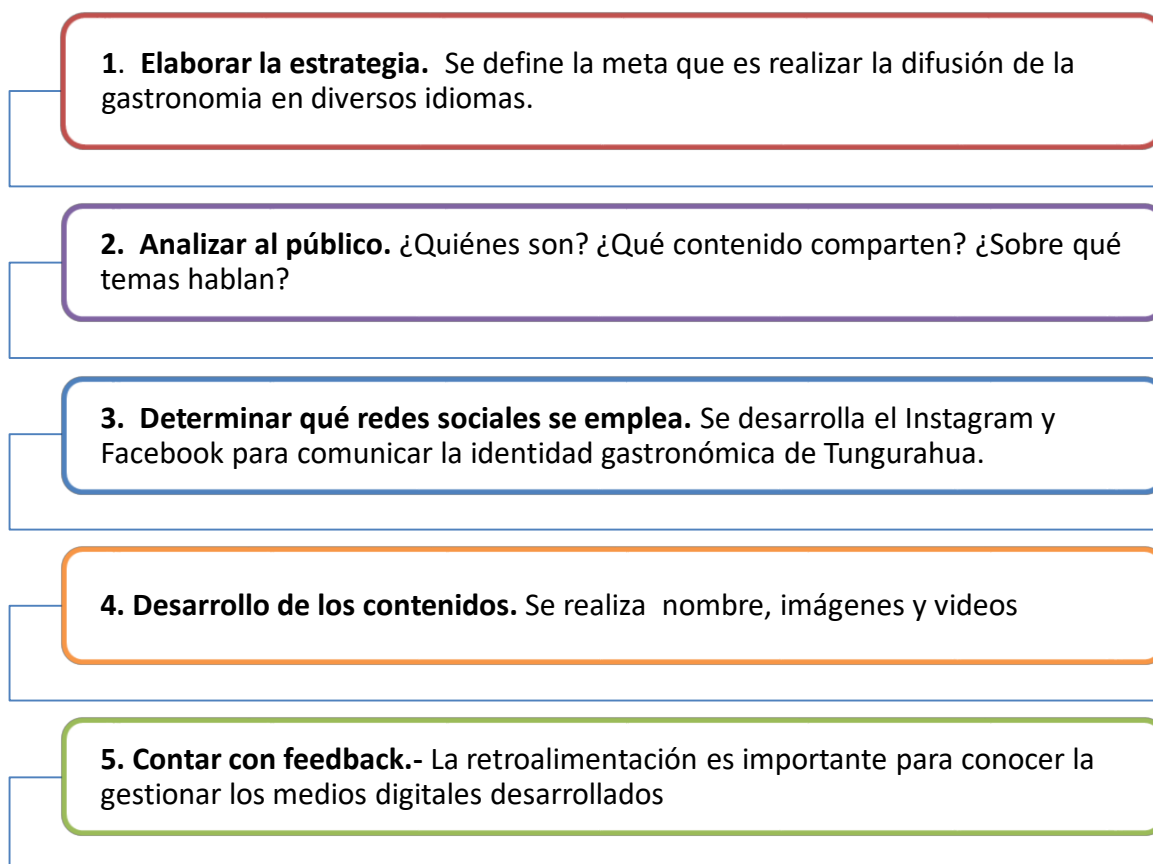
La relevancia del turismo gastronómico es que se dan a conocer las especialidades de las zonas que los turistas deseen visitar y que su principal experiencia sea degustar una gama de nuevos sabores y la diversidad de los ingredientes por lo que se reconoce que en Tungurahua se tiene una amplia oferta de platos tradicionales.

Objetivo 3.- Proponer una estrategia de comunicación en diversos idiomas que dinamice el turismo digital motivado por la comida de Tungurahua.

Esta investigación propone la creación una estrategia de comunicación en diversos idiomas, es decir, dinamizar el turismo digital motivado por la comida de Tungurahua, dando una revalorización cultural a los alimentos, se considera una guía gastronómica multilingüe como un espacio en el que se encuentran ilustraciones llamativas e información detallada en el idioma español, inglés y francés de los platos más representativos de los cantones de Tungurahua.

A continuación, se describe en el diagrama la metodología que se aplicará para el desarrollo del tercer objetivo

Figura 3. Desarrollo de estrategia de comunicación



Elaborado por: Calero E. (2020).

1. El primer paso de la estrategia es definir la meta.

Este año el turismo ecuatoriano arrancó con cifras positivas al registrar 1,117.408 entradas de turistas extranjeros al país, hasta el mes de octubre, provenientes principalmente de Colombia, Estados Unidos, Perú, Francia y Reino Unido (Flores, 2018).

Este antecedente permite proponer la creación una estrategia de comunicación se escoge el español como lengua de Latinoamérica y España, por los turistas extranjeros en su mayoría de los países vecinos Colombia y Perú, como segundo idioma se considera el inglés por ser un lenguaje universal y lengua hablada en Estados Unidos y Reino Unido, la tercera lengua escogida es el francés que se habla en varios países como: Francia, Bélgica, Suiza, Luxemburgo y Canadá.

Se considera como meta diseñar una guía gastronómica multilingüe como un espacio en el que se encuentran ilustraciones llamativas e información detallada en idiomas español, inglés y francés.

2. En el segundo punto se analiza al público.

El turismo en la provincia de Tungurahua va creciendo a pasos agigantados mejorando significativamente las situaciones de años pasados, por su parte el turismo gastronómico está presentando gran acogida en la actualidad, es una gran tendencia el foodie, que son las personas que son aficionadas a la comida y la bebida, experimentan nuevos sabores a quien le apasiona el buen comer y comenta usualmente en medios digitales.

Se identifica, así como el público escogido personas que usan medios digitales, a quienes les gusta interactuar como la información de la gastronomía, por lo que es necesario aprovechar esa necesidad y promover el potencial turístico a través de herramientas digitales que permitan a los visitantes visualizar las recetas en sus idiomas nativos, así en esta investigación todos los contenidos que se construyen serán pensados en función del público.

3. El tercer punto es determinar qué medios digitales se emplean.

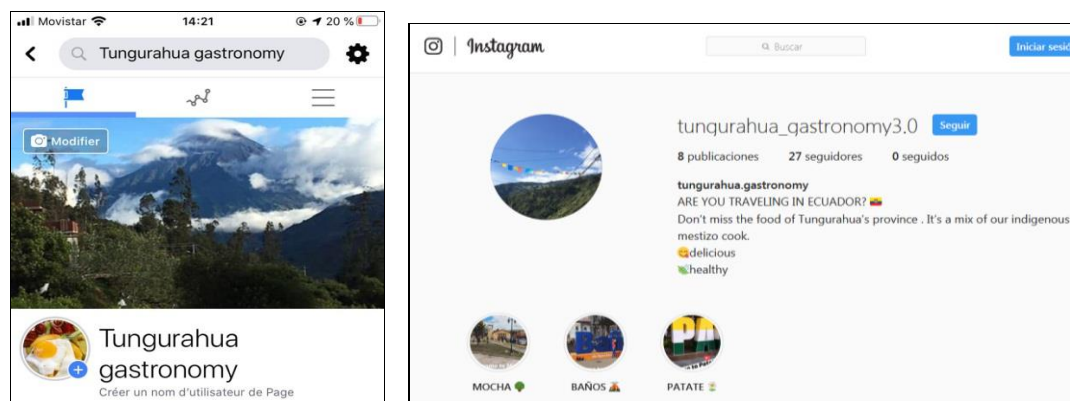
En esta etapa se prioriza que medio digital se empleará, para la presente investigación se desarrollan dos medios digitales de los más utilizados dentro de las redes sociales, tal es así el Instagram y el Facebook, por la versatilidad al subir fotos y vídeos y su amplio uso ya que están disponibles para dispositivos Android e iOS.

Los dispositivos inteligentes como: teléfonos y tabletas ofrecen nuevas capacidades tanto en el ámbito tecnológico como de almacenamientos demasiado atractivos para el usuario, los cuales permiten grandes variedades de aplicaciones móviles con grandes funcionalidades de uso (Flores, 2018).

La nueva integración de interfaces abre oportunidades para las aplicaciones digitales que hacen especial énfasis en el avance de la tecnología de teléfonos inteligentes proporcionado (Jiménez, 2015), por estas razones se eligen las redes sociales, considerando las posibilidades del Instagram y Facebook como medios digitales que permiten comunicar la identidad gastronómica de Tungurahua de mejor manera.

Al ingresar se visualiza el perfil de Tungurahua_gastronomy3.0, nombre con el que se denomina las páginas desarrolladas, se ilustra como un block con una reseña que invita al turista a visitar y comer en la provincia d Tungurahua resaltando lo delicioso de la mezcla de la cocina mestiza e indígena.

Figura 4. Medios digitales empleados



Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Visitas a Cantones de Tungurahua

El Instagram es una aplicación que actúa como una red social escogida por los usuarios por gran diversidad de efectos fotográficos, el link de acceso es: https://instagram.com/tungurahua_gastronomy3.0?igshid=dmcjo1auktpg, en caso del Facebook, se escoge por ser una red social muy usada el link de acceso es: https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=110194880492695&id=105789697599880, estos sitios permiten la interacción con las personas además de presentar la posición, temperatura, música, hashtag, permiten realizar preguntas y elecciones de gustos.

4. Desarrollo de los contenidos

Se realiza la recolección de datos en los cantones de Tungurahua, que permite tener información para la recopilación de la gastronomía propia de cada cantón, además se realiza un análisis completo de las fuentes de información para la recolección de datos descriptivos que promuevan la viabilidad de la propuesta.

Dentro de los medios digitales escogidos se encuentra una sección de historias de cada uno de los cantones, resaltando de una manera visual y dinámica los atractivos, acompañada de música, explicaciones o el sonido propio de lugar, lo que permite que se obtenga una sensación auténtica de una vista y la curiosidad de probar cada distinción gastronómica del lugar.

Figura 5. Visitas de cantones para recolección de datos.



Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Visitas a Cantones de Tungurahua

Esta etapa se analiza las redes sociales para observar lo que allí ocurre y evaluar la mejor manera de presentar tus contenidos mediante la revisión de los foodie, que son las personas que son aficionadas a la comida y la bebida, experimentan nuevos sabores a quien le apasiona el buen comer y comenta usualmente en medios digitales.

La meta es dinamizar el turismo digital motivado por la comida de Tungurahua, dando una revalorización cultural a los alimentos, se considera una guía gastronómica multilingüe como un espacio en el que se encuentran ilustraciones llamativas e información detallada en el idioma español, inglés y francés de los platos más representativos de los cantones de Tungurahua.

Figura 6. Información de platos en idiomas español, inglés y francés

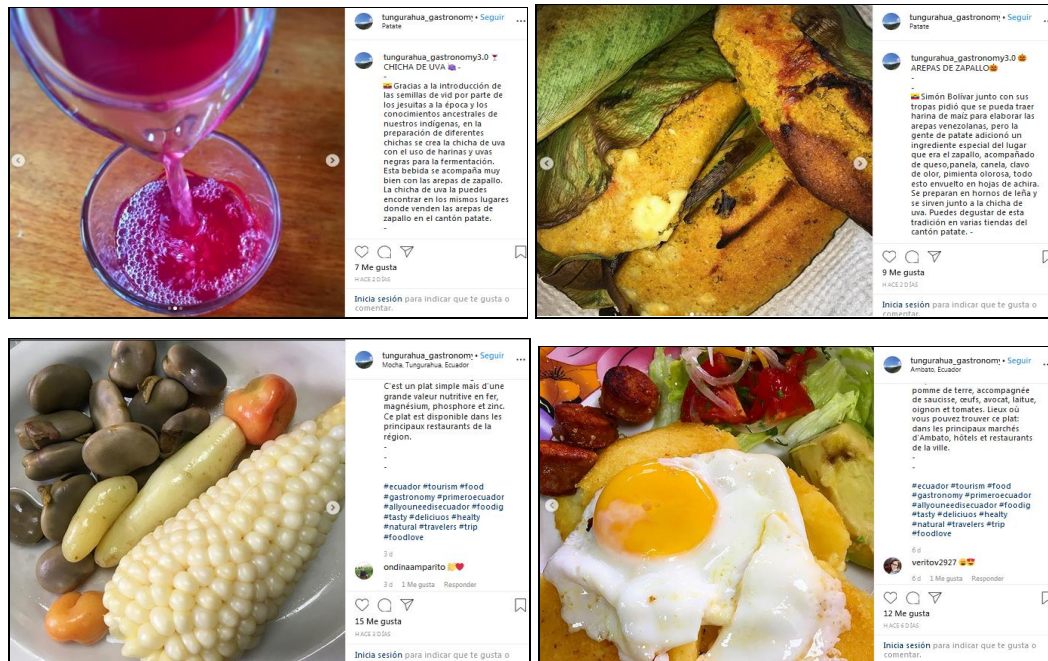


Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Visitas a Cantones de Tungurahua

En esta etapa se realiza distintos tipos de contenidos nombre, imágenes y videos. En esta etapa se cuenta con fotografías propias, empleando herramientas gratuitas que permiten generar diseños y contenidos de interesantes para el público.

Mediante fotografías se detalla la gastronomía más relevante de cada cantón, visualizada en varias fotografías propias del investigador, en la que se reseña la descripción en español, inglés y francés de cada plato.

Figura 7. Fotografías con la reseña en español, inglés y francés de cada plato



Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Visitas a Cantones de Tungurahua

Una de la forma de llegar a turistas espectadores de varios países es a través del hashtag lo que permite tener un mayor alcance para página y crear un interés por la gastronomía de Tungurahua.

Figura 8. Hashtag referente a la gastronomía de Tungurahua

#ecuador #tourism #food
#gastronomy #primeroecuador
#allyouneedisecuador #foodig #tasty
#deliciosos #healty #natural #travelers
#trip #foodlove

Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Visitas a Cantones de Tungurahua

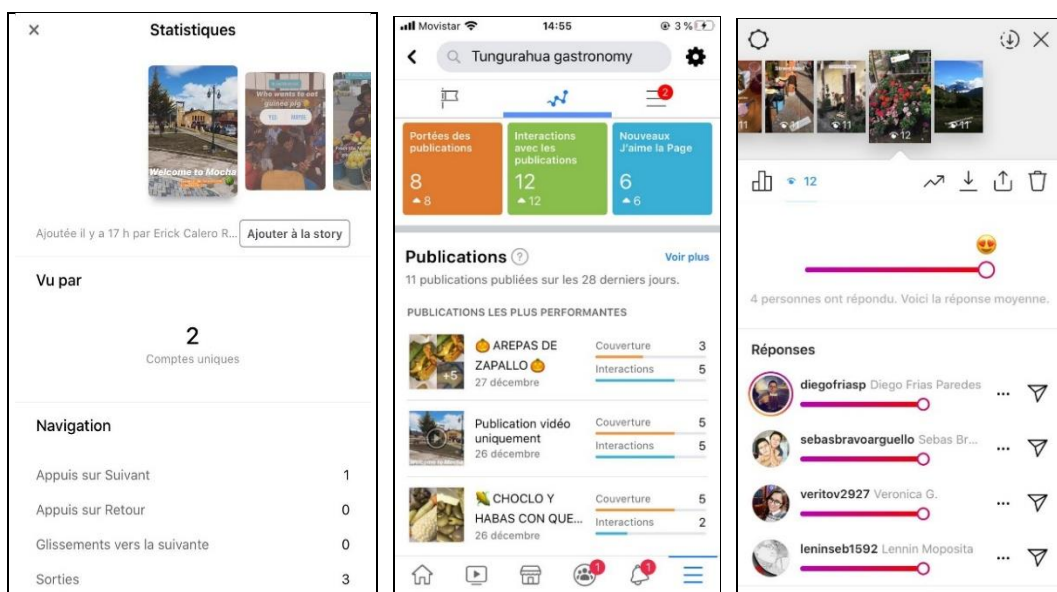
5. Contar con feedback

La interacción con los primeros contenidos bocetados, es importante para conocer la visión al respecto. Con el mundo al alcance del celular, es realmente sencillo estar actualizados sobre las tendencias que permite descubrir nuevas oportunidades de comunicación que permitan dinamizar el turismo digital con la publicación de la gastronómica de Tungurahua.

Los teléfonos actuales poseen una gran capacidad de almacenamiento, conectividad y uso, la variedad de registros puede estar relacionada de manera eficiente, éstos pueden traer grandes beneficios que van desde tareas múltiples y registro digital de datos para una gestión eficaz de la información que permite una recuperación sencilla de archivos y de la información almacenada (Flores, 2018).

Los medios digitales permiten ver la interacción en total, cuantas personas miraron, reproducen los videos, además, que permite tener estadísticas y menciones de las personas han visitado la página, respuestas, visitas al perfil, y comentarios. Así es como las publicaciones aparecen en la página.

Figura 9. Feedback de redes sociales



Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Instagram y Facebook.

De este modo se realiza una alternativa muy actual y multilingüe para que el viajero visualice los platos más representativos de los cantones de Tungurahua y paisajes típicos del lugar, rescatando la cultura, paisajes y en los cuales se puede interactuar con la historia de la gastronomía de en los tres idiomas.

Hipótesis

Para la presente investigación se plantea la siguiente hipótesis:

El turismo digital en diversos idiomas tiene incidencia en el turismo gastronómico de Tungurahua.

Señalamiento de las variables

Variable independiente: Turismo digital en diversos idiomas

Variable dependiente: Turismo gastronómico

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

En este capítulo se describen los materiales y métodos que se utilizaron para el desarrollo de este proyecto de investigación, los cuales fueron descritos de acuerdo a la finalidad y el propósito que éstos aportan dentro de la misma; hay que considerar que se utilizaron varias técnicas e instrumentos que fueron de gran aporte al desarrollo de este trabajo de investigación. A continuación, se detallan cada uno de los materiales y métodos:

2.1. Materiales

Los materiales utilizados para esta investigación fueron, las fichas del Manual Metodológico para la Elaboración del Atlas “Patrimonio Alimentario” del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, dentro de este manual se tomó en consideración la ficha A4 denominada “Ficha de productos elaborados” y una encuesta en la que se pide elegir los platos más representativos de la ciudad

Encuesta

La encuesta permite visualizar el vínculo existente entre la tecnología, el turismo de los cantones y beneficio para el viajero, se solicitó a los encuestados calificar del 1 al 5 una lista 10 ítems, mediante escala de Likert; en donde 1 es la opción menor y 5 la opción mayor, con preguntas direccionadas a proponer una estrategia digital de comunicación en diversos idiomas que dinamice el turismo en referencia a la gastronomía propia de los cantones de Tungurahua,

Fichas del atlas

La información que generan estas fichas es la que se recoge en la investigación de campo, permitiendo que cada producto esté registrado en una sola ficha, la misma que tiene toda la información de la región del producto, la ficha de productos elaborados tiene los siguientes ítems: nombre del producto, ancestralidad, época de consumo, lugares, imagen, descripción, zonas tradicionales de consumo, ingredientes, preparación, propiedades, estado de conservación (Flores R. , 2018).

El objetivo de las fichas es dar a conocer la historia y las razones culturales que se expresan en cada preparación, así como también poner en consideración acerca de la identidad del alimento con el que se realiza cada preparación, explicando las tradiciones ancestrales y las formas o momentos en los que se puede consumir el mismo, así como también indicar los lugares en donde se los puede encontrar (Montalvo, 2019).

El diseño de la ficha tiene por propósito considerar el uso de los alimentos que se utilizan para la elaboración de platos típicos, rescatando la historia y las tradiciones alimenticias que poseen cada uno de las preparaciones, explicando las recetas, preparación y épocas en las que se pueden consumir y como valor agregado constan la traducción en inglés y español.

2.2. Métodos

Tomando en consideración a Sampieri (2010), en el cual se define a la metodología de la investigación como un conjunto de procesos que tienen simetría y que son aplicables a un estudio de algún fenómeno, para este caso de estudio se utiliza un enfoque mixto compuesto por la descripción cuali-cuantitativa del proyecto o también llamado enfoque mixto.

Cualitativo, debido a que está encaminada a la justificación de la hipótesis propuesta, a través de la búsqueda de los orígenes, realidades, situaciones y descripción de las cualidades del objeto de estudio, además de la explicación de las aplicaciones digitales multilingües que permite obtener información de platos típicos de la gastronomía de los cantones de Tungurahua.

Cuantitativo, es considerado así debido a la importancia al momento de analizar los datos estadísticos de recolección de información todo esto mediante preguntas basadas en un cuestionario estructurado con el fin de poder establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Experimental de Campo, el uso de esta metodología experimental es esencial en el ámbito de las aplicaciones móviles, dado que se necesita de la experiencia basada en el uso de medios digitales, para de esta manera poder determinar sus aciertos y mejorar los aspectos negativos con los que cuenta dicha herramienta informática.

Si hablamos de nuestro último siglo las tecnologías móviles se han convertido en un instrumento indiscutible de la vida cotidiana, es por ello que se implementa imágenes visuales usando las técnicas digitales basándonos en los resultados positivos que se muestran en la población en el uso de la tecnología (Altamirano & Tuñez, 2016).

Para el desarrollo y difusión es necesaria la implementación de un modelo que permita estructurar adecuadamente cada uno de sus componentes, esto es posible lograr mediante la metodología A.D.D.I.E.

Metodología A.D.D.I.E, esta metodología sirve como guía para los procesos pertinentes para las actividades que incluyan desarrollo o diseño de una herramienta informática o alguna clase de este material. Es el acrónimo de los términos: Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación, en diferentes fases (Gilces, 2019).

Fase 1. Análisis. En esta etapa se revisará y evaluará las herramientas disponibles para la creación de la aplicación, entre los aspectos a tomar en cuenta estarán la facilidad de desarrollo, la accesibilidad, las herramientas dispuestas para satisfacer la idea y si estas son gratuitas o de pago para que esta aplicación sea lo más eficaz posible.

Fase 2. Diseño. La segunda fase de esta metodología es el diseño, en esta etapa se gestiona el desarrollo sistemático de la creación, para finalizar siendo un esquema para la parte de elaboración del aspecto visual, el modelo que se desarrollará contendrá una secuencia y estructura.

Una de las razones por la que los turistas desean salir en busca de nuevos destinos, es por la gran variedad de gastronomía que tenga un lugar, de la tradición que representa y cómo su alimentación influye para la identidad de este pueblo, región o comunidad. Su gastronomía define de tal magnitud lo que son, cómo brindar nuevas experiencias gastronómicas a los turistas y cómo esos saberes ancestrales los ayudan a sentirse satisfactorios y que en sus deseos esté regresar (Gilces, 2019).

De esta forma la modalidad de turismo aprovecha los beneficios de la comida y su propósito es satisfacer las necesidades de turistas creando una experiencia gastronómica multilingüe.

Básicamente se aprecia el diseño de una herramienta digital como instagram o facebook, con fotografías ilustradas de los platos seleccionados por cantón con las respectivas explicaciones en español, inglés y francés.

Fase 4, Evaluación. En esta etapa se mide el nivel de cumplimiento que el proyecto tuvo con los objetivos planteados mediante el uso de instrumentos de evaluación. El turismo de muchas maneras se ve obligado a concienciar en las comunidades locales adquiriendo valor patrimonial, el cual despierta el interés de los turistas (Gilces, 2019).

En las localidades se trata de reforzar la identidad cultural que engloba su historia y su patrimonio material e inmaterial; al mismo tiempo que se trata de salvaguardar el patrimonio cultural que se ha venido incentivando a través del turismo. (Celeste Jiménez de Madariaga, 2019)

Para la evaluación de este proyecto se hizo uso del modelo de encuestas que permiten concluir la edad, experiencia y voluntariedad influyen para el desarrollo de esta investigación.

Población. - En la presente investigación la población la conforman los turistas que visitan los diferentes puntos de atracción de los cantones de Tungurahua. El método al azar es utilizado en los casos donde no es posible seleccionar los elementos y se deben sacar conclusiones con los elementos que estén disponibles, de tal manera que, al no hallarse un registro de la población a estudiarse, los elementos que conforman la muestra y quienes van a ser investigados son aquellos de factible acceso (Herrera, Luis; Medina, Arnaldo; Naranjo, Galo, 2015). Con este antecedente se estima la muestra de 100 personas encuestadas entre turistas nacionales y extranjeros que acuden a los diferentes centros gastronómicos de Tungurahua.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

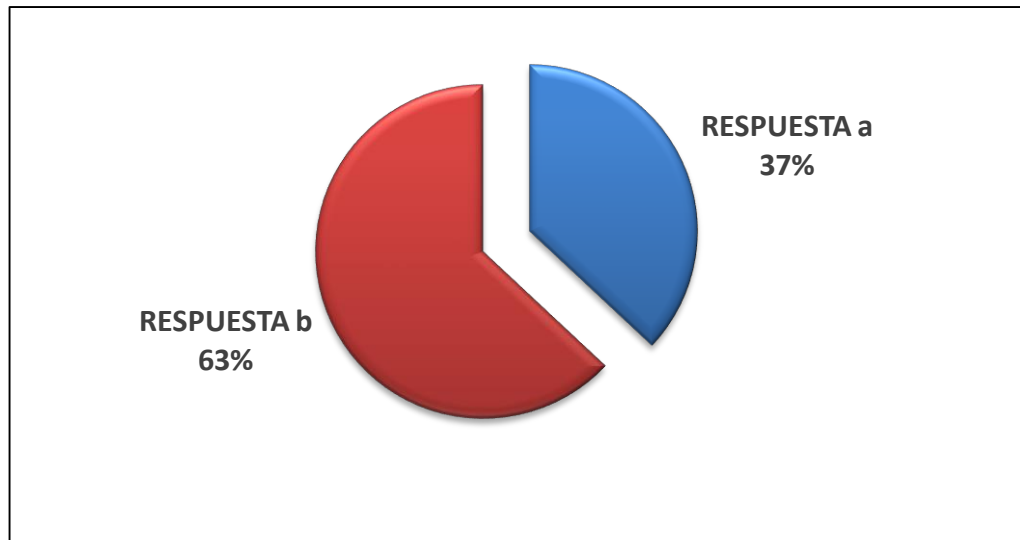
3.1 Análisis y discusión de los resultados

Tabla 1. Pregunta 1
¿Es usted ecuatoriano o de otro país?

Pregunta 1	Frecuencia	Porcentaje
a Ecuatoriano	37	37%
b Extranjeros	63	63%

Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Encuestas

Figura 10. Pregunta 1



Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Encuestas

Análisis. De las 100 personas encuestadas que corresponden al 100%, 63 que son el 63% son extranjeros y, 37 que equivale al 37% son ecuatorianos.

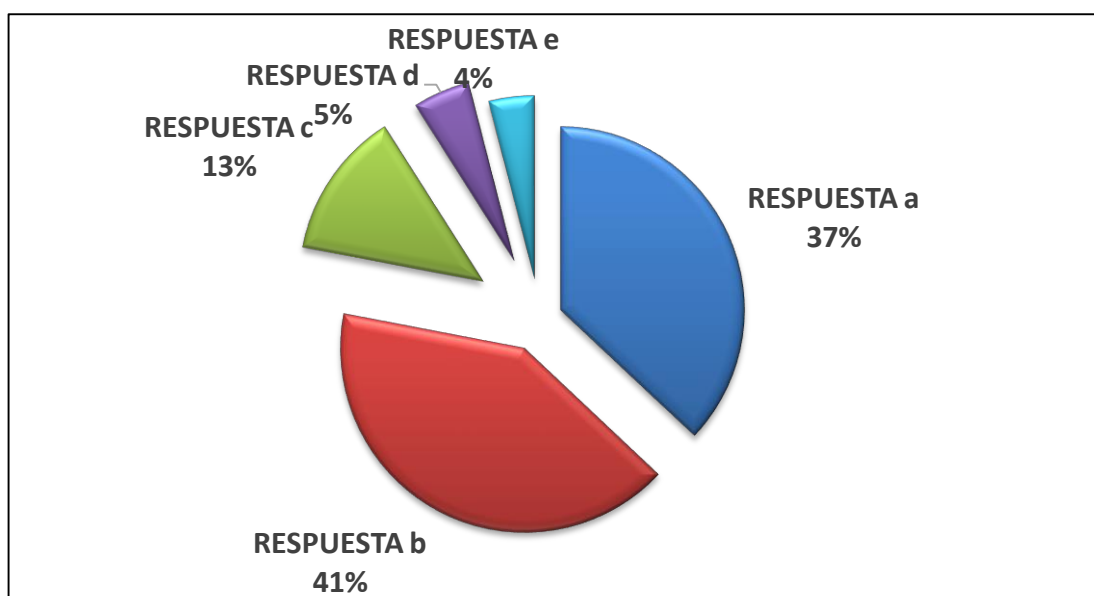
Discusión. Con base al análisis anterior, se evidencia que en los encuestados predominan los extranjeros con casi dos tercios de ellos y, en menor número con algo más de un tercio son ecuatorianos.

Tabla 2. Pregunta 2
Su edad está entre:

Pregunta 2	Frecuencia	Porcentaje
A 18 – 25	37	37%
B 26 – 35	41	41%
C 36 – 45	13	13%
D 46 – 55	5	5%
E Más de 55	4	4%

Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Encuestas

Figura 11. Pregunta 2



Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Encuestas

Análisis. De las 100 personas encuestadas que equivalen al 100%, 41% tienen una edad en el rango de 26 a 35 años; 37% están en el rango de 18 a 25 años, seguido de un menor porcentaje de 13% de 36 – 45 años, 5% en edades entre 46 – 55 años, y un pequeño porcentaje 4% en edades de más de 55 años.

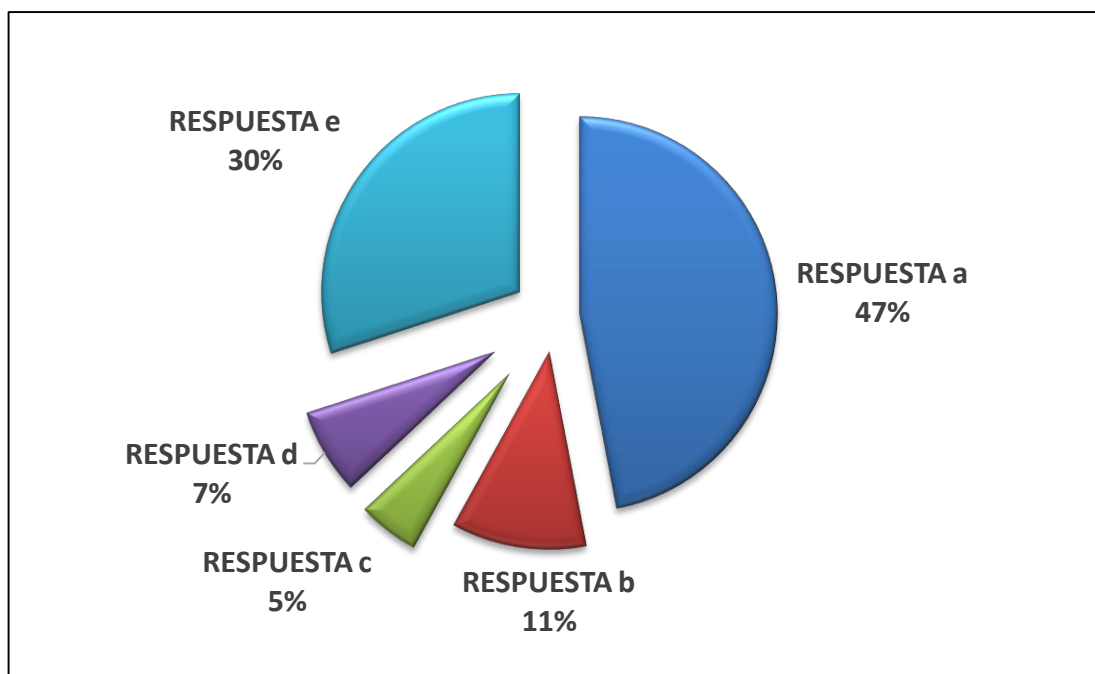
Discusión. Con base al análisis anterior se evidencia que el rango de edad predominante es de 26 a 35 años y, el menos numeroso el de edad superior a 55 años

Tabla 3. Pregunta 3
¿Qué uso les das a los medios digitales durante un viaje?

Pregunta 3	Frecuencia	Porcentaje
a Hablar con familia y amigos	47	47%
b Conocer lugares turísticos	11	11%
c Informarse del tiempo	5	5%
d Conocer recomendaciones	7	7%
e Hacer reservas	30	30%

Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Encuestas

Figura 12. Pregunta 3



Elaborado por: Calero E. (2020).
Fuente: Encuestas

Análisis. Hablar con familia y amigos 47 que son el 47%, Conocer lugares turísticos 11, que son 11%, Informarse del tiempo 5 personas equivalente al 5%, Conocer recomendaciones 7 que es un 7% y Hacer reservas 30 que representa 30%

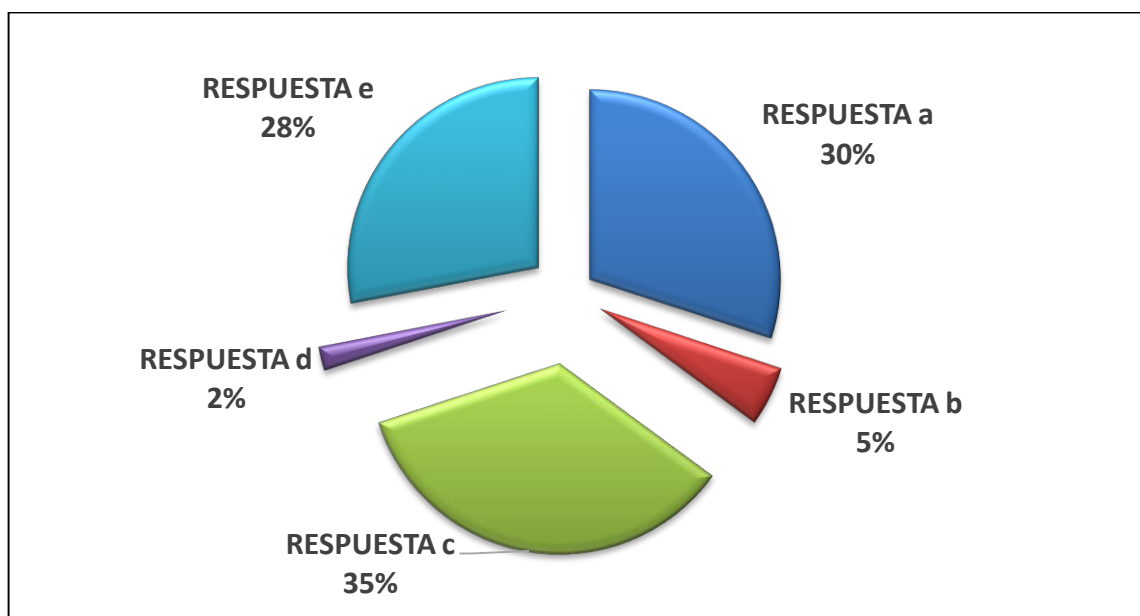
Discusión. Considerando los datos obtenidos de las encuestas se evidencia el mayor uso en casi la mitad de encuestada usa los medios digitales para comunicarse con la familia y amigos seguidos un tercio para hacer reservas.

Tabla 4 Pregunta 4
 ¿Cuáles son los medios digitales que más utiliza cuando está de viaje?

Pregunta 4	Frecuencia	Porcentaje
a Facebook	30	30%
b Twitter	5	5%
c Instagram	35	35%
d Pinterest	2	2%
e Snapchat	28	28%

Elaborado por: Calero E. (2020).
 Fuente: Encuestas

Figura 13. Pregunta 4



Elaborado por: Calero E. (2020).
 Fuente: Encuestas

Análisis. De las 100 personas encuestadas que corresponden al 100%, mencionan que usan Facebook 30 que equivale al 30%, en Twitter 5 personas que es el 5%, Instagram 35 encuestados que es un 35%, Pinterest 2 encuestados que es un 2% y Snapchat lo usan 28 personas, que significa 28%.

Discusión. Con base al análisis anterior, se evidencia que en los encuestados predominan el Facebook e Instagram con casi dos tercios de ellos y, en menor número el Twitter y el Pinterest que son escasamente usadas.

Tabla 5. Pregunta 5

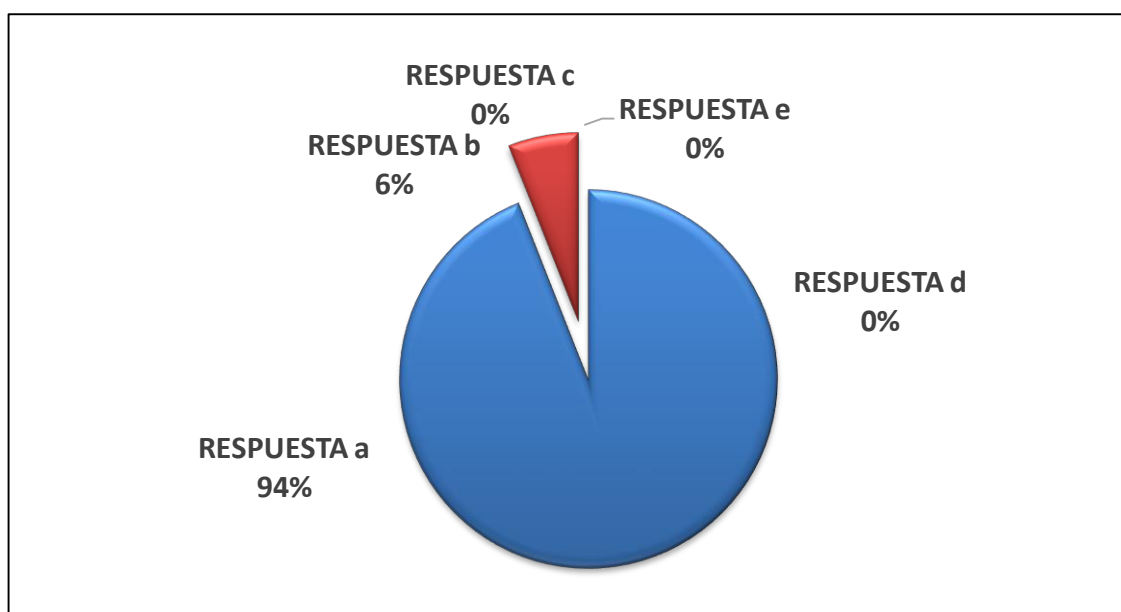
¿Con que frecuencia utiliza los medios digitales para conseguir información de sus viajes?

Pregunta 5	Frecuencia	Porcentaje
a Diario	94	94%
b Semanal	6	6%
c Quincenal	0	0%
d Mensual	0	0%
e Nunca	0	0%

Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Figura 14. Pregunta 5



Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Análisis. De las 100 personas encuestadas que equivalen al 100%, diariamente contestan 94 de los encuestados, que corresponden al 94%, semanalmente indican 6 personas, equivalente al 6% y Quincenal, Mensual y Nunca no existe ponderación registrando 0, lo que representa 0%

Discusión. Con base al análisis anterior se evidencia el mayor porcentaje usa los medios digitales diariamente para conseguir información de sus viajes un menor porcentaje solo lo hacen quincenalmente, siendo entre estos parámetros el valor total de encuestados.

Tabla 6. Pregunta 6

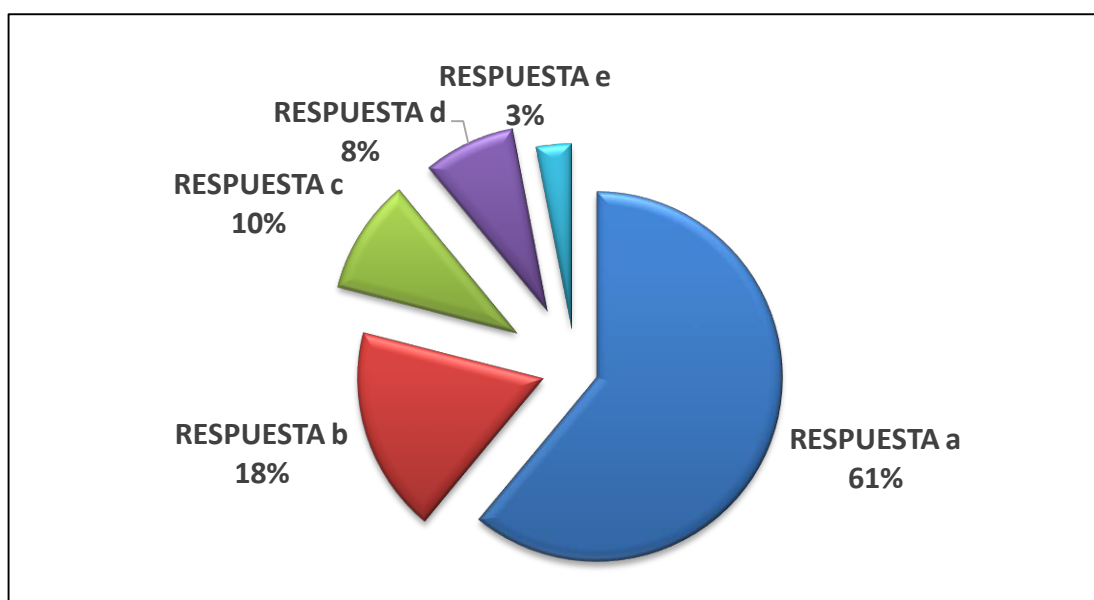
¿Qué tan importante es tener la descripción de la gastronomía del lugar que visita durante su viaje?

Pregunta 6	Frecuencia	Porcentaje
a Extremadamente importante	61	61%
b Muy importante	18	18%
c Un poco importante	10	10%
d Ligeramente importante	8	8%
e Nada importante	3	3%

Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Figura 15. Pregunta 6



Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Análisis. Se encuestaron 100 personas que equivalen al 100%, 61 contesta extremadamente importante, que es un 61%, muy importante registran 18 personas que corresponde a un 18%, un poco importante 10 que es 10%, contestan como ligeramente importante 8 que es un 8% y nada importante 3 encuestados que corresponde al 3%.

Discusión. Predomina en dos tercios las personas que consideran muy importante tener la descripción de la gastronomía del lugar que visitan, cerca de un quinto muy importante y tan solo a un pequeño porcentaje no le interesa.

Tabla 7. Pregunta 7

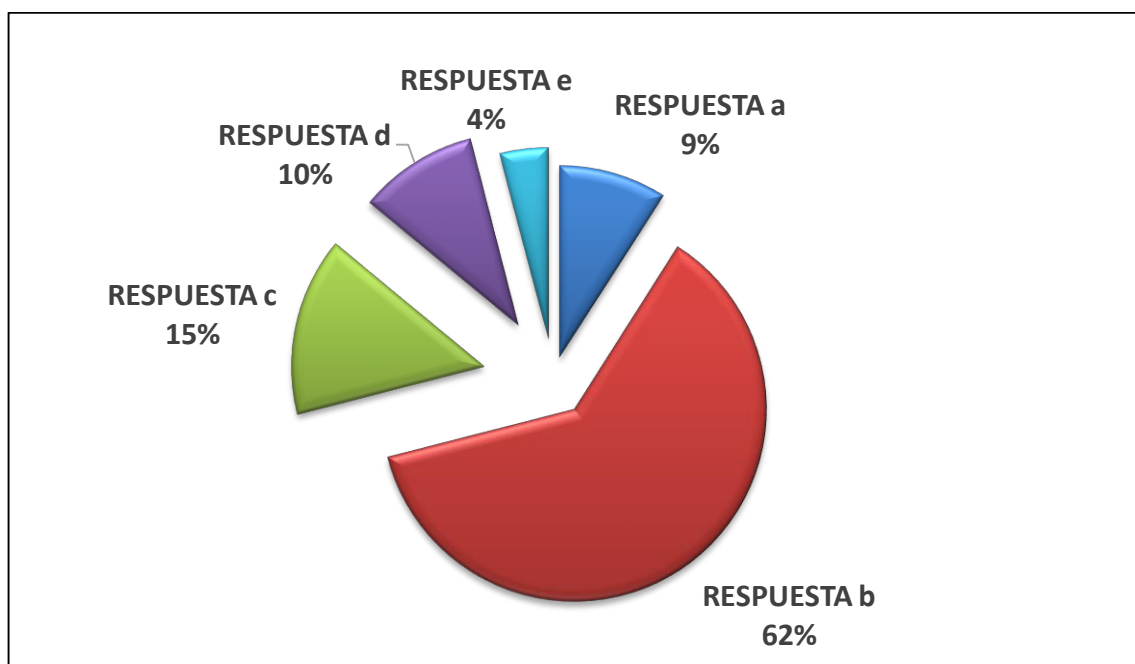
¿Ha comentado o promocionado en medios digitales sobre la comida de los lugares durante un viaje?

Pregunta 7	Frecuencia	Porcentaje
a Siempre	9	9%
b Casi siempre	62	62%
c A veces	15	15%
d Casi nunca	10	10%
e Nunca	4	4%

Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Figura 16. Pregunta 7



Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Análisis. De las 100 personas encuestadas que es el 100%, responde siempre 9 que es un 9%, casi siempre 62 que representa 62%, a veces 15 corresponde al 15%, casi nunca 10 que es el 10% y nunca 4 que es un 4%.

Discusión. Predomina en dos tercios las personas que contestan casi siempre, el tercio restante de encuestados responden entre siempre, a veces, casi nunca y nunca.

Tabla 8. Pregunta 8

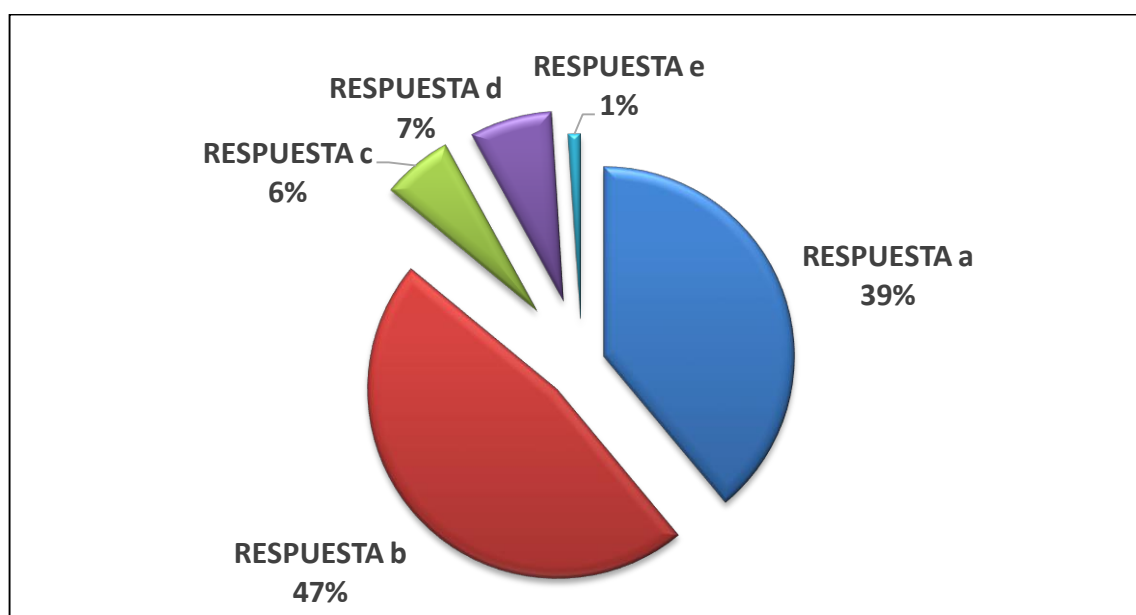
¿Considera que es importante tener la información que se puede usar en los viajes disponible en varios idiomas?

Pregunta 8	Frecuencia	Porcentaje
a Extremadamente importante	39	39%
b Muy importante	47	47%
c Un poco importante	6	6%
d Ligeramente importante	7	7%
e Nada importante	1	1%

Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Figura 17. Pregunta 8



Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Análisis. De las 100 personas encuestadas que representa el 100%, 39 responde extremadamente importante, que es un 39%, muy importante 47 que es 47%, un poco importante 6 que es un 6%, ligeramente importante 7 que representa 7% y nada importante 1 que es el 1%.

Discusión. Con base al análisis anterior se evidencia que el rango que predomina en casi la mitad que es muy importante tener la información para los viajes, un tercio extremadamente importante, siendo los encuestados que consideran casi nula.

Tabla 9. Pregunta 9

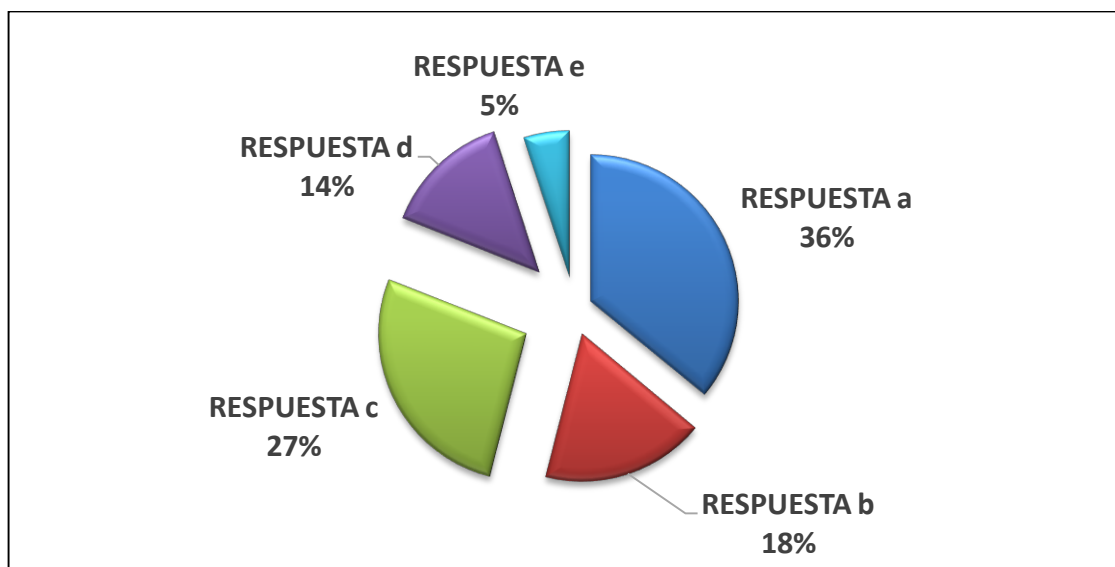
¿Qué tan importante considera universalizar la información gastronómica propia de cada lugar?

Pregunta 9	Frecuencia	Porcentaje
a Extremadamente importante	36	36%
b Muy importante	18	18%
c Un poco importante	27	27%
d Ligeramente importante	14	14%
e Nada importante	5	5%

Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Figura 18. Pregunta 9



Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Análisis. De las 100 personas encuestadas que equivalen al 100%, 36 responden de extremadamente importante 36 que corresponde al 36%, muy importante 18 que es 18%, un poco importante 27, que es 27%, ligeramente importante 14 personas que es 14% y como nada importante responden 5 que corresponde al 5%.

Discusión. Se evidencia que alrededor de un tercio considera la universalización de la información gastronómica extremadamente importante y otro tercio un poco importante.

Tabla 10. Pregunta 10

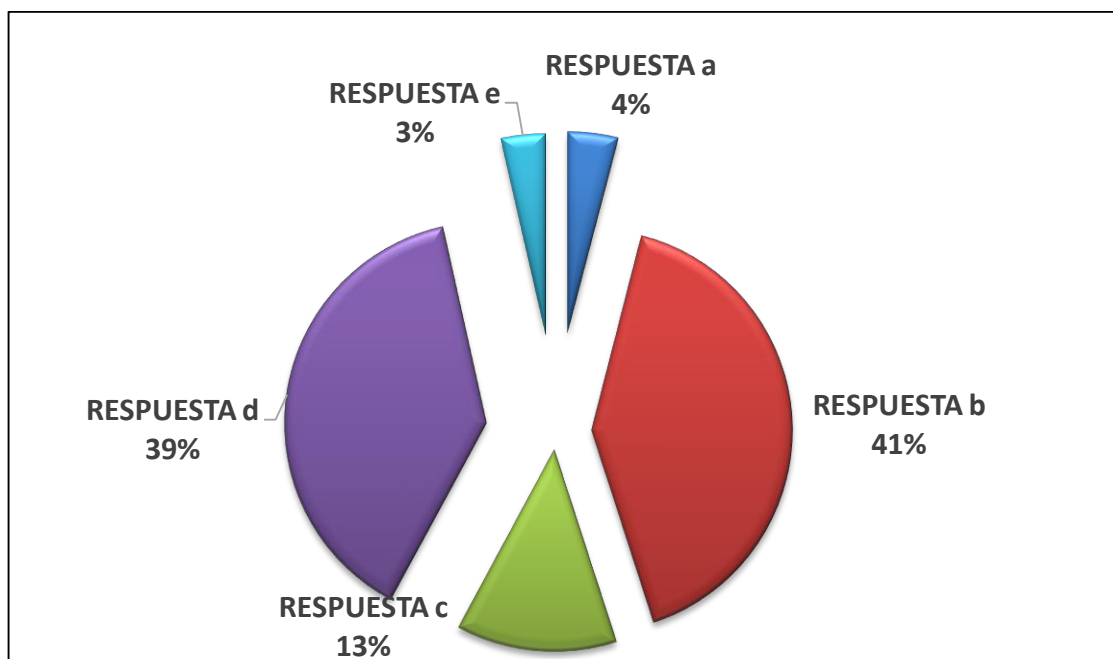
¿En qué idioma le gustaría encontrar la información en medios digitales?

Pregunta 10	Frecuencia	Porcentaje
a Español	4	4%
b Inglés	41	41%
c Alemán	13	13%
d Francés	39	39%
e Mandarín	3	3%

Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Figura 19. Pregunta 10



Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Análisis. De las 100 personas encuestadas que corresponde al 100%, 4 contestan que la lengua sería el idioma español que es un 4%, 41 personas inglés que es el 41%, 13 dicen que alemán que es un 13%, 39 señalan que francés que es un 39% y mandarín 3 de los encuestados que es un 3%

Discusión. Se evidencia que el rango de predominante en alrededor de cuatro quintos es para los idiomas inglés y francés, razón por la que se eligen estos para la presente investigación.

Tabla 11. Pregunta 11

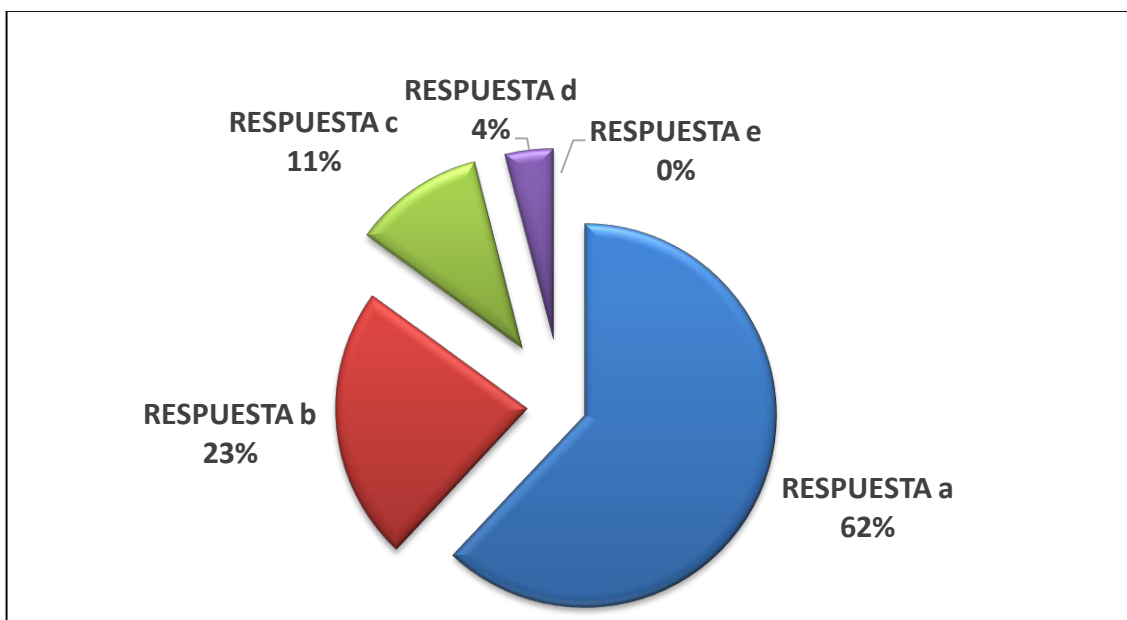
¿Estarías dispuesto a seguir un medio digital para mejorar la experiencia en el consumo de productos gastronómicos?

Pregunta 11	Frecuencia	Porcentaje
a Siempre	62	62%
b Casi siempre	23	23%
c A veces	11	11%
d Casi nunca	4	4%
e Nunca	0	0%

Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Figura 20. Pregunta 11



Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: Encuestas

Análisis. De las 100 personas encuestadas que equivalen al 100%, 62 responden siempre en un 62%, 23 casi siempre 23%, 11 contestan a veces que es el 11%, 4 casi nunca que es el 4% y nunca ninguno de los encuestados.

Discusión. Con base al análisis anterior se evidencia que respuesta en casi cuatro quintos es de personas que estarían dispuesto a seguir un medio digital gastronómico.

Verificación de hipótesis

Para la comprobación de la verdad o autenticidad de las variables planteadas en esta investigación se utiliza el método estadístico conocido como Chi cuadrado, que nos permite obtener información con la que aceptamos o rechazamos la hipótesis.

Planteamiento de hipótesis

Para la validación de la hipótesis se hace el siguiente planteamiento:

H0: El turismo digital en diversos idiomas no tiene incidencia en el turismo gastronómico de Tungurahua.

H1: El turismo digital en diversos idiomas tiene incidencia en el turismo gastronómico de Tungurahua.

Modelo matemático

H0: $O = E$

H1: $O \neq E$

Modelo estadístico

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Regla de decisión

$1 - 0,05 = 0,95$;

$gl = (c-1)(r-1)$

$gl = (5-1)(2-1) = 4$

Al 95% y con 4 gl X^2 es igual a 9,49

Se acepta H_a si, X^2 es menor o igual a 9,49, caso contrario se rechaza al α de 0,05.

Se acepta H_o , si X^2 es \leq a 9,49 con α 0,05

Tabla 12. Chi cuadrado

DISTRIBUCION DE χ^2

Grados de libertad	Probabilidad										
	0,95	0,90	0,80	0,70	0,50	0,30	0,20	0,10	0,05	0,01	0,001
1	0,004	0,02	0,06	0,15	0,46	1,07	1,64	2,71	3,84	6,64	10,83
2	0,10	0,21	0,45	0,71	1,39	2,41	3,22	4,60	5,99	9,21	13,82
3	0,35	0,58	1,01	1,42	2,37	3,66	4,64	6,25	7,82	11,34	16,27
4	0,71	1,06	1,65	2,20	3,36	4,88	5,99	7,78	9,49	13,28	18,47
5	1,14	1,61	2,34	3,00	4,35	6,06	7,29	9,24	11,07	15,09	20,52
6	1,63	2,20	3,07	3,83	5,35	7,23	8,56	10,64	12,59	16,81	22,46
7	2,17	2,83	3,82	4,67	6,35	8,38	9,80	12,02	14,07	18,48	24,32
8	2,73	3,49	4,59	5,53	7,34	9,52	11,03	13,36	15,51	20,09	26,12
9	3,32	4,17	5,38	6,39	8,34	10,66	12,24	14,68	16,92	21,67	27,88
10	3,94	4,86	6,18	7,27	9,34	11,78	13,44	15,99	18,31	23,21	29,59
	No significativo								Significativo		

Elaborado por: Calero E. (2020).

Fuente: (Guixer, 2019)

Cálculo de X^2

Para la prueba estadística se eligen las siguientes preguntas; Pregunta 7: ¿Ha comentado o promocionado en medios digitales sobre la comida de los lugares durante un viaje? Pregunta 8: ¿Considera que es importante tener la información que se puede usar en los viajes disponible en varios idiomas?

Tabla 13. Frecuencias Observadas

Preguntas	Alternativas					TOTAL
	a	b	C	d	e	
Pregunta 7	9	62	15	10	4	100
Pregunta 8	39	47	6	7	1	100
TOTAL	39	47	6	7	1	100

Elaborado por: Ortiz, T (2020)

Todos los valores expresados en la tabla se conocen como frecuencias Observadas porcentuales y se realizaron cálculos para encontrar la frecuencia porcentual esperada.

Cálculos de Chi cuadrado

Tabla 14. Frecuencias esperadas

Preguntas	Alternativas				
	a	B	c	d	E
Pregunta 7	39,0	47,0	6,0	7,0	1,0
Pregunta 8	39,0	67,1	8,6	7,0	1,0

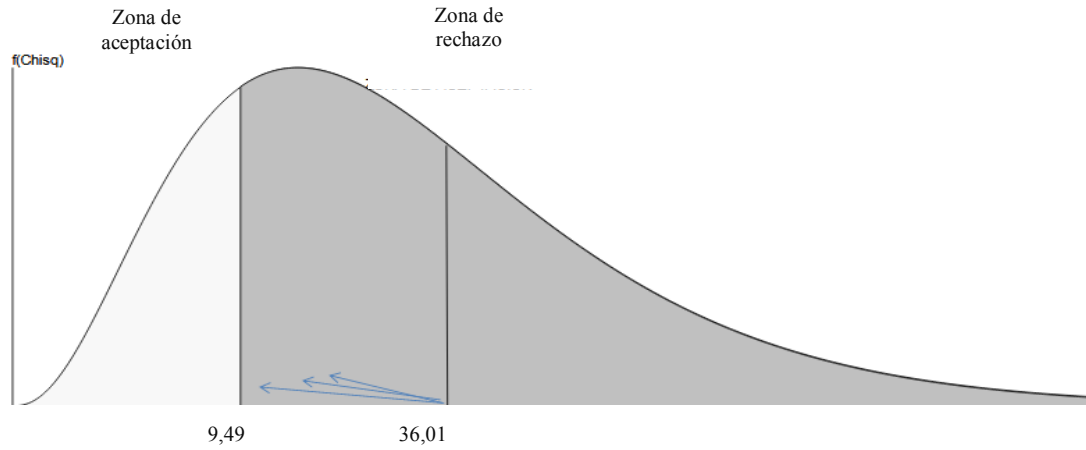
Elaborado por: Ortiz, T (2020)

Tabla 15. Cálculo Matemático

$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$	O	E	O - E	(O - E) ²	$\frac{(O - E)^2}{E}$
Pregunta 7a	39	39,0	0,0	0,00	0,00
Pregunta 7b	47	47,0	0,0	0,00	0,00
Pregunta 7c	6	6,0	0,0	0,00	0,00
Pregunta 7d	10	7,0	3,0	9,00	1,29
Pregunta 7e	1	7,0	-6,0	36,00	5,14
Pregunta 8 a	9	39,0	-30,0	900,00	23,08
Pregunta 8 b	62	67,1	-5,1	26,45	0,39
Pregunta 8 c	15	8,6	6,4	41,33	4,82
Pregunta 8 d	10	7,0	3,0	9,00	1,29
Pregunta 8 e	4	1,0	3,0	9,00	9,00
				X² =	36,01

Elaborado por: Ortiz, T (2020)

Figura 21. Chi Cuadrado



Elaborado por: Ortiz, T (2020)
Fuente: Encuestas

Decisión

Con 4 grados de libertad y a nivel de 0.05 de significación la tabla $X^2=9.49$ y el valor del Chi calculado $X^2=36.01$, por tanto se observa que X^2 calculado es mayor al reflejado en la tabla, por lo que se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 , es decir; el turismo digital en diversos idiomas tiene incidencia en el turismo gastronómico de Tungurahua.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- La bibliografía y encuestas analizadas ratifican la necesidad de implementar la tecnología digital en turismo gastronómico y que su principal experiencia sea degustar una gama de sabores tradicionales que reconocen a Tungurahua como una amplia oferta de platos, generando un enfoque de potencializar los atractivos turísticos en medios digitales.
- En la actualidad el turista hace uso frecuente de la tecnología conectado a su teléfono móvil o computador, por lo que este estudio concluye que la información digital permite una incrementar el turismo digital apersonas que están interesados en los platos representativos de los cantones de Tungurahua.
- Mediante la presente investigación, se resalta el uso del turismo digital enfocando la comida de Tungurahua, dando a conocer la gastronomía típica de los cantones a los turistas nacionales y extranjeros que buscan información digital, en español, inglés y francés; facilitando así tiempo y recursos a los turistas que revisan información en las redes sociales y solicitan opiniones de comida a degustar.
- Mediante esta investigación se ha fortalecido el conocimiento de la cultura, sus tradiciones y la riqueza culinaria que posee la provincia, factores que constituyen una fuente importante en el desarrollo turístico de los pueblos, expresiones e idiosincrasia, legado que se deja a futuras generaciones.
- En base al trabajo investigativo realizado se concluye que la presente investigación es un aporte a la información gastronómica que se visualiza en el perfil de Tungurahua_gastronomy3.0, en el que se ilustra un block como una reseña que invita al turista a visitar y comer en la provincia d Tungurahua resaltando lo delicioso de la mezcla de la cocina mestiza e indígena.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda navegar en el perfil Tungurahua_gastronomy3.0 dado que es una alternativa actual y multilingüe para que el viajero visualice los platos más representativos de los cantones de Tungurahua en los cuales se puede interactuar con la historia de la gastronomía de en los tres idiomas.
- Se recomienda que se trabaje en campañas de difusión y se genere estrategias que, del rescate de la gastronomía de la provincia de Tungurahua, con la finalidad de dar a conocer la riqueza cultural y comida tradicional de cada cantón que permitan mayor impacto para el desarrollo turístico.
- Se recomienda emplear los medios digitales para resaltar de una manera visual y dinámica los atractivos turísticos, logrando que se obtengan mayor autenticidad y la curiosidad de probar cada distinción gastronómica del lugar difundido.

Bibliografía

- Altamirano, V., & Tuñez, M. (2016). Promoción y difusión turística de los países de Iberoamérica a través de los medios sociales. *International Journal of Information systems and Tourism*, 81.
- Barrera, E. (12 de Enero de 2006). *Rutas Alimentarias. Estrategias culturales de desarrollo territorial*. Obtenido de https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/rutas_alimentarias_estrategia_cultural_de_desarrollo_rural_2006.pdf
- Barrera, E., & Bringas, O. (Enero de 2008). *Gastronomic Sciences*. Obtenido de <https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/RUTAS%20ALIMENTARIAS.%20ARQUITECTURA%20TURISTICA.pdf>
- Batat, W., Peter, P., Moscato, E., Castro, I., Chan, S., Chungani, S., & Muldrow, A. (2019). The experiential pleasure of food: A savoring journey to food well-being. *Journal of Business Research*, 392-399.
- Carvajal, G. (03 de Mayo de 2016). *"Ecuador Ancestral" Menu Ecuatoriano*. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5407/1/124101.pdf>
- Castro, J., Vallejo, L., & Estrada, N. (2019). The optimal design of the retaining walls built by the Incas in their agricultural terraces. *Journal of Cultural Heritage*, 232-237. doi:<https://doi.org/10.1016/j.culher.2018.09.013>
- Ceabtree, S., Vaughn, L., & Cabtree, N. (2017). Reconstructing Ancestral Pueblo food webs in the southwestern United States. *Journal of Archaeological Science*, 116-127. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jas.2017.03.005>
- Celeste, J. (2019). *Dialnet. Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad y turismo*. Unesc: ISSN-e 2386-8570, ISSN 2444-0299,. Obtenido de Dialnet: ISSN-e 2386-8570, ISSN 2444-0299,
- Constitución, P. d. (2008). *Capítulo Segundo. Derechos del Buen Vivir, Sección Cuarta: Cultura y Ciencia*. Ecuador.

- COOTAD. (16 de enero de 2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/COOTAD.pdf>
- Corigliano, M. A. (2016). Wine Routes and Territorial Events as Enhancers of Tourism Experiences. *Wine and tourism*, 56.
- Cuvi, H. (2017). *Diseño de una Ruta Turística Cultural de la Ciudad de Ambato*. Ambato - Ecuador: Universidad Central del Ecuador facultad de Comunicación Social Carrera de Turismo Histórico Cultural Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo .
- Dávalos, N. (2017). *Panorama del turismo gastronómico en Ecuador: ¿qué existe y qué falta para potenciarlo?* Quito - Ecuador: Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de Licenciado en Periodismo.
- Flores, E. (2016). *El valor turístico cultural de la gastronomía típica de la Parroquia Atocha – Ficoa y su contribución en la identidad gastronómica del Cantón Ambato*. Ambato - Ecuador: Informe final de graduación o titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería.
- Flores, R. (2018). *Informe final de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería*. Ambato - Ecuador: Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación Carrera de Turismo y Hotelería.
- Gilces, L. (2019). *Identificación del patrimonio gastronómico en el cantón balao para el diseño de una guía gastronómica bilingüe*. Guayaquil – Ecuador: Universidad de Guayaquil Facultad de Comunicación Social Carrera de Turismo y Hotelería.
- Guerrero, G. (2011). *Desarrollo de técnicas culinarias de vanguardia basadas en la antropología gastronómica del Cantón Latacunga 2011*. Riobamba - Ecuador: Escuela Superior Politecnica de Chimborazo. Previo a la obtención del Título de Licenciada en Gestión Gastronómica Gabriela Guerrero .

- Guixer, B. (2019). The interphase between science and gastronomy, a case example of gastronomic research based on fermentation – Tempeto and its derivatives. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 15-21. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2018.11.004>
- Herrera, Luis; Medina, Arnaldo; Naranjo, Galo. (2015). *Tutoría de la investigación Científica*. Ambato - Ecuador: Graficas Corona - cuarta edición.
- Hosteltur. (02 de 12 de 2019). *Hosteltur*. Obtenido de https://www.hosteltur.com/127669_redes-sociales-preferidas-por-el-turismo-para-el-marketing-digital.html
- Jiménez, M. (2015). *Aplicación Móvil Celular Para Incentivar El Turismo Urbano En Guayaquil*. Guayaquil - Ecuador: Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Ingeniero de Sistemas.
- Lee, C., Kim, Y., Kim, Y., & Yun, Y. (2018). Ssam food recipe: A case study on jongka ancestral ritual food. *Journal of Ethnic Foods*, 194-201. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jef.2018.08.004>
- Lee, Y., Pennington-Gray, L., & Kim, J. (2019). Does location matter? Exploring the spatial patterns of food safety in a tourism destination. *Tourism Management*, 18-33. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.016>
- Ley de Turismo. (21 de agosto de 2018). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.google.com/search?q=ley+de+turismo+ecuador+actual+pdf&oq=ley+de+turismo+ecuador&aqs=chrome.4.69i57j0l5.15582j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8#>
- (2018). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Ecuador: Asamblea.
- Medina, X. (2019). Food Culture: Anthropology of Food and Nutrition. *Food Science*, 310.
- MgGookin, D., Tahiroglu, K., Vaittinen, T., Kyto, M., Monastero, B., & Vasquez, J. (2019). Investigating tangential access for location-based digital cultural


heritage applications. *International Journal of Human-Computer Studies*, 196-210.

- Ministerio de Turismo. (13 de 1 de 2013). *issuu*. Recuperado el 04 de 12 de 2019, de issuu: <https://issuu.com/direcdigital/docs/guiagastronomicag>
- MINTUR. (17 de septiembre de 2018). *plan-nacional-gastronomico-para-promover-el-turismo-en-el-pais*. Obtenido de MINTUR: <https://www.turismo.gob.ec/ecuador>
- Montalvo, M. M. (2019). *Rutas Alimentarias en base a la Identidad de los Alimentos: Caso de Estudio Ambato*. Ambato - Ecuador: Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería
- Montero , H., & Fernandez , M. (2014). Qué es la Accesibilidad Web. 13.
- Morkunaite, Z., Podvezko, V., & Kutut, V. (2017). Selection Criteria For Evaluating Contractors Of Cultural Heritage Objects. *Procedia Engineering*, 90-97.
- Nudes dos Santos, C. (14 de Marzo de 2007). *Estudios y perspectiva en turismo*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180713889006.pdf>
- Oliveira, S. (2008). A importância da gastronomia na deslocação de visitantes – estudo de caso: Mealhada. 44.
- Pérez, C., Jaramillo, M., López-Guzmán, T., & Reinoso, C. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, 604-612. doi:<https://doi.org/10.1016/j.scs.2017.04.021>
- Plan Toda una Vida. (28 de MAYO de 2018). *siteal_ecuador_0244.pdf*. Obtenido de [siteal_ecuador_0244.pdf: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- SECTUR. (2018). *Secretaria de Turismo*. Obtenido de Secretaria de Turismo: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

- Shanoer, M., & Abed, F. (2018). Evaluate 3D laser point clouds registration for cultural heritage documentation. *The Egyptian Journal of Remote Sensing and Space Science*, 295-304.
- Supe, J. (2019). Ambato - Ecuador: Las Fiestas Tradicionales y la Gastronomía en la Provincia de Tungurahua. Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería.
- Supe, J. (2019). Ambato - Ecuador: Las Fiestas Tradicionales y la Gastronomía en la Provincia de Tungurahua. Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería.
- Tonato, M. (2018). *Antropología culinaria como recurso turístico en el cantón Salcedo*. Ambato - Ecuador: Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería .
- Tuñes Lopez, M., Altamirano, V., & KP, V. (2016). Comunicación turística colaborativa 2.0: promoción, difusión e interactividad en las webs gubernamentales de Iberoamérica. *Revista Latina de comunicacion social* , 258.
- Vega, S. S. (2015). *Creación de una Aplicación para Dispositivos Móviles que Brinde Información Sobre la Historia de los Lugares Turísticos de la Ciudad De Guayaquil* . Ecuador: Proyecto de Titulación previo a la obtención del Título de: Ingeniero en Administración de empresas.


Anexo 1.- Investigación ficha

Ficha 1. El llapingacho

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre	El Llapingacho	Fotografía
Ancestralidad	Su origen viene de los indígenas Salasakas de la provincia de Tungurahua. El nombre del plato parece provenir de la palabra kichwa llapingue significa aplastado. La papa originaria de la región andina y principal ingrediente del plato como tortilla de papa, acompañado de chorizo, huevos, aguacate, lechuga, cebolla y tomates. Lugares donde se puede encontrar: en los principales mercados de Ambato, hoteles y restaurantes de la ciudad. (Ministerio de Turismo, 2013)	
Idiomas	<p>Inglés</p> <p>The origin comes from the Salasacas indigenous of the province of Tungurahua. The name of the dish seems to come from the kichwa word "llapingue" means "crushed." The potato, native to the Andes region and the main ingredient of the dish such as potato omelette, accompanied by sausage, eggs, avocado, lettuce, onion and tomatoes. Places where you can find: main markets of Ambato, hotels and restaurants of the city.</p>	<p>Francés</p> <p>l'origine du plat provient des indigènes Salasacas de la province de Tungurahua. Le nom du plat semble provenir du mot kichwa "llapingue" qui signifie "écrasé". La pomme de terre, originaire de la région des Andes et l'ingrédient principal du plat comme l'omelette de pomme de terre, accompagnée de saucisse, œufs, avocat, laitue, oignon et tomates. Lieux où vous pouvez trouver ce plat: dans les principaux marchés d'Ambato, hôtels et restaurants de la ville.</p>
Época de Consumo	Cotidiano y festivo.	
Lugares de Consumo	Todo el Ecuador, y es típico de la Ciudad de Ambato	
Descripción	Se conocen como Llapingachos a las tortillas de papa, queso y sofrito de cebolla. Son asadas en manteca o grasa sobre latas. Aunque pueden consumirse solas, llegan a ser un plato fuerte según la contundencia de su acompañamiento.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, Cantón	Época de Consumo	Sectores (lugares)
Sierra ecuatoriana. Ciudad de Ambato	Cotidiano y festivo.	Restaurantes y mercados de la Sierra.
Ingredientes	Formas de preparación	
Papa, aceite de achiote, cebolla blanca, finamente picada, comino, Sal, queso fresco, desmenuzado, manteca de cerdo, huevos, chorizo, y aguacate	Cocine las papas en agua con sal hasta que estén muy suaves, cierna y reserve, Aplaste las papas mientras siguen calientes hasta obtener una masa homogénea, Refría la cebolla blanca con la manteca de cerdo y el aceite de achiote, mezcle el refrito con la masa, añada sal y pimienta, forme bolitas con la masa de aproximadamente 40g, rellene con queso fresco y forme tortillas, fría las tortillas en un sartén hasta que estén doradas, fría el chorizo, fría el huevo, sirva las tortillas con el chorizo, el huevo frito y el aguacate (Supe, 2019)	
Estado de conservación	El uso de la paila de bronce, El uso de la manteca de cerdo.	


Elaborado por: Calero E. (2019).
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013)

Ficha 2. Chocolate Ambateño

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre	Chocolate a la taza	Fotografía
Ancestralidad	<p>El cacao es originario de América. Los aztecas conocían y apreciaban las virtudes del cacao. El chocolate Ambateño se viene elaborando con una tradición de 100 años en la parroquia de Huachi Chico- Ambato. El chocolate Ambateño es de gran valor nutricional en fibra y hierro, previene enfermedades como Cáncer de Colon, colesterol, protege de infartos y produce un efecto de relajación en el cuerpo. Las tabletas de chocolate se venden en los principales mercados de la ciudad. Para degustarlo ya preparado lo puedes encontrar en cafeterías y hoteles locales. (Ministerio de Turismo, 2013)</p>	
Idiomas	<p>Inglés</p> <p>Cocoa is native to America. The Aztecs knew and appreciated the virtues of cocoa. Ambato's chocolate has been made with a 100-year tradition in the parish of Huachi Chico- Ambato. The roasting process is done in hand mills. Ambato's chocolate has great nutritional value in fiber and iron, prevents diseases such as colon cancer, cholesterol, protects from heart attacks and produces a relaxing effect on the body. Chocolate tablets are sold in the main markets and to taste it you can find in coffee shops and hotels in the city.</p>	<p>Frances</p> <p>Le cacao est originaire d'Amérique. Les Aztèques connaissaient et appréciaient les vertus du cacao. Le chocolat d'Ambato est fabriqué avec une tradition de 100 ans dans la paroisse de Huachi Chico-Ambato. Le processus de torréfaction se fait dans des moulins à main. Le chocolat Ambato a une grande valeur nutritive en fibres et en fer, prévient des maladies telles que le cancer du côlon, le cholestérol, protège des crises cardiaques et produit un effet relaxant sur le corps. Les tablettes de chocolat sont vendues sur les principaux marchés et pour le déguster, vous pouvez le trouver dans les cafés et hôtels de la ville</p>
Época de Consumo	Cotidiano y festivo.	
Lugares de Consumo	Todo el Ecuador, y es típico de la Ciudad de Ambato	
Descripción	El chocolate a la taza es el cacao fermentado, secado, tostado y descascarado, molido, batido, enconchado al que se mezcla almidón de maíz, pepa de zambo o machica. Las tabletas se forman a mano con azúcar o sin ella.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, Cantón	Época de Consumo	Sectores (lugares)
Sierra ecuatoriana. Ciudad de Ambato	Cotidiano y festivo.	Las tabletas de chocolate se venden en los principales mercados de la ciudad. Para degustarlo ya preparado lo puedes encontrar en cafeterías y hoteles locales
Ingredientes	Formas de preparación	
Tabletas de chocolate, leche entera, azúcar, canela y esencia de vainilla	Colocar en una olla un litro de leche a calentar cuando esté en estado de ebullición colocar una tableta de 40g de chocolate, mezclar, colocar una ramita de canela y unas gotitas de esencia de vainilla con un hervor. Servir en tazas caliente. Puede acompañarse con queso y algún tipo de pan.	
Estado de conservación	El uso de cacao, azúcar y almidón de maíz	


Elaborado por: Calero E. (2019).
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013)

Ficha 3. Melcochas

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre	Melcochas	Fotografía
Ancestralidad	La palabra melcocha proviene del latín "mel" que significa miel. El origen de estos dulces data del siglo XVIII. Para la elaboración es necesario un gancho de madera de guayaba, también llamado "horcón" donde se bate la mezcla. El principal ingrediente es la panela y sus propiedades nutritivas en minerales son 5 veces mayores que la azúcar morena y cincuenta veces más que el azúcar refinado. También se agrega mandarina, ajonjolí y maní. Lo puedes encontrar en las principales calles de baños (Ministerio de Turismo, 2013).	
Idiomas	<p>Inglés</p> <p>The word melcocha come from the Latin "mel" what means honey. The origin of these sweets dates from the 18th century. For the elaboration a guava wood hook is needed, also called «horcón» where the mixture is beaten. The main ingredient is panela and its nutritional properties in minerals are 5 times greater than brown sugar and fifty times more than refined sugar. Tangerine, sesame and peanut are also added. You can find it in the main streets of Baños.</p>	<p>Frances</p> <p>Le mot melcocha vient du latin "mel" qui signifie miel. L'origine de ces douceurs date du XVIIIe siècle. Pour produire, il est nécessaire de crocheter du bois de goyave, également appelé «horcón», où le mélange est battu. L'ingrédient principal est le panela et ses propriétés nutritionnelles en minéraux sont 5 fois supérieures à la cassonade et cinquante fois plus que le sucre raffiné. La mandarine, sésame et l'arachide sont également ajoutés. Vous les trouvez dans la ville de Baños.</p>
Época de Consumo	Cotidiano y festivo.	
Lugares de Consumo	Todo el Ecuador, y es típico de la Ciudad de Ambato	
Descripción	Es una golosina muy dulce que no suele servirse como postre, y se come cualquier momento del día.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, Cantón	Época de Consumo	Sectores (lugares)
Sierra ecuatoriana. Ciudad de Ambato	Cotidiano y festivo.	Diferentes puestos de la ciudad de Baños
Ingredientes	Formas de preparación	
Panela, maní, raspadura de mandarina o limón	Para su preparación cocine la miel en un fogón de leña, elemento importante que le ayuda para darle ese sabor clásico, tiene que estar en constante movimiento hasta que se torne espeso, agregar la cáscara de la mandarina, el maní, el ajonjol, en un gancho de madera de guayaba, también llamada horcón, se bate la mezcla hasta que se blanquee, cuando se está batiendo y permanece caliente se le llama melcocha. Cuando está empacada y fría, se le denomina alfeñique, se presenta en porciones relativamente pequeñas, individuales, generalmente en forma de tubo (Ministerio de Turismo, 2013).	
Estado de conservación	Azúcar en forma de caramelo	


Elaborado por: Calero E. (2019).
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013)

Ficha 4. El sánduche-cóctel

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre	El sánduche-cóctel	Fotografía
Ancestralidad	Es una bebida a base de jugo de caña y aguardiente o puro, también suelen añadir jugo de limón o mandarina. Esta tradición de 25 años que tomó el nombre de "sánduche" al combinar los ingredientes se puede encontrar en los diferentes puestos de jugos de caña y bares de la ciudad de Baños (Ministerio de Turismo, 2013)	
Idiomas	<p>Inglés</p> <p>It is a drink based on sugar cane juice and aguardiente or sugar cane liquor, also we can add lemon or tangerine juice. This 25-year-old tradition that took the name of "sanduche" when combining the ingredients. this drink could be found in the different stalls of sugar cane juices and bars in Baños city.</p>	<p>Frances</p> <p>C'est une boisson à base de jus de canne à sucre et d'aguardiente ou de liqueur de canne à sucre, nous pouvons également ajouter du jus de citron ou de mandarine. Cette tradition de 25 ans qui a pris le nom de «sanduche» lors de la combinaison des ingrédients. cette boisson peut être trouvée dans les différents postes de jus de canne à sucre et des bars de la ville de Baños.</p>
Época de Consumo	Cotidiano y festivo.	
Lugares de Consumo	Diferentes puestos de jugos de caña y bares de la ciudad de Baños.	
Descripción	El sánduche, es un cóctel típico de Baños, elaborado con aguardiente o puro, jugo fresco de caña, jugo de limón o mandarina e hilo picado	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, Cantón	Época de Consumo	Sectores (lugares)
Sierra ecuatoriana. Ciudad de Ambato	Cotidiano y festivo.	Diferentes puestos de jugos de caña y bares de la ciudad de Baños
Ingredientes	Formas de preparación	
Aguardiente o puro, Jugo fresco de caña, Jugo de limón o mandarina, cañas de azúcar, hielo picado	Desde hace unos 25 años atrás se comenzó a vender un preparado que consistía en una jarra de jugo de caña triturado en ese momento; aparte se servía el vaso con aguardiente y se lo tomaba simultáneamente de acuerdo al gusto. En la actualidad persiste la tradición de esta bebida al combinar el jugo de caña con aguardiente, hielo picado, opcionalmente puede agregar un poco de jugo de mandarina o limón. (Ministerio de Turismo, 2013).	
Estado de conservación	Alcohol	


Elaborado por: Calero E. (2019).
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013)

Ficha 5. Papas con cuero

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre		Fotografía
Ancestralidad	En 1949 Maria Diocelina Benavides crea este famoso plato de la región, que consiste en papas cocinadas en salsa de maní, con cuero cocinado y queso criollo. Este delicioso plato que lo puedes encontrar en el mercado y paraderos de Mocha, proporciona las calorías necesarias para resistir en la zonas más altas como los nevados Chimborazo y Carihuairazo (Ministerio de Turismo, 2013).	
Idiomas	<p>Inglés</p> <p>In 1949, Maria Diocelina Benavides created this famous dish from the region, consisting of potatoes cooked in peanut sauce, with cooked leather and Creole cheese. This delicious dish that you can find in the market, provides the calories needed to resist in the highest areas such as the snowy Chimborazo and Carihuairazo</p>	<p>Frances</p> <p>En 1949, Maria Diocelina Benavides a créé ce célèbre plat de la région, composé de pommes de terre cuites dans une sauce aux arachides, avec de la peau de porc cuit et du fromage créole. Ce délicieux plat que vous pouvez trouver dans le marché, fournit les calories nécessaires pour résister dans les zones de montagne les plus élevées telles que le Chimborazo et le Carihuairazo.</p>
Época de Consumo	Cotidiano y festivo.	
Lugares de Consumo	Todo el Ecuador, y es típico de la Ciudad de Ambato	
Descripción	En 1949 Maria Diocelina Benavides crea este famoso plato de la región, que consiste en papas cocinadas en salsa de maní, con cuero cocinado y queso criollo.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, Cantón	Época de Consumo	Sectores (lugares)
Sierra ecuatoriana. Ciudad de Ambato	Cotidiano y festivo.	Restaurantes y mercados de la Sierra.
Ingredientes	Formas de preparación	
Cuero de cerdo blanco sin cerdas, papas, maní, leche, cebolla blanca, achiote, sal, manteca y queso. Acompañado de tostado y ají.	Primeramente, se cocina el cuero por alrededor de 60 minutos, hasta que este suave al tacto. Las papas cholas se pelan y cocinan enteras en agua con sal y cebolla blanca por unos 20 minutos. La salsa de maní se inicia con la cebolla blanca finamente picada y en refrito con manteca hasta caramelización, en el que se coloca la leche que licuada con el maní tostado y venteado hasta que se espese y de hervor, a esta preparación se coloca el cuero picado en trozos. Para servir este plato tradicional de Mocha se coloca papas calientes el cuero y la salsa un pedazo de queso tierno, que puede ser acompañado de ají y tostado, siendo un plato muy contundente.	
Estado de conservación	El uso de la paila de bronce, El uso de la manteca de cerdo.	


Elaborado por: Calero E. (2019).
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013)

Ficha 6. Cholo y habas con queso


PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre	Cholo y habas con queso	Fotografía
Ancestralidad	Con ingredientes ricos y propios de la sierra ecuatoriana como las habas verdes y choclos cocinados, acompañado de pedazos de queso fresco recién cortado. Es un plato sencillo, pero de gran valor nutricional en hierro, magnesio, fósforo y zinc. Este plato está disponible en los principales restaurantes locales de la región (Ministerio de Turismo, 2013)	
Idiomas	<p>Inglés</p> <p>That's a rich and typical Ecuadorian highland ingredients such as broad beans and cooked corn, whit freshly cut pieces of fresh cheese. It is a simple dish but with a lot of great nutritional value in iron, magnesium, phosphorus and zinc. This dish is available at the main local restaurants in the region.</p>	<p>Frances</p> <p>Avec des ingrédients riches et typiques des andes équatoriennes comme les fèves et du maïs cuits, accompagnés de morceaux de fromage frais. C'est un plat simple mais d'une grande valeur nutritive en fer, magnésium, phosphore et zinc. Ce plat est disponible dans les principaux restaurants de la région</p>
Época de Consumo	Cotidiano y festivo.	
Lugares de Consumo	Todo el Ecuador	
Descripción	Es un plato sencillo, pero de gran valor nutricional en hierro, magnesio, fósforo y zinc. Este plato está disponible en los principales restaurantes locales de la región (Ministerio de Turismo, 2013)	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, Cantón	Época de Consumo	Sectores (lugares)
Sierra ecuatoriana. Ciudad de Ambato	Cotidiano y festivo.	Restaurantes y mercados de la Sierra.
Ingredientes	Formas de preparación	
Habas verdes, choclos, queso fresco	Este platillo es muy delicioso y fácil preparar, se coloca en una cacerola agua hasta punto de ebullición, se coloca las habas verdes, choclos, se cocinan por 20 min, se escurren y sirven calientes con pedazos de queso fresco recién cortado.	
Estado de conservación	Cocción.	

Elaborado por: Calero E. (2019).
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013)

Ficha 7. Arepas de zapallo

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre	Arepas de zapallo	Fotografía
Ancestralidad	Simón Bolívar junto con sus tropas pidió que se pueda traer harina de maíz para elaborar las arepas venezolanas, pero la gente de Patate adicionó un ingrediente especial del lugar que era el zapallo, acompañado de queso, panela, canela, clavo de olor, pimienta olorosa, todo esto envuelto en hojas de achira. Se preparan en hornos de leña y se sirven junto a la chicha de uva. Puedes degustar de esta tradición en varias tiendas del cantón Patate. (Ministerio de Turismo, 2013)	
Idiomas	<p>Inglés</p> <p>Simón Bolívar along with his troops requested to bring cornmeal to make the Venezuelan arepas, but the people of patate added a special ingredient of the place that was the pumpkin, accompanied with cheese, panela, cinnamon, clove, fragrant pepper, all this wrapped in achira leaves. arepas are Preparing in wood ovens and serve together with grape chicha. You can taste it in the diferents arepa's stores in the canton of Patate</p>	<p>Frances</p> <p>Simón Bolívar ainsi que ses troupes ont demandé de ramener la semoule de maïs pour faire les arepas vénézuéliens, mais les habitants de Patate ont ajouté un ingrédient spécial de la région qui était la citrouille, accompagné de fromage, panela, cannelle , clou de girofle, poivre parfumé, tout cela enveloppé dans les feuilles d'Achira. Les arepas se préparent dans des fours à bois et son servit avec de la chicha au raisin. Vous pouvez y déguster dans les différents magasins de Arepas du canton de Patate.</p>
Época de Consumo	Cotidiano y festivo.	
Lugares de Consumo	Típico de la Ciudad de Patate.	
Descripción	Es un pan de maíz aplastado y pequeño que puede ser de dulce o de sal, de forma redondeada, a veces envuelto en hoja de achira. (Ministerio de Turismo, 2013)	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, Cantón	Epoca de Consumo	Sectores (lugares)
Patate Tungurahua	Fiestas del Señor del Terremoto se sirve con chica de uva	Restaurantes de Patate.
Ingredientes	Formas de preparación	
Harina de maíz Zapallo, Sambo, Panela, queso, hojas de achira	Se inicia con la mezcla de harina con cocinado de zapallo y sambo con sal, manteca de chanco y chicharrón, y panela, una vez hecha la masa se coloca en hojas de achira y se coloca una porción de queso, se hornean con leña, exceptuando las localidad de Patate, es difícil encontrarlas (Ministerio de Turismo, 2013).	
Estado de conservación	Horno de leña.	

Ficha 8. Chicha de uva

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre	Chicha de uva	Fotografía
Ancestralidad	Su origen viene de los indígenas Salasakas de la provincia de Tungurahua. El nombre del plato parece provenir de la palabra kichwa llapingue significa aplastado. La papa originaria de la región andina y principal ingrediente del plato como tortilla de papa, acompañado de chorizo, huevos, aguacate, lechuga, cebolla y tomates. Lugares donde se puede encontrar: en los principales mercados de Ambato, hoteles y restaurantes de la ciudad. (Ministerio de Turismo, 2013)	
Idiomas	<p>Inglés</p> <p>The origin comes from the Salasacas indigenous of the province of Tungurahua. The name of the dish seems to come from the kichwa word "llapingue" means "crushed." The potato, native to the Andes region and the main ingredient of the dish such as potato omelette, accompanied by sausage, eggs, avocado, lettuce, onion and tomatoes. Places where you can find: main markets of Ambato, hotels and restaurants of the city.</p>	<p>Frances</p> <p>l'origine du plat provient des indigènes Salasacas de la province de Tungurahua. Le nom du plat semble provenir du mot kichwa "llapingue" qui signifie "écrasé". La pomme de terre, originaire de la région des Andes et l'ingrédient principal du plat comme l'omelette de pomme de terre, accompagnée de saucisse, œufs, avocat, laitue, oignon et tomates. Lieux où vous pouvez trouver ce plat: dans les principaux marchés d'Ambato, hôtels et restaurants de la ville.</p>
Época de Consumo	Cotidiano y festivo.	
Lugares de Consumo	Típico de la Ciudad de Patate	
Descripción	La chicha de uva, es una bebida en base de uvas blancas o negras, en ambas destacan dos tipos de nutrientes: los azúcares, principalmente glucosa y fructosa, más abundantes en las uvas blancas.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, Cantón	Época de Consumo	Sectores (lugares)
Sierra ecuatoriana. Ciudad de Ambato	Cotidiano y festivo.	Restaurantes y mercados de la Sierra.
Ingredientes	Formas de preparación	
Uvas negras, azúcar, agua hervida	La forma de preparación de esta bebida se ha transmitido en varias generaciones, de manera general se puede mencionar que se toman las uvas y se las aplasta muy fuerte hasta que salga el jugo, luego se añade agua hervida y la cantidad necesaria de azúcar, por último, se le pone a fermentar. El tiempo normal de fermento es de 4 días para que no sea muy fuerte. Se la comercializa conjuntamente con las deliciosas arepas (Barrera E. , 2006).	
Estado de conservación	Fermentación	

Elaborado por: Calero E. (2019).
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2013)

Anexo 2. Encuesta realizada



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA



ENCUESTA SOBRE EL TURISMO DIGITAL Y LA GASTRONOMÍA DE TUNGURAHUA

Objetivo de la investigación

Analizar el turismo digital aplicado a la gastronomía de Tungurahua

Objetivo de la encuesta

Conocer la opinión de los turistas sobre la gastronomía de los cantones de Tungurahua y el uso de los medios digitales.

INSTRUCCIONES

A continuación, encontrará una serie de preguntas de selección múltiple, marque con una X la que usted considere su respuesta.

1. ¿Es usted ecuatoriano o de otro país?

- | | |
|--------------------------|-------------|
| <input type="checkbox"/> | Ecuatoriano |
| <input type="checkbox"/> | Extranjeros |

2. Su edad está entre:

- | | |
|--------------------------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | 18 – 25 |
| <input type="checkbox"/> | 26 – 35 |
| <input type="checkbox"/> | 36 – 45 |
| <input type="checkbox"/> | 46 – 55 |
| <input type="checkbox"/> | Más de 55 |

3. ¿Qué uso les das a los medios digitales durante un viaje?

- Hablar con familia y amigos
- Conocer lugares turísticos
- Informarse del tiempo
- Conocer recomendaciones
- Hacer reservas

4. ¿Cuáles son los medios digitales que más utiliza cuando está de viaje?

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Pinterest
- Snapchat

5. ¿Con que frecuencia utiliza los medios digitales para conseguir información de sus viajes?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Nunca

6. ¿Qué tan importante es tener la descripción de la gastronomía del lugar que visita durante su viaje?

- Extremadamente importante
- Muy importante
- Un poco importante
- Ligeramente importante
- Nada importante

7. ¿Ha comentado o promocionado en medios digitales sobre la comida de los lugares durante un viaje?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

8. ¿Considera que es importante tener la información que se puede usar en los viajes disponible en varios idiomas?

- Extremadamente importante
- Muy importante
- Un poco importante
- Ligeramente importante
- Nada importante

9. ¿Qué tan importante considera universalizar la información gastronómica propia de cada lugar?

- Extremadamente importante
- Muy importante
- Un poco importante
- Ligeramente importante
- Nada importante

10. ¿En qué idioma le gustaría encontrarla información en medios digitales?

- Español
- Inglés
- Alemán
- Francés
- Mandarín

11. ¿Estarías dispuesto a seguir un medio digital para mejorar la experiencia en el consumo de productos gastronómicos?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Fotografías de la encuesta

