



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**MODALIDAD: PRESENCIAL**

**Informe final del trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención  
del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería**

**TEMA:**

---

**“LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL  
DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ATOCHA-FICOA”.**

---

**AUTOR:** Danny José Guerra Salgado

**TUTOR:** Lcdo. Adolfo Ricardo Guamán Guevara

**Ambato – Ecuador**

**2013**

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

**CERTIFICA:**

Yo, Lcdo. Adolfo Ricardo Guamán Guevara con C.C. 180283012-3 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **"LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ATOCHA-FICOA"**, desarrollado por el egresado Guerra Salgado Danny José, 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 Honorable Consejo Directivo.

.....

Lcdo. Adolfo Ricardo Guamán Guevara

C.C. 180283012-3

**TUTOR**

## **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 de su autor.

.....  
Danny José Guerra Salgado

C.C. 171383375-2

**AUTOR**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: "**LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ATOCHA-FICOA**", autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y que no se utilice con fines de lucro.

.....  
Danny José Guerra Salgado

C.C. 171383375-2

**AUTOR**

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS  
HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:**

La Comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: "**LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ATOCHA-FICOA**", presentado por el Sr. Guerra Salgado Danny José, egresado de la Carrera de Hotelería y Turismo, promoción: Marzo - Agosto 2012, una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante el Organismo pertinente.

Ambato, 07 de octubre de 2013

**LA COMISIÓN**

.....  
Ing. M.Sc. Diego Melo Fiallos  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....  
Dr. M.Sc. Héctor Silva Escobar  
MIEMBRO

.....  
Lcdo. Raúl Tamayo Soria  
MIEMBRO

## **DEDICATORIA**

*Al creador, por la gracia de la vida, la salud y la familia, por guiar mí camino por el sendero del bien, la verdad y la justicia.*

*Con eterno amor a mi familia por ser soporte y guía en toda mi formación, padres queridos: Mirian y José; Dios les pague por entregar a sus hijos la mejor herencia; la educación.*

*Con mucho cariño para ti querido Abuelito, por enseñarme con ejemplo vivo el significado de la caballerosidad, el respeto y el trabajo.*

*A mi novia, por su preocupación y su incondicional apoyo.*

*Danny José Guerra Salgado*

## **AGRADECIMIENTO**

*Mi sincero agradecimiento hacia a mi tutor de tesis Lcdo. Ricardo Guamán, por su tiempo, paciencia y ayuda desinteresada.*

*A la Universidad Técnica de Ambato por permitirme formar parte de ella integralmente; gracias todos a cada uno de mis maestros que a lo largo de mi educación han cumplido con la noble misión de formarme como ser humano y como profesional.*

*A los buenos amigos y amigas encontrados en el transcurso de la vida universitaria.*

*Mi eterno agradecimiento a todos ustedes.*

*Danny José Guerra Salgado*

# ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

## A. PRELIMINARES

PORTADA .....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN .....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xiv

## B. TEXTO

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

1.1	TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2.1	CONTEXTUALIZACIÓN.....	1
1.2.2	ANÁLISIS CRÍTICO.....	4
1.2.3	PROGNOSIS.....	5



1.2.4	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.2.5	PREGUNTAS DIRECTRICES.....	5
1.2.6	DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3	JUSTIFICACIÓN.....	6
1.4	OBJETIVOS.....	7
1.4.1	OBJETIVO GENERAL.....	7
1.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

2.1	MARCO TEÓRICO	
2.1	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	8
2.2	FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	9
2.3	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	9
2.4	CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	13
2.5	HIPÓTESIS.....	33
2.6	SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	33

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

3.1	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....	34
3.2	MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
3.3	NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	35
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	35

3.5	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	38
3.6	PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	40
3.7	PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN.....	41

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

4.1	ANÁLISIS E INTREPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	42
4.2	VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	50

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1	CONCLUSIONES.....	54
5.2	RECOMENDACIONES.....	55

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

6.1	DATOS INFORMATIVOS.....	57
6.2	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	57
6.3	JUSTIFICACIÓN.....	58
6.4	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA .....	58
6.4.1	OBJETIVO GENERAL.....	58
6.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	59

6.5	ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	59
6.6	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	59
6.7	ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.....	64
6.8	ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA .....	65
6.9	PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA.....	76
6.10	PREVISIÓN DE LA PROPUESTA.....	77

### **C. MATERIALES DE REFERENCIA**

BIBLIOGRAFÍA.....	78
LINKOGRAFÍA.....	79
ANEXOS.....	80

### **ÍNDICE DE CUADROS**

CUADRO N° 1	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	35
CUADRO N° 2	VARIABLE INDEPENDIENTE.....	38
CUADRO N° 3	VARIABLE DEPENDIENTE.....	39
CUADRO N° 4	PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	40
CUADRO N° 5	TABULACIÓN PREGUNTA 1.....	42
CUADRO N° 6	TABULACIÓN PREGUNTA 2.....	43
CUADRO N° 7	TABULACIÓN PREGUNTA 3.....	44
CUADRO N° 8	TABULACIÓN PREGUNTA 4.....	45
CUADRO N° 9	TABULACIÓN PREGUNTA 5.....	46
CUADRO N° 10	TABULACIÓN PREGUNTA 6.....	47
CUADRO N° 11	TABULACIÓN PREGUNTA 7.....	48
CUADRO N° 12	TABULACIÓN PREGUNTA 8.....	49

CUADRO N° 13	POBLACIÓN PARA LA VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS..	50
CUADRO N° 14	FRECUENCIAS OBSERVADAS.....	51
CUADRO N° 15	GRADOS DE LIBERTAD.....	51
CUADRO N° 16	NIVEL DE SIGNIFICACIÓN.....	51
CUADRO N° 17	FRECUENCIAS ESPERADAS.....	52
CUADRO N° 18	CHI CUADRADO.....	53
CUADRO N° 19	CUADRO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	64
CUADRO N° 20	PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA.....	76
CUADRO N° 21	PREVISIÓN DE LA PROPUESTA.....	77

### ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	4
GRÁFICO N° 2	GRÁFICOS DE INCLUSIÓN.....	13
GRÁFICO N° 3	SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL (V. INDEPENDIENTE)....	14
GRÁFICO N° 4	SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL (V. DEPENDIENTE).....	15
GRÁFICO N° 5	REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 1.....	42
GRÁFICO N° 6	REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 2.....	43
GRÁFICO N° 7	REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 3.....	44
GRÁFICO N° 8	REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 4.....	45
GRÁFICO N° 9	REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 5.....	46
GRÁFICO N° 10	REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 6.....	47
GRÁFICO N° 11	REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 7.....	48
GRÁFICO N° 12	REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 8.....	49
GRÁFICO N° 13	REPRESENTACIÓN GRÁFICA REGIÓN DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO	52

## **RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** " La gastronomía tradicional y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa".

**AUTOR:** Danny José Guerra Salgado

**TUTOR:** Lcdo. Adolfo Ricardo Guamán Guevara

La gastronomía tradicional constituye una expresión cultural, es el testimonio vivo de los sabores que identifican a un pueblo determinado; los mismos que deben ser rescatados y difundidos a la colectividad para perdurar en el tiempo. Con la inclusión de la gastronomía como una modalidad de turismo, muchos sectores con riquezas culinarias poco explotadas y conocidas han ampliado sus horizontes y han apuntado al turismo gastronómico como pilar importante para su desarrollo socioeconómico.

El presente trabajo de investigación se lleva a cabo en la Parroquia Atocha-Ficoa, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua, lugar donde la gastronomía tradicional es ofertada en gran número, pero penosamente no es impulsada ni difundida correctamente en el mercado turístico. Esta investigación pretende determinar la incidencia de la gastronomía tradicional en el desarrollo turístico de la Parroquia Atocha-Ficoa, para lo cual fueron indispensables en el estudio las modalidades bibliográficas y de campo para la obtención de información necesaria.

Con la aplicación de las encuestas a los turistas que acuden a los establecimientos de expendio de comida típica del sector, se concluye que la elaboración de un folleto informativo de gastronomía tradicional permitirá potenciar la actividad turística de la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato.

**Palabras clave:**

Gastronomía, Turismo, testimonio, sabores, rescate, impulso, expresión cultural, desarrollo, difusión, Gastronomía tradicional.

## INTRODUCCIÓN

La variedad de atractivos culturales y expresiones gastronómicas tradicionales existentes en la parroquia Atocha-Ficoa han permitido que se desarrolle la actividad turística durante muchos años en el sector, convirtiéndolo en un destino predilecto por los turistas que visitan la ciudad de Ambato.

Lamentablemente es notorio que en la actualidad no se explota correctamente al componente gastronómico del sector, la difusión es nula y no existe promoción alguna para nuevos turistas potenciales, siendo este factor limitante para el desarrollo socioeconómico de sus pobladores.

Para suplir esta problemática se desarrolla la presente investigación, contenida en seis capítulos que se detallan a continuación:

**EL CAPÍTULO I.-** Se plantea el problema de la investigación, se justifica su importancia, se realiza su contextualización a nivel macro, meso y micro y se establecen los objetivos a alcanzar al concluir el estudio.

**EL CAPÍTULO II.-** Concerniente al Marco Teórico, se establecen antecedentes investigativos, se fundamenta de manera filosófica, legal y teórica, se implantan categorías fundamentales, además se plantea la hipótesis y se establecen las respectivas variables de investigación.

**EL CAPÍTULO III.-** Corresponde a la metodología, se analiza el enfoque, la modalidad básica y el tipo de investigación, se determina la población y se calcula la muestra de estudio. Se realiza la operacionalización de las variables y el plan de recolección y el de procesamiento de la información.

**CAPÍTULO IV.-** Presenta el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas que se aplicada a la muestra de estudio, con lo que se verifica la hipótesis

planteada para posteriormente definir el nivel de significación y realizar el cálculo estadístico.

**EL CAPÍTULO V.-** Abarca las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

**EL CAPÍTULO VI.-** Corresponde a la propuesta, se detallan los datos informativos, se justificación la propuesta, se plantean objetivos, se realiza un análisis de factibilidad, se fundamenta, se establece la metodología y se desarrolla la matriz de marco lógico, finalmente se elabora la propuesta.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 TEMA**

“LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ATOCHA-FICOA”.

### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.2.1 Contextualización**

En la actualidad el turismo en Tungurahua es un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras y de restauración, pero sobre todo, un generador de divisas para la región central de nuestro país.

La provincia de Tungurahua históricamente se ha consolidado como un centro turístico por excelencia, en esta privilegiada provincia se conjugan diversos factores como: flora, fauna, variedad de paisajes, senderos, diversidad de grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventura, de negocios, cultural y gastronómico, que han convertido a esta provincia andina en un destino turístico muy cotizado, a nivel nacional e internacional.

La gastronomía es un imán para el turismo en Tungurahua, la misma que es apetecida por propios y extraños, su degustación es imprescindible para todo aquel que visita la provincia, en especial los platillos tradicionales, que por años han estado presentes en los hogares de los tungurahueses.



Cada uno de los cantones de la provincia presentan distintas manifestaciones gastronómicas tradicionales, los mismos que dependen directamente de los ingredientes que provienen de sus tierras para su preparación y de los animales propios de esta zona andina, otorgando de esta forma a cada uno de sus platillos su toque de identidad y autenticidad, la forma de preparación de los platos típicos se han transmitido oralmente por varias generaciones y de esta forma se ha mantenido la esencia de la alimentación de los pueblos prehispánicos.

Sin duda alguna el Cantón Ambato, capital de la provincia de Tungurahua posee la mayor concentración de gastronomía tradicional de la provincia, muchas de sus parroquias urbanas y rurales ofertan al público una variedad de exquisitos alimentos y bebidas.

El plato símbolo de la gastronomía tradicional ambateña son los llapingachos, cuyo ingrediente base es la papa, la misma que es cocida para posteriormente ser molida y frita en forma de tortilla; esta guarnición es acompañada de pequeños trozos de chorizo frito, lechuga y un huevo frito, convirtiéndose de esta forma en un deleite para quién lo consume.

Entre otros alimentos tradicionales que se preparan y expenden en la ciudad de Ambato podemos mencionar las gallinas y el pan elaborados en la parroquia de Pinllo, los cuales son cocidos en horno de leña, el mismo que les brinda un sabor, olor y textura única a estos deliciosos platillos que son acompañados de una deliciosa bebida típica a base de maíz, denominada chicha.

La parroquia Atocha-Ficoa ubicada en la zona centro-norte de la ciudad de Ambato es un punto estratégico de la actividad turística pues en ella se conjuga un sinnúmero de atractivos culturales y gastronómicos, las quintas culturales de Juan Montalvo y Juan León mera, son visitadas frecuentemente por turistas de distintas provincias de nuestro país e inclusive turistas extranjeros amantes del arte, historia y literatura

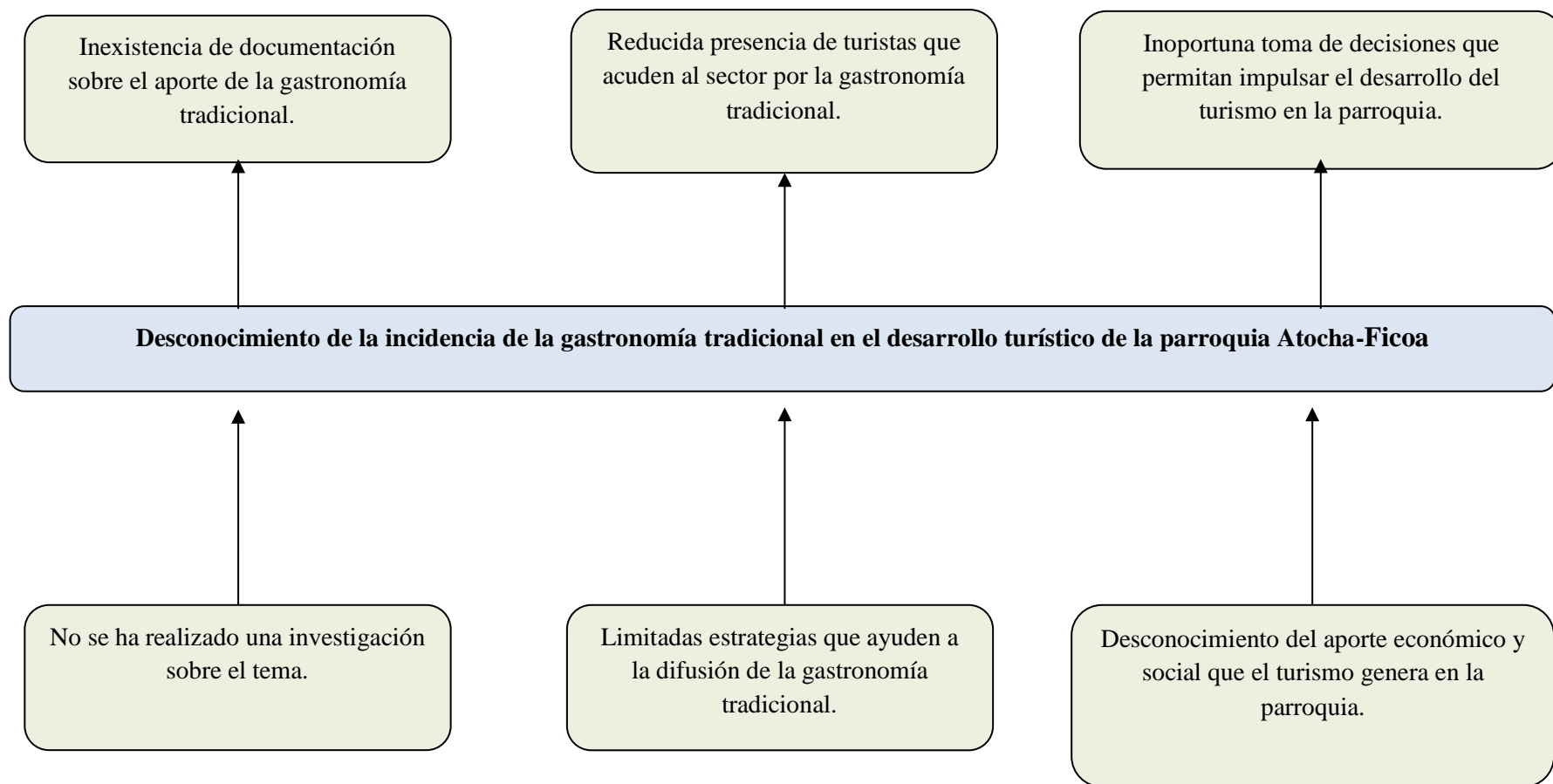
latinoamericana, pues en ellas se encuentran las pertenencias de dos de los más grandes literatos de nuestro país.

El Jardín Botánico Atocha-La Liria es otro atractivo importante para aquellas personas que gustan de la flora, en él resalta una amplia biodiversidad de especies, constituida entre otras por varias especies endémicas que fueron estudiadas por el gran investigador Luís A. Martínez.

La gastronomía de la parroquia Atocha-Ficoa es de las más apetecibles de la zona centro del país, pues en ella se puede degustar de los cuyes de Ficoa, los mismo que son asados peculiarmente en asadero adecuado para que el animal se dore con un movimiento de trescientos sesenta grados en carbón, siendo una forma muy atractiva de ofertar el alimento al consumidor. En el mismo sector se encuentran un sinnúmero de heladerías que ofrecen al visitante una diversa gama de sabores de helados realizados de forma tradicional, convirtiéndose en un paraíso para los más chicos. Atocha es un sector conocido a nivel nacional por la bebida típica que aquí se expende, la colada morada, la misma que se la puede disfrutar en cualquier día del año, a cualquier momento del día, pues atocha ofrece un sinnúmero de lugares en donde el turista puede acudir a servirse este deliciosa bebida tradicional, la misma que la puede acompañar de las deliciosas empanadas de viento.

En definitiva esta parroquia constituye un espacio ideal para estar en contacto directo con la naturaleza, la historia, la cultura, la gastronomía tradicional y la identidad del pueblo ambateño.

## 1.2.2 Análisis Crítico



**Gráfico 01:** Árbol de problemas

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

La inexistencia de investigación sobre este tema ha generado poca importancia al turismo gastronómico como actividad de desarrollo turístico en la parroquia Atocha-Ficoa; la falta de planificación turística en el sector se ve reflejado en la disminución del flujo turístico, además la falta de documentación de respaldo ha provocado la inexistencia de datos estadísticos sobre el aporte actual de la gastronomía tradicional.

### **1.2.3 Prognosis**

Si no se realiza el presente trabajo de investigación no se podrá determinar como la gastronomía tradicional incide en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa, por lo cual la información seguirá siendo muy limitada, y por ende el desconocimiento seguirá existiendo en gran parte de la población y la gastronomía tradicional no será aprovechado óptimamente como un alternativa que impulsa el desarrollo turístico.

### **1.2.4 Formulación del Problema**

¿Cómo incide la gastronomía tradicional en desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa del catón Ambato?

### **1.2.5 Preguntas Directrices**

¿Por qué no se ha investigado sobre el aporte de la gastronomía tradicional en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa?

¿Qué alternativa de solución se plantea ante dicha problemática?

¿Cómo se puede promocionar eficazmente la gastronomía tradicional?

## **1.2.6 Delimitación del Problema**

### **Delimitación del contenido:**

- **Campo:** Turismo
- **Área:** Gastronomía
- **Aspecto:** Difusión de la Gastronomía Tradicional

### **Delimitación espacial:**

La presente investigación se llevará a cabo en la parroquia urbana: Atocha-Ficoa del cantón Ambato, provincia de Tungurahua, Ecuador; ubicado en las coordenadas geográficas 01°13'00"S 78°36'00"W, con una altitud de 2570 msnm.

### **Delimitación temporal:**

Este trabajo de investigación se lo realizará en los meses:  
Noviembre 2012- Agosto 2013

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La iniciativa de investigación surge por el interés de recolectar la información necesaria sobre el aporte de la gastronomía tradicional al desarrollo turístico, además de considerar el hecho de que en la parroquia de Atocha-Ficoa no se han realizado investigaciones de este tipo y sería de suma importancia para el desarrollo turístico de este sector y su fortalecimiento como destino turístico.

La importancia de realizar este estudio desde el punto de vista técnico es proponer una solución al problema planteado de acuerdo a las necesidades y exigencias que demande la investigación.

El proyecto es completamente factible pues dentro de los recursos necesarios para su realización se cuenta con: recurso humano, el mismo que está compuesto por el investigador, el tutor del proyecto y la población a la que está destinada el proyecto, la misma que pone a disposición del investigador la información requerida para la concreción del proyecto; con respecto al recurso económico los montos a utilizar será mínimos, con los cuales se adquirirá el material necesario para el desarrollo de la investigación.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 GENERAL**

Determinar el aporte de la gastronomía tradicional en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato.

### **1.4.2 ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar la gastronomía tradicional en la parroquia Atocha-Ficoa.
- Analizar el desarrollo turístico en la parroquia Atocha-Ficoa.
- Proponer una alternativa de solución, elaborando un folleto informativo de gastronomía tradicional.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Una vez realizado una minuciosa exploración sobre los temas de investigación realizados anteriormente, se llega a la conclusión que no ha existido una investigación con la misma problemática, sin embargo existen trabajos investigativos que guardan estrecha relación con las variables expuestas en este trabajo investigativo:

LÓPEZ, Andrés (2010) en su tesis para la obtención del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería, de la Universidad Técnica de Ambato, sobre “ La gastronomía y su impacto turístico en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua en el periodo noviembre 2009 febrero 2010”, sus conclusiones y recomendaciones son:

#### **CONCLUSIONES**

- Durante el desarrollo de la investigación se ha llegado conclusión que el impacto turístico de la gastronomía en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua es muy importante ya que es un factor de crecimiento socioeconómico en una comunidad y además va a permitir que los habitantes se involucren con este fenómeno y generen mayores fuentes de trabajo.
- Se ha llegado a la conclusión que no existe información de la gastronomía típica de la ciudad de Ambato, por lo tanto turistas como habitantes desconocen las tradiciones y costumbres de este pueblo.

- Por medio de este estudio se ha demostrado que el potencial turístico de la gastronomía es un factor clave en el crecimiento de la comunidad, más aún como un atractivo turístico gracias al variado menú de platillos que nos ofrece la cocina ambateña.
- También se debe proponer un plan estratégico de promoción de la gastronomía ambateña con la finalidad de encontrar alternativas para mejorar el aprovechamiento y posicionarlo como un fuerte atractivo turístico.
- Se concluye que es de suma importancia el proveer una fuente de información para empaparse del mundo gastronómico que nos rodea de esta manera provocar un mayor estímulo ilustrativo en los turistas, fortaleciendo así el interés de los mismos.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

La presente investigación se fundamenta en un paradigma crítico-propositivo; crítico por que analiza una realidad socio cultural y se nutre del criterio personal del investigador; y propositivo por cuanto busca plantear una alternativa de solución a la problemática del tema, además, la investigación se enfoca en un plano socialista pues se desarrolla en un asentamiento humano, el mismo que contribuye significativamente al desarrollo de la presente investigación.

## **2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

El presente proyecto se sustenta en el artículo 21 de la Constitución de la República del Ecuador que dice: “Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria



histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.”

Así como también se sustenta legalmente en la Ley de Turismo del Ecuador en los siguientes artículos:

## **CAPÍTULO I**

### **GENERALIDADES**

**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. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

**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;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado;

## **CAPÍTULO I**

### **DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN**

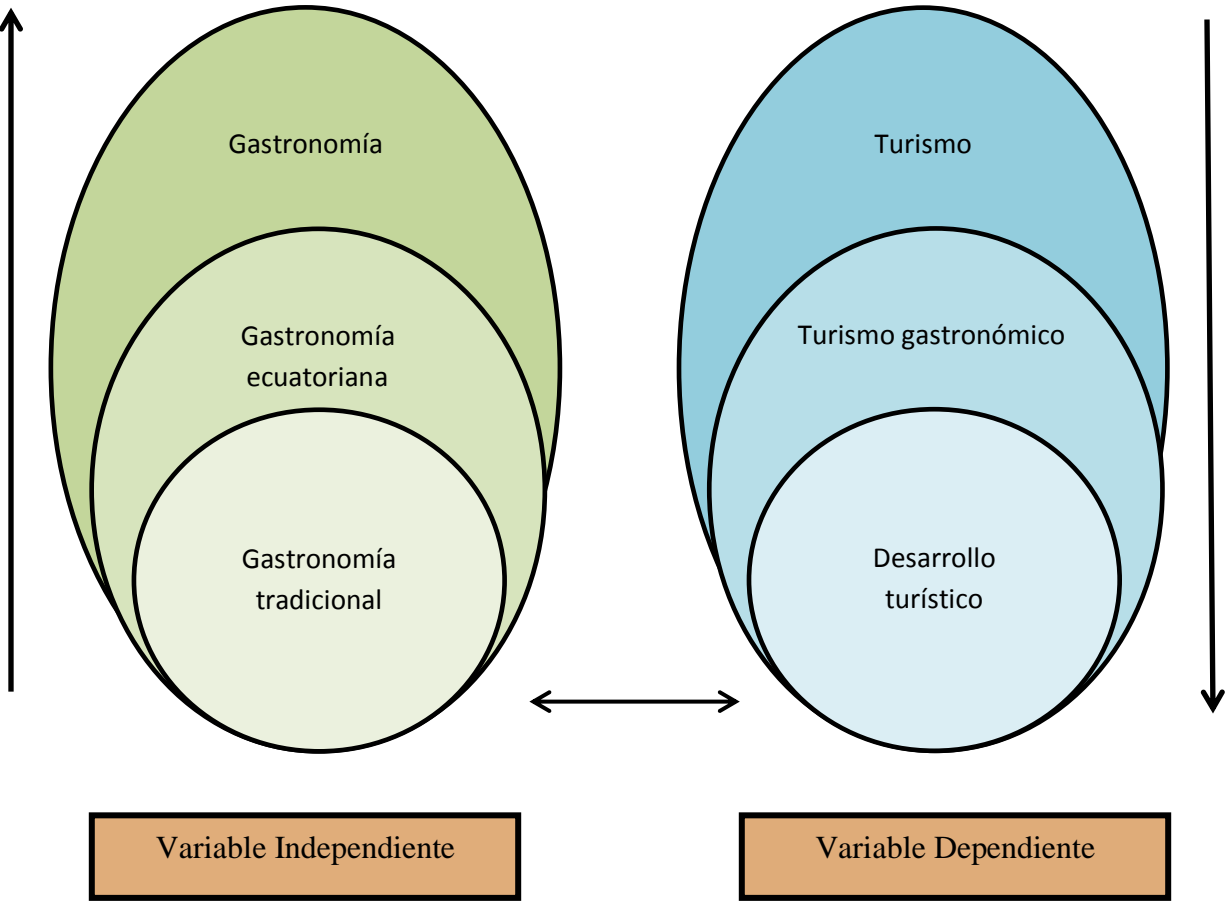
**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 12.-** Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

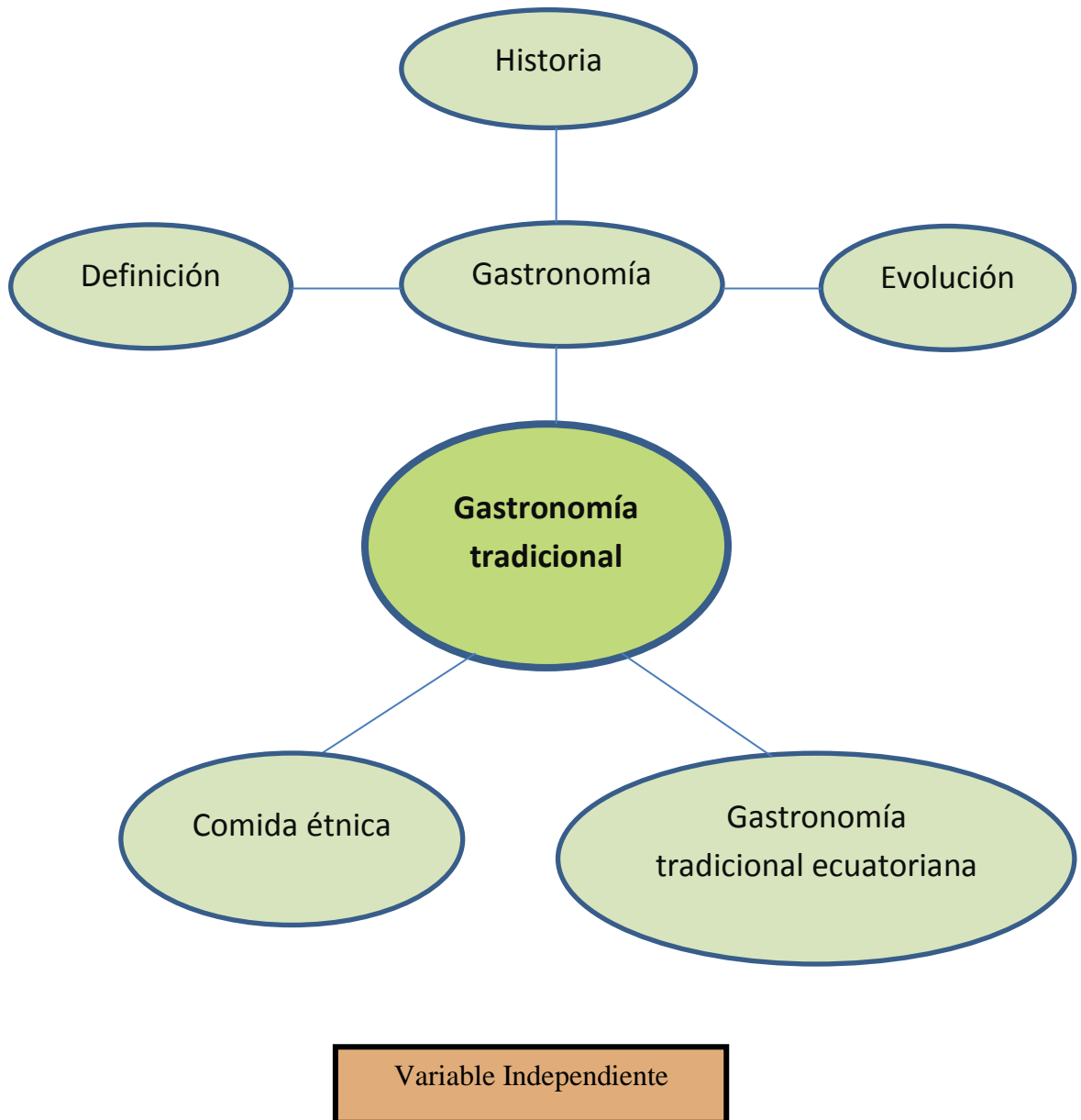
## 2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico 02: Gráficos de inclusión conceptual



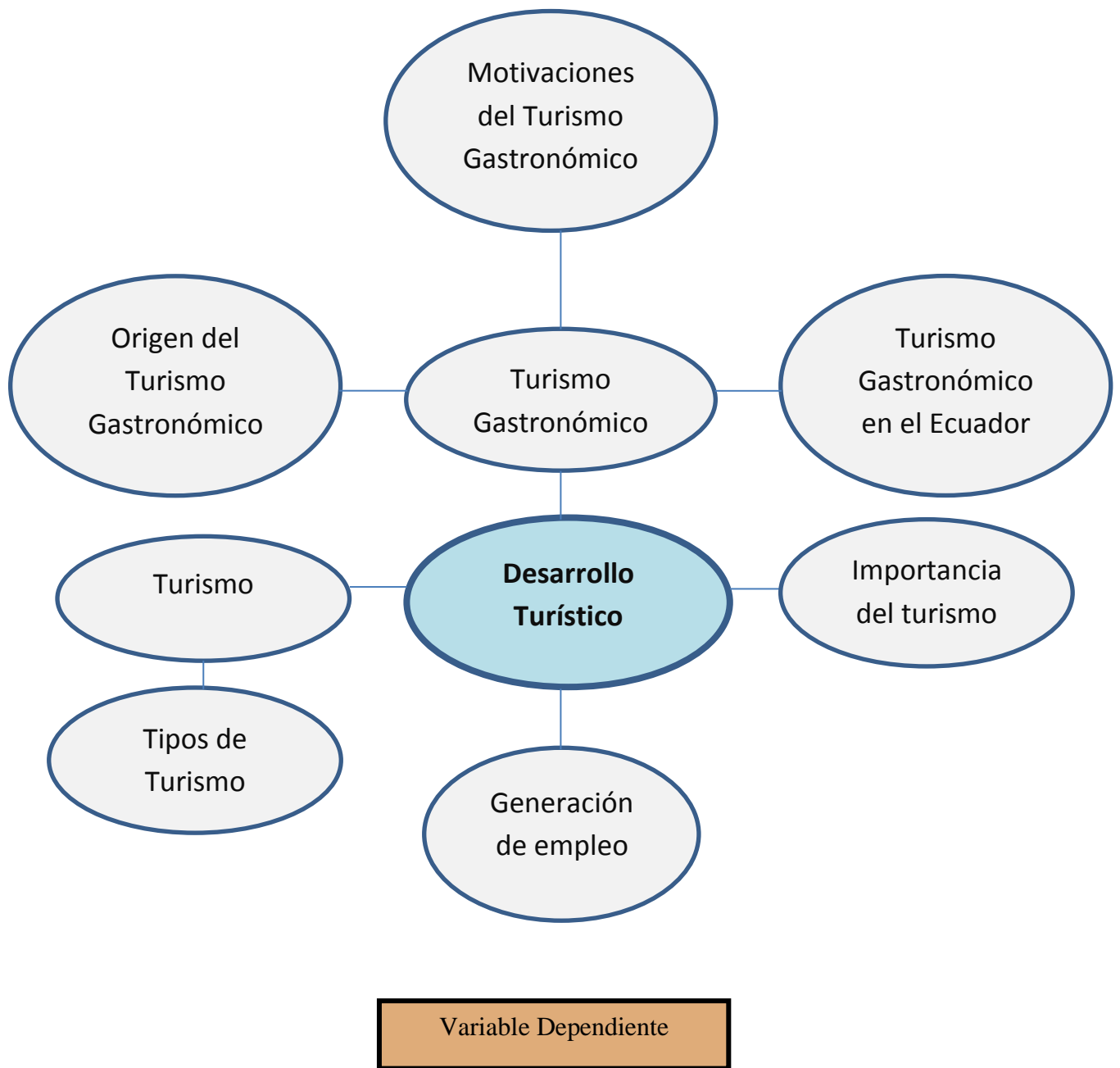
Elaborado por: Danny José Guerra Salgado (2013)

**Gráfico 03:** Subordinación conceptual (Variable independiente)



**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

**Gráfico 04:** Subordinación conceptual (Variable dependiente)



**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

## **2.4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE**

### **GASTRONOMÍA TRADICIONAL**

La gastronomía tradicional es la herencia de un pueblo, es un testimonio de mestizaje y sabores que identifican a una región y ofrecen el reconocimiento de un pasado en común; como testimonio, los platillos de una región muestran el medio en que fueron creados, los ingredientes que había en ese momento y con los cuales se creaba la comida de todos los días.<sup>1</sup>

Uno es lo que come, esta aseveración subraya el papel central que la comida desempeña en la vida social, política, religiosa y económica de una sociedad. La comida se incrusta en los aspectos más básicos de nuestro ser social. La comida es un elemento esencial de las interacciones sociales cotidianas, y ocupa un lugar principal en la mayor parte de los acontecimientos sociales. Si bien la afirmación de que “uno es lo que come” refleja la presencia generalizada de la comida en la cultura, resulta igualmente válida la aseveración opuesta: “uno come lo que es”. Los alimentos que se consumen en la vida cotidiana y se comen ceremonialmente, están prescritos por la cultura (el menú). La cultura define los elementos comestibles y los individuos hacen su elección dentro de este menú. Los grupos sociales, en el seno de la sociedad, utilizan la comida como marcador ético. En este sentido, la etnicidad es uno de los mejores elementos para predecir lo que comerá una persona.<sup>2</sup>

### **COMIDA ÉTNICA**

El concepto de gastronomía tradicional o étnica es aquella que se aplica a la comida particular y específica de una región o comunidad del planeta. Por lo general, si bien el concepto es completamente abarcativo, se lo suele utilizar para hacer referencia a

---

<sup>1</sup> <http://suenamexico.com.-Cocina tradicional>

<sup>2</sup> Universidad Nacional Autónoma de México, Conquista y Comida (2013), Tercera edición Pág. 105

comidas o gastronomías que quedan por fuera de la típica comida rápida popularizada por Estados Unidos.

Así, las gastronomías de culturas no dominantes a nivel mundial como lo pueden ser la comida hindú, la peruana, la mexicana, la marroquí, la argentina, la brasileña o la china son todas consideradas étnicas y diferentes a la comida tradicional occidental.

El concepto de comida étnica tiene que ver con la idea de que cada parte del planeta mantiene su propia etnia. La etnia es no solamente la raza a la que se pertenece si no también todo el trasfondo cultural que hace que esa raza sea diferente a las demás. Así, la etnia americana es completamente diferente a la etnia asiática o africana, aunque hoy en día estas diferencias no sean tan visibles a partir del fenómeno conocido como globalización.

Las etnias se componen entonces de un sinfín de elementos culturales entre los cuales encontramos a la gastronomía típica de cada región, compuesta en base a los productos y materias primas que se pueden encontrar fácilmente en ese espacio geográfico.

La noción de comida étnica surge un poco como oposición a la de la comida tradicional que tiene sus raíces en Europa y Estados Unidos. Así, se toman en cuenta y se revigorizan diferentes sabores, texturas, formas de cocción y de presentación que puedan provenir de lugares muy lejanos y diversos: Perú, Centroamérica, México, Argentina, Brasil, Marruecos, India, China, Japón, Vietnam, Rusia y otros. Cada uno de estos lugares, como espacios alternativos a los espacios dominantes occidentales, surge como punto de interés para aquellos que quieren probar otras experiencias diferentes a las de la comida tradicional francesa o de la comida rápida tan característica de Estados Unidos.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.definicionabc.com> .- Comida étnica



## **GASTRONOMÍA ECUATORIANA**

PAZOS, Julio (2008) menciona que “La cocina ecuatoriana, en general, se mestizó, se convirtió en una mezcla de dos maneras de alimentarse. En ocasiones el modo indio se impuso, ciertas clases sociales preparan los alimentos a la manera europea, con un gusto que califica de gourmet. Los manjares, algunos que nuestros paladares europeos aceptan fácilmente. Otros nos parecen más extraños, pero ninguno nos parece repugnante”.

En la cocina ecuatoriana predomina “un régimen de tipo vegetariano”, expresado en el uso constante de harinas de cereales, de farináceas y de la papa. Las harinas empleadas son las de maíz, de cebada, de trigo y de plátano. La cocina de los indios se sustenta en la málchica y en el maíz. Este se prepara de diversas maneras, y se lo utiliza como elemento básico de su bebida favorita de la chicha. El botánico francés dice que la vida de los indios serranos se desarrolla en torno al cultivo del maíz y de los otros productos.

Los demás productos son muy variados. La lista es larga, e incluye los del mar y los de los pisos ecológicos andinos. En la clase de condimentos menciona el ají, el achiote –colorante que mezclado con grasa puede disgustar-, las inflorescencias de la cabuya, encurtidas en vinagre, con sabor igual al de los peñillos, cebolla, ajo y culantro, “cuyo sabor, un poco fuerte sorprende frecuentemente a nuestros paladares”.

Se cocina con grasa de puerco o de buey. La mantequilla se extrae de la leche hervida, procedimiento que empobrece su sabor. Los quesos se preparan en las haciendas y son de leche cuajada, “ligeramente fermentados, prensados y secados en parte, con una conservación bastante buena”. Se les da la forma de tortas más o menos grandes y de un espesor de uno o dos dedos, que son los amasados. A los otros les dan forma de rollos, que se envuelven en hojas, que son los quesos de hoja.

Los quesos se consumen crudos o cocidos en pasteles de harina o en sopas. Sin embargo, estos quesos no se comparan con los franceses.

Las carnes que se consumen son de buey, puerco y borrego, asadas o en sopas. No se conoce la carne de ternera lechal, ni corderos lechales, y sólo en raras ocasiones se consiguen lechoncitos. Se comen gallinas, pavos y patos. Es difícil encontrar pollos de carne tierna, puesto que se los cría en libertad. Para comerlos se los cocina largamente.

No se come conejo. Se lo reemplaza con el cuy, que se lo encuentra en todo lugar, asado y listo para comer. “Debo decir que (el cuy) bien preparado es un plato bastante delicado y que el ají de cuy no es en absolutamente despreciable.

Concluye esta parte con una nota sobre las chichas de jora y de morocho. Le agradó mucho la chicha de yuca mascada del Oriente. Menciona también el vinillo o chicha de uva. Por último, trata algunos manjares o bebidas particulares, después de aclarar que “dejo de lado todos los platos de origen extranjero (español, etc.) y que se han conservado iguales en la cocina ecuatoriana, a menos que hayan recibido una influencia local modificando su modo de preparación, su nombre o su uso”.

Las descripciones son el resultado de observaciones muy cuidadosas que revelan el gusto del autor y, sobre todo, una actitud abierta a nuevas experiencias. Recuérdese que su investigación se extiende a las regiones naturales del Ecuador, es decir Oriente, Sierra y Costa.<sup>4</sup>

## **GASTRONOMÍA TRADICIONAL ECUATORIANA**

Ecuador un país empapado con una biodiversidad pocas veces vista en territorios similares, es dueño de una gran riqueza cultural fruto del concurso y fusión con otras

---

<sup>4</sup> PAZOS, Julio (2008). El sabor de la memoria, Primera edición

culturas, cuya influencia conjugada con la creatividad de nativos y extraños ha logrado sabores y aromas propios de una nueva tierra de una evolución constante.

En el patrimonio cultural de un pueblo son parte importante las tradiciones culinarias, así como las leyendas, refranes, coplas, la música y muchas manifestaciones que dan cuenta de la forma de ser de sus habitantes.<sup>5</sup>

Ecuador es conocido por su amplia variedad de frutas, plátanos, fruta de la pasión, la papaya, el marisco de clase mundial como el camarón jumbo, y una mezcla increíble de productos andinos con productos de la costa de todo el país. Esta mezcla también está disponible en la selva amazónica.

A través de Ecuador encontrará deliciosos platos donde usted puede seleccionar recetas nacionales y regionales. Esto incluye uno de los secretos del Ecuador, camarones marinados con limón, maíz tostado, conocido como el ceviche.

Uno de los platos más singulares que encontrará es el cuy al horno (conejillo de indias) o el estómago de vaca guisado llamado “guatita”. Ambos los podrá encontrar en diferentes partes de la región Andina. Viajeros de bajo presupuesto pueden comer en restaurantes locales donde se ofertan almuerzos clásicos y cenas o meriendas, por lo general ofrecen una sopa, un plato principal, jugo y postre por entre 1,50 y 3 dólares. Los jugos de frutas que se ofrecen en los mercados son realmente grandiosos, sin embargo, asegúrese de que el agua que usan para prepararlos sea embotellada.

El principal ingrediente picante es la salsa de ají, hecha de un pimiento rojo picante cultivado en los Andes ecuatorianos, a la orilla del mar y en la costa tropical. Este chile rojo tiene muchos nombres diferentes y es similar a las especies mexicanas. Los niveles de ají varían de provincia a provincia. Pruebe un poco al principio, especialmente en las provincias de Carchi y Loja. Aquí el ají es realmente fuerte, pero

---

<sup>5</sup> Nestlé Ecuador S.A. Quito-Ecuador, Recorrido por los sabores del Ecuador, 2001. Pág. 10

en el resto del país es una salsa picante agradable, ideal para añadir a sopas y platos principales. Un conocido refrán ecuatoriano dice que “toda comida mala con ají resbala”. Esto puede ser un consejo que vale la pena tener en cuenta. Los patacones (plátanos verdes fritos y aplastados) es una guarnición que se usa comúnmente en los platos de la costa. También, se los sirve en el desayuno, que incluyen el arroz, los patacones, huevos, una taza de café caliente y las frutas.

En la costa, el arroz frito y la carne se sirven con yuca y menestra (frijoles o lentejas) y la yuca. Esta es una comida tradicional también de la costa, aunque puede encontrarlo también en otras regiones del país.

Las sopas son una especialidad del Ecuador. El Locro, es una de las más deliciosas y tradicionales de los Andes, la cual está hecha a base de patatas con queso, a esto se le agrega aguacate y sal al gusto, un plato realmente delicioso. El Yaguarlocro igualmente es una sopa a base de papa a la que se le agrega sangre de vaca, que aunque suene extraño, tiene un gran sabor diferente y delicioso. Ambos platos son de Guayllabamba, un pequeño pueblo que queda a sólo 30 minutos de Quito, donde existen varios restaurantes para degustar estas delicias.

La comida típica ecuatoriana le ofrece una gran variedad de sabrosos platos nuevos para probar. Si bien la gastronomía en general del país varía según la región, el arroz - acompañado de carne de res, pollo, cerdo, legumbres y patatas - es un alimento básico en todas partes.<sup>6</sup>

Según BASANTES, J. (2011) “Los sabores, texturas y aromas tradicionales marcan cada plato y producto del Ecuador. Sin embargo, el reconocimiento de la comida nacional no es el adecuado, según los chefs y especialistas consultados; aun así, hoteles, restaurantes, empresas de catering o ferias internacionales incluyen en sus

---

<sup>6</sup> <http://old.ecuador.travel> .- Comida típica del Ecuador y sus recetas

menús un seco de chivo, fritada, locros, aguado de gallina, humitas, fanesca, caldos, por ejemplo, en la carta de restaurantes Techo del Mundo, del Hotel Quito, se encuentran siete platos de comida ecuatoriana, que alternan cada seis meses, además de las sopas típicas que se encuentran en su buffet.

Según Edmundo Vega, administrador del lugar, los hoteles han implementado estos platos por pedido de los clientes nacionales e internacionales. Además, considera que se necesitan políticas de Estado.

Una opción es implementar un “programa de certificación que garantice la calidad del producto, la presentación y la preparación de los platos. Esto se encontraría en cada restaurante o sitio de venta”.

El chef Wilson Oña considera que la acogida por la comida nacional ha mejorado desde aproximadamente cuatro años. “Inclusive en concurso a escala internacional la participación es con platos ecuatorianos”.

En el servicio de catering de Intercul, la comida internacional se intercala con la nacional en sus contratos. “La gente acepta más la sazón ecuatoriana por el cambio en la presentación. Esta es más elaborada”, comenta Kléver Tacuri, subchef de Intercul. Esta empresa de servicios también trabaja con cocina tradicional y productos como la quinua, el amaranto y los mellocos que le proporcionan sabor y color a los platos que elaboran. Para Dimitri Hidalgo, catedrático de la Universidad Tecnológica Equinoccial, “la gente poco a poco se ha identificado con la comida del Ecuador y la ha revalorizado. Se rescatan los sabores tradicionales, con montajes que realzan la comida, pero no desvirtúan la esencia”.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> BASANTES, J. (2011) La variedad gastronómica en un menú práctico. Revista Líderes Gastronomía y consumidor.

## **GASTRONOMÍA TRADICIONAL DE LA PARROQUIA ATOCHA-FICOA**

La gastronomía ambateña reúne una serie de platos típicos muy característicos de la ciudad que son reconocidos por su tradición a nivel nacional, y pueden ser degustados en los puestos ubicados en la planta alta de los mercados Modelo y Central de la ciudad de Ambato. En las picanterías, se expende variedad de platos típicos y populares de esta ciudad: los llapingachos, que se los puede degustar con un refrescante jugo de frutas preparado en el mismo lugar.

La parroquia Atocha Ficoa reúne varias expresiones gastronómicas muy apreciadas por los visitantes que no dudan en realizar una parada para degustar de estos manjares; en Ficoa, los helados, cuyes y conejos son el principal atractivo gastronómico, asados a la vista del público, lo cual llama la atención de los visitantes.

Atocha es conocida por la tradicional colada morada que se prepara leña que dan un delicioso sabor a las empanadas y el pan. A lo largo de la avenida principal y en los alrededores del parque, se concentran también, especialmente los fines de semana, varios puestos de expendio de la tradicional bebida junto a las deliciosas empanadas de viento o también llamados pasteles. Las exquisitas tortillas de maíz son también conocidas como las tortillas de nylon por su frágil contextura, en algunos casos rellenos de papa.<sup>8</sup>

### **2.4.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE**

#### **TURISMO**

Actividad consistente en viajar e ir de excursión para divertirse o con una finalidad instructiva". Deriva del francés "tour", es decir "vuelta", "viaje" y es una palabra que se usa en casi todas las lenguas del mundo.

---

<sup>8</sup> Guía Turística Ambato.- Dirección de Turismo de Tungurahua

La palabra "tour", a su vez, deriva de la palabra judía Tora que significa estudio, conocimiento, búsqueda.

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

Para MARTINEZ A. (2003). “El turismo es el desplazamiento de personas de un sitio a otro, que bien puede ser de un país a otro, durante un tiempo limitado y con fines de recreación. Esto también es un género de industria y al respecto nuestro Ecuador, país de contrastes, ubicado en los dos hemisferios norte y sur, presenta el escenario adecuado para desarrollar en él, en forma óptima el turismo, como una actividad que humaniza e integra, proporcionando a la vez divisas para el país y satisfacciones para el turista.

En los últimos tiempos se ha desarrollado la actividad turística, reflejada en el incremento de infraestructura hotelera y de servicios en aquellas provincias poseedoras de grandes atractivos que son la admiración de propios y extraños. Tiene sitios muy variados y atractivos por la singularidad de sus regiones naturales; bellas costas del Litoral, las majestuosas montañas andinas, el paisaje selvático amazónico y las maravillosas islas Galápagos.”<sup>9</sup>

Para ACERENZA, M. (1999) “El turismo es un fenómeno social de carácter complejo, que puede ser interpretado de distintas formas, según sea la función que, en un momento dado, tengan las personas relacionadas con él. Pero independientemente del punto de vista particular que puedan tener los diferentes sectores dedicados a esta actividad, el turismo, desde el punto de vista conceptual, no es sino un conjunto de

---

<sup>9</sup> MARTINEZ, Alejandro (2003). Geografía Económica del Ecuador. El turismo. Pág. 99

relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar normal de domicilio, motivadas fundamentalmente por una actividad no lucrativa. El turismo es, por consiguiente, una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación y no incluye, por tanto, todas las formas de uso que puede hacer el hombre de su tiempo libre ni todas las formas posibles de recreación.

Es esencialmente, una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad. En la práctica, y para determinados propósitos, el turismo puede ser clasificado de diversas formas, cada una de ellas orientada a una necesidad específica e incluso, puede ser identificado en función de más de una de sus características”.<sup>10</sup>

RAMÍREZ C. define al turismo como “Una alternativa de turismo es la que se anuncia como “un fenómeno de desplazamiento temporal, que efectúa un individuo voluntariamente desde su lugar habitual de residencia a otro destino, por motivo de recreación, descanso, cultura, salud, etc., sin que lo mueva un fin de lucro y sin la idea de expatriarse”.

## **IMPORTANCIA DEL TURISMO**

Según RAMÍREZ C, “En el marco vivencial de la actividad humana el turismo va cada vez tomando su verdadera forma y dimensión, que hacen de él un fenómeno cada vez más apasionante e interesante por su dinámica propia, sus efectos proyectivos, sus resultados positivos y por la necesidad de disminuir y eliminar las situaciones negativas que conlleva el manejo de la actividad turística”.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> ACERENZA, Miguel (1999). Administración del turismo. Pág. 49

<sup>11</sup> RAMÍREZ, César (2006). Visión integral del turismo, Editorial Trillas. Edición 2006, Pág.15



## **TIPOS DE TURISMO**

Al ser una actividad ligada al ocio, es difícil relacionar todos los tipos de turismo existentes. Estos son algunos de los más destacados:

- Turismo litoral o de sol y playa.
- Turismo de montaña.
- Turismo rural.
- Turismo artístico-cultural.
- Turismo ecológico o ecoturismo.
- Turismo de negocios.
- Turismo comercial.
- Turismo religioso.
- Turismo de balneario o de salud.

Muy a menudo los desplazamientos turísticos incluyen varios tipos de turismo. Una visita a la playa se complementa con el disfrute de un museo, una catedral o unas marismas protegidas en la costa, etc.<sup>12</sup>

## **TURISMO GASTRONÓMICO**

El turismo gastronómico es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita. El turismo gastronómico es una nueva opción de aventura, no sólo dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs o gourmets. Más bien, está enfocado a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria. Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como visita de mercados

---

<sup>12</sup> <http://recursostic.educacion.es.-Tipos de Turismo>

tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de los lugareños, participación en fiestas locales, etc. Uno de los objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores y/o preparaciones culinarias.

No es únicamente para aquellas personas que aman comer, o que trabajan en el rubo (como pueden ser los cocineros o gourmets). De hecho, está dirigido sobre todo para aquellas personas dispuestas a vivir una aventura culinaria, probar cosas nuevas, explorar sabores, es perfecto para este tipo de viajes.<sup>13</sup>

## **ORIGEN DEL TURISMO GASTRONÓMICO**

Ya en Europa en el siglo XIII, se empezaron a realizar las primeras guías gastronómicas, que eran una relación de las mejores posadas y restaurantes. Estas guías eran realizadas por los famosos "gourmets" o "gastronomers", personas de muy grande apetito que se dedicaban en clasificar los restaurantes, el más famoso fue "Kurnonsky" en Amberes dedicado exclusivamente a la cocina francesa. El gran Curnosky fue nombrado el "príncipe de los gastrónomos" en 1927 se dedicó a viajar por diversos lugares de Francia con un conjunto de amigos y aficionados a la gastronomía.

En la actualidad existen varias rutas gastronómicas en el mundo dedicadas a diversos tipos de comida o insumos, por ejemplo: Ruta del jamón Ibérico en España, ruta de los quesos de cabra, ruta de la tenca, ruta de las frutas y los licores, ruta de los vinos, la ruta de los nuggets, etc. En los que se eligen temas culinarios que remarcan la identidad de la ruta, se promueve la venta de un producto alimenticio (marketing), se desarrolla una economía local, se promueve la cultura e identidad de una región. El turismo gastronómico está asociado generalmente a otras actividades que lo complementan, tal y como puede ser el turismo rural.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> <http://www.nuestrorumbo.com> .- Qué es turismo gastronómico.

<sup>14</sup> <http://es.wikipedia.org> .-Turismo gastronómico

## MOTIVACIONES DEL TURISMO GASTRONÓMICO

Es importante señalar que las motivaciones son esenciales para comprender el turismo gastronómico pues la mayoría de los visitantes cuando viajan recurren a los restaurantes para satisfacer las necesidades fisiológicas básicas, es decir, la necesidad de alimentarse para sobrevivir. Se identifican cuatro tipos de motivaciones gastronómicas asociadas al turismo a las que denominan de tipo físico, cultural, interpersonal, de status y de prestigio.

**Motivaciones físicas:** se encuentran asociadas al hecho de que el acto de comer es algo natural para el ser humano y a que la comida despierta los sentidos y provoca variadas sensaciones. Se sustentan en necesidades que no son satisfechas en lo cotidiano como la necesidad de relajarse, cambiar de rutina, la obtención de placer a través de refecciones, la oportunidad de familiarizarse con nuevos sabores.

Las necesidades físicas también se relacionan con el área de la salud ya que muchas personas buscan incorporar hábitos alimenticios más saludables durante sus vacaciones.

**Motivaciones culturales:** es importante tener en cuenta la importancia de la comida en la cultura de un país. La alimentación fue desde siempre un elemento clave de la cultura de cada sociedad y cada vez más los visitantes ven en la gastronomía la posibilidad de conocer mejor la cultura de un lugar. No es solamente el acto de probar los platos que atrae a los visitantes motivados culturalmente sino el hecho de poder conocer ritos y hábitos asociados a la gastronomía de un pueblo y la posibilidad de visitar museos y otras atracciones con esta temática. Estos visitantes no se contentan simplemente con ir a un restaurante y degustar la comida. Quieren conocer los ingredientes, las formas de sazonar, la historia subyacente, etc. La experiencia se ve complementada con la compra de libros en el lugar sobre gastronomía, la adquisición

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

**Motivaciones interpersonales:** si bien hay muchas personas que realizan viajes individuales, gran parte lo hacen en grupo y el acto de alimentarse es de gran importancia. Casi todos asocian una buena refección con amigos aun momento de placer donde se disfruta de la compañía de otros y se sociabiliza. De esta forma muchos visitantes consiguen, sin duda, disfrutar del acto de alimentarse en restaurantes, ferias gastronómicas y otras situaciones similares. El acto de comer fuera de casa tiene una función social realmente importante ya que, además de permitir estrechar relaciones entre los que viajan en grupo, puede crear nuevas relaciones e interacciones con otras personas. Algunos visitantes pueden ver en el acto de desplazarse a un restaurante una circunstancia propicia para hacer nuevas amistades, salir de la rutina y sociabilizar. En un mundo cada vez más individualista como es el actual las personas suelen encontrarse con dificultades para establecer relaciones; comer en un restaurante o una cena empresarial puede ser, entre otros, una buena oportunidad de mejorar.

**Motivaciones de status y prestigio:** desde siempre existe una asociación directa de algunos restaurantes con élites, clases sociales altas. El turismo gastronómico se transformó en parte importante de la nueva clase media. Para muchos, poder contar a otros que se comió en un local de prestigio o poco conocido mencionando detalladamente todos los pormenores, e inclusive los precios, es la posibilidad de obtener un status más elevado y ser reconocido entre los pares. Para muchos visitantes el acto de ser aceptados entre sus amigos y conocidos es algo tan importante que no se preocupan por los gastos para poder frecuentar los restaurantes de mayor prestigio donde piden los vinos más caros, los cigarros de mayor calibre y donde buscan mostrar muchas veces ser más de lo que son en realidad. Para estas personas la experiencia turística tiene siempre un componente de status y prestigio del cual no se pueden separar. Se podría decir que es una experiencia turística

“falseada” y en parte lo es pero para estos visitantes las motivaciones de status y prestigio son relevantes por lo cual lo adecuan a sus experiencias y la moldean según sus motivaciones.<sup>15</sup>

## **TURISMO GASTRONÓMICO EN ECUADOR**

Por su variada oferta gastronómica, el Ecuador está nominado a ‘Mejor Destino Gastronómico’ en los World Travel Awards, junto con Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Perú, Uruguay y Venezuela.

La cocina ecuatoriana refleja la mega diversidad que existe en sus cuatro regiones, Costa, Amazonía, Andes y Galápagos, configurando una realidad que se refleja en su oferta natural, cultural y de manera especial en su gastronomía, que muestra la fusión de sabores ancestrales y tradicionales. Actualmente, para consolidar la cocina tradicional, los nuevos chefs ecuatorianos le agregan toques gourmet que destacan por el ingenio y profesionalismo, logrando verdaderas obras culinarias de gran aceptación entre los comensales nacionales y extranjeros.

Para referenciar la mega oferta gastronómica del Ecuador, se necesitaría elaborar varios tomos de una enciclopedia especialidad, debido a la variedad y diversidad que de cada receta, que a pesar de utilizar los mismos ingredientes, cambian según la zona o la región en donde se elabora. Sintetizando se puede afirmar que la cocina de la región Andes se caracteriza por el uso de cereales, maíz, tubérculos como melloco, camote y papas, hortalizas, legumbres frescas, carnes de res, borrego, cerdo, chivo, cuy y conejo aderezados con lechuga, tomate y diversos tipos de ají. En la Costa y Galápagos su oferta se configura por productos del mar combinados con arroz, plátano, yuca; sazonados con zumos de frutas cítricas, coco, maní; mientras que en la Amazonía, para la elaboración de los platos se utilizan diversos tipos de peces de aves

---

<sup>15</sup> <http://www.scielo.org.ar> .- Importancia la Gastronomía en el Turismo

ranas y otros animales que residen en esta zona y configuran platos que se acompañan con palmito, verde y yuca. Esta deliciosa variedad ahora le permite a Ecuador aspirar a un premio en la categoría a ‘Mejor Destino Gastronómico’ <sup>16</sup>

## **DESARROLLO TURÍSTICO**

El turismo puede ser un importante incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes, con lo que se logra disminuir el éxodo rural. En forma particular, en los últimos años se ha venido desarrollando el fenómeno turístico que tiene como marco de realización el medio rural y que está dirigido a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos.

Este tipo de turismo viene impulsado por la valoración de los modos de vida tradicionales, la cada vez mayor conciencia ecológica y el contacto con la naturaleza. No obstante, el turismo no es la panacea para solucionar los problemas que plantea el desarrollo, ni todas las zonas rurales tienen potencialidades reales para llevar a cabo esta actividad, o requieren de elementos del entorno que lo favorezcan tales como la accesibilidad, la salubridad o la seguridad. Sería un error considerar el turismo como la única alternativa posible a la agricultura o a otra actividad económica local.

La única manera de confirmar que un territorio posee verdaderamente un potencial de desarrollo turístico que justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta los atractivos del territorio, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.

Además de la luz que arroja sobre las oportunidades turísticas del territorio, esta evaluación permite asimismo superar obstáculos importantes y evitar muchos inconvenientes.

---

<sup>16</sup> <http://www.turismo.gob.ec>.- Turismo Gastronómico

Por ejemplo, una visión errónea del potencial turístico local puede medio ambiente (contaminación, degradación de los sitios naturales), sobre la cultura (pérdida de la identidad local), o sobre la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del costo de la vida, endeudamiento de los municipios). Una mala percepción de las características y especificidades del territorio hace que sea inadecuada la elaboración de una oferta turística local original que permita diferenciarse de los territorios competidores que están al mismo nivel; el desconocimiento de las características de la clientela y de las tendencias del mercado perjudica la elaboración de productos turísticos ajustados a la demanda.

Aunque no ofrezca datos absolutamente fiables sobre las perspectivas de desarrollo efectivas del sector, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permite minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.<sup>17</sup>

Según RAMÍREZ C (2006). “Entre las actividades que el Estado puede emprender con miras a generar ocupación masiva de mano de obra, están las del turismo, que se caracterizan por su mayor efecto multiplicador y por una inversión menor que la demandada en otros sectores productivos, como el petróleo.

La actividad turística constituye una opción de inversión inteligente para generar nuevos empleos y brindar ocupación al mayor número de personas que forman la PEA (Población Económicamente Activa). Se le considera como una actividad intensiva de mano de obra generadora de empleos adicionales en las actividades que estimulan de manera indirecta, como las inversiones en infraestructura, urbanización, equipamiento turístico y urbano, administración, construcción de hoteles, que crean volúmenes importantes de ocupación”.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> <http://www.territorioscentroamericanos.org> . Plan de desarrollo turístico

<sup>18</sup> RAMÍREZ, César (2006), Visión integral del turismo. Editorial Trillas. Edición 2006. Pág. 15

## **2.5 HIPÓTESIS**

La gastronomía tradicional incide en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa.

## **2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES**

**Variable Independiente:** Gastronomía Tradicional

**Variable Dependiente:** Desarrollo Turístico



## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 ENFOQUE**

La investigación tiene un enfoque cualitativo, en cuanto analizaremos la incidencia de la gastronomía tradicional en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa, basándonos en registros obtenidos por medio de la técnica de observación y encuestas, que proporcionaran los resultados deseados de las variables a desarrollar.

El enfoque cuantitativo estará presente al momento de la recolección, tabulación y análisis de los datos arrojados por las encuestas, para comprobar la validez de la hipótesis planteada.

#### **3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación aplicará las modalidades de campo y bibliográfica; de campo, ya que el estudio se realizará en el mismo lugar donde se produce el problema investigado, que a su vez permite obtener contacto directo con los individuos relacionados con el objeto de estudio que son los actores principales.

La modalidad bibliográfica será utilizada pues mediante esta se obtendrán antecedentes investigativos y permitirá la obtención y recopilación de información relacionada con el tema de investigación planteado.

### 3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

El nivel de estudio de la presente investigación es de tipo exploratoria pues se recabarán datos, información y elementos de esta problemática y encontrará los procedimientos adecuados para simplificar su comprobación. Es de tipo descriptiva pues se analiza y detalla la situación actual de la problemática y finalmente utiliza el nivel explicativo porque además con las conclusiones extraídas de la investigación se establece una propuesta, la misma que se genera como un medio de solución de un problema existente.

### 3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo de estudio de la presente investigación está integrado por los habitantes del Cantón Ambato, en la que constan turistas que acuden a degustar de la gastronomía tradicional de la parroquia Atocha-Ficoa y propietarios de dichos establecimientos; y consta detallado en el siguiente cuadro:

**Cuadro 01:** Población y muestra

<b>POBLACIÓN</b>	<b>UNIDADES DE OBSERVACIÓN</b>	<b>#POBLADORES</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>TÉCNICA</b>
Habitantes del Cantón Ambato	Población	329.856	384	Encuesta

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

### 3.4.1 POBLACIÓN

El universo de estudio de la presente investigación está integrado por la población total del cantón Ambato, que asciende a uno número de 329.856 habitantes; según los datos aportados por el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) del último censo poblacional realizado en el año 2010.

#### **Cálculo del tamaño de la muestra**

Para la realización de la investigación se utilizará la presente fórmula:

$$n = \frac{z^2 P \cdot Q \cdot N}{z^2 \cdot P \cdot Q + Ne^2}$$

#### **En donde:**

n: tamaño de la muestra

z: nivel de confiabilidad (1.96)

P: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Q: probabilidad de ocurrencia (0.5)

e: error de muestreo (0.05)

#### **Desarrollo:**

$$\frac{z^2 P \cdot Q \cdot N}{z^2 \cdot P \cdot Q + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(329856 )}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (329.856 )(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.84 (0.25)(329856 )}{3.84 (0.25) + (329.856 )(0.0025)}$$

$$n = \frac{0.96 (329856 )}{0.96 + 824,64}$$

$$n = \frac{316661,76}{825,6}$$

$$n = 383,55$$

$$n = 384$$

La muestra que se trabajará en la recolección de la información está representada por 384 personas.

### 3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### VARIABLE INDEPENDIENTE

**Cuadro 02:** Variable Independiente, Gastronomía tradicional

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La gastronomía tradicional de un pueblo es un testimonio de mestizaje y sabores que identifican a una región y ofrecen el reconocimiento de un pasado en común; como testimonio, los platillos de una región muestran el medio en que fueron creados, los ingredientes que había en ese momento y con los cuales se creaba la comida de todos los días.	<p>Gastronomía Tradicional.</p> <p>Sabores propios de una región</p> <p>Ingredientes con cuales los pueblos creaban la comida de todos los días.</p>	<p>Platos típicos.</p> <p>Lugares de expendio de comida tradicional.</p> <p>Recetarios de procesos e ingredientes tradicionales.</p>	<p>¿Considera usted importante la gastronomía tradicional aporta al desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa? SI ( ) NO ( )</p> <p>¿Cree usted que los actuales establecimientos brindan un ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas? SI ( ) NO ( )</p> <p>¿Piensa usted que los establecimientos elaboran los productos de forma tradicional? SI ( ) NO ( )</p>	<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Fichaje</p> <p>Lectura</p> <p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p>

Elaborado por: Danny José Guerra Salgado (2013)

## VARIABLE DEPENDIENTE

**Cuadro 03:** Variable Dependiente; Desarrollo turístico

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>El turismo puede ser un importante incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes, con lo que se logra disminuir el éxodo rural.</p> <p>En forma particular, en los últimos años se ha venido desarrollando el fenómeno turístico que tiene como marco de realización el medio rural y que está dirigido a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos.</p>	<p>Turismo, importante incentivo para el desarrollo local.</p> <p>Dinamiza las actividades económicas tradicionales y valoriza las particularidades culturales locales.</p> <p>Dirigido a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos.</p>	<p>Aporte económico que genera la presencia de turistas.</p> <p>Desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa.</p> <p>Turistas que acuden a la parroquia para degustar platos típicos.</p>	<p>¿Considera usted que al existir una mayor promoción de la gastronomía tradicional de la parroquia incentivaría la presencia de turismo? SI ( ) NO ( )</p> <p>¿Considera usted importante la gastronomía tradicional aporta al desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa? SI ( ) NO ( )</p> <p>¿Con qué frecuencia acude a degustar la comida típica de este lugar? SEMANALMENTE ( ) MENSUALMENTE ( ) OCASIONALMENTE ( )</p>	<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Fichaje</p> <p>Lectura</p> <p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p>

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

### 3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

**Cuadro 04:** Plan de Recolección de Información

PREGUNTAS BÁSICAS		EXPLICACIÓN
1	¿Para qué?	Para lograr los objetivos de la investigación y proponer alternativas de solución al problema
2	¿De qué personas u objetos?	Visitantes y pobladores de la parroquia Atocha-Ficoa
3	¿Sobre qué aspectos?	Gastronomía tradicional
4	¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador
5	¿Cuándo?	Noviembre 2012 – Mayo 2013
6	¿Dónde?	Parroquia Atocha-Ficoa
7	¿Cuántas veces?	Una vez
8	¿Qué técnicas de recolección?	Entrevista, encuesta, observación
9	¿Con qué?	Fichas focalizadas. Cuestionarios estructurados, fichas de observación
10	¿En qué situación?	Los días de mayor afluencia de una manera objetiva

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

### **3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN**

Con la aplicación de encuestas se tendrá la información deseada y se procederá de la siguiente manera:

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Tabulación y ordenamiento de la información a través de gráficos.
- Estudio estadístico, análisis e interpretación objetiva, verificación de hipótesis.
- Presentación de datos e interpretación de resultados, conclusiones y recomendaciones.



## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 Análisis e interpretación de resultados

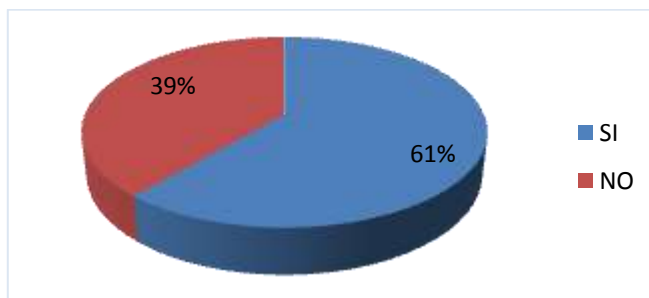
**PREGUNTA 1:** ¿Considera usted que la gastronomía tradicional aporta al desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa?

**Cuadro 05:** Tabulación pregunta 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	235	61%
NO	149	39%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Danny José Guerra Salgado (2013)



**Gráfico 05:** Representación gráfica pregunta 1

Elaborado por: Danny José Guerra Salgado (2013)

#### Análisis e Interpretación

Del total de personas encuestadas, el 61% considera que la gastronomía tradicional aporta al desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa, mientras que un 39% opina que su aporte no es significativo. Esto nos indica que la gran mayoría de personas atribuyen a que la gastronomía tradicional existente en el sector es un pilar fundamental para el desarrollo turístico de la parroquia mencionada.

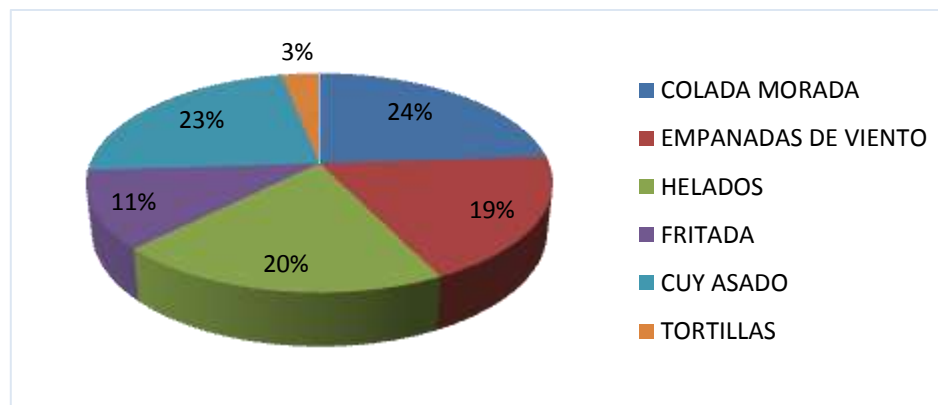
**PREGUNTA 2:** ¿Qué producto es el que más consume usted cuando visita la parroquia Atocha-Ficoa?

**Cuadro 06:** Tabulación pregunta 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COLADA MORADA	92	24%
EMPANADAS DE VIENTO	72	19%
HELADOS	76	20%
FRITADA	44	11%
CUY ASADO	88	23%
TORTILLAS	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)



**Gráfico 06:** Representación gráfica pregunta 2

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

### Análisis e Interpretación

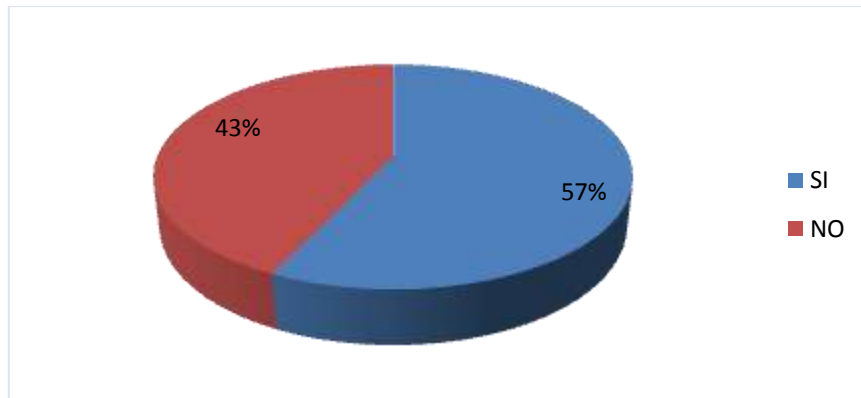
El 24% de las personas consumen preferentemente la colada morada en sus visitas al sector, seguido por el 23% que se inclina por el cuy asado; seguidos por muy poca diferencia porcentual por productos como: helados, empanadas de viento, fritada y tortillas. Identificando a la colada morada y al cuy asado como los platos más apetecidos por los visitantes de la parroquia Atocha-Ficoa.

**PREGUNTA 3:** ¿Piensa usted que los propietarios de los establecimientos elaboran los platos típicos usando las técnicas tradicionales en su preparación?

**Cuadro 07:** Tabulación pregunta 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	219	57%
NO	165	43%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)



**Gráfico 07:** Representación gráfica pregunta 3  
**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

### **Análisis e Interpretación**

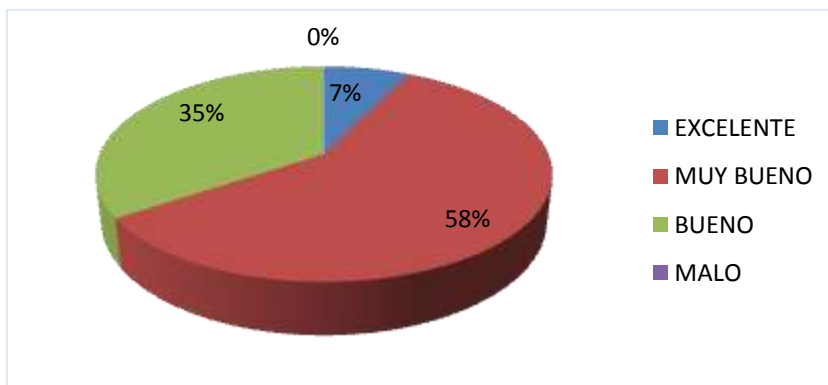
De la totalidad de personas encuestadas, un 57% afirma que los propietarios de los establecimientos elaboran los platos típicos usando técnicas tradicionales de preparación, mientras que el 43% considera lo contrario. Por lo tanto, determinamos que dichos establecimientos aún conservan las metodologías tradicionales de preparación en sus platos típicos, así como también los ingredientes utilizados para su elaboración se han conservado por generaciones.

**PREGUNTA 4:** El servicio brindado por los establecimientos en la parroquia Atocha-Ficoa es:

**Cuadro 08:** Tabulación pregunta 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	28	7%
MUY BUENO	224	58%
BUENO	132	35%
MALO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)



**Gráfico 08:** Representación gráfica pregunta 4  
**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

### **Análisis e Interpretación**

Se puede observar que el 58% de personas consideran que el servicio brindado por los establecimientos en la parroquia Atocha-Ficoa es muy bueno, el 35% cree que el servicio es bueno y el 7% que es excelente.

Estos resultados nos permiten establecer que la mayoría de clientes externos perciben que el servicio de los establecimientos de expendio de comida típica es muy bueno, lo cual es sumamente favorable para la expansión del turismo en el sector.

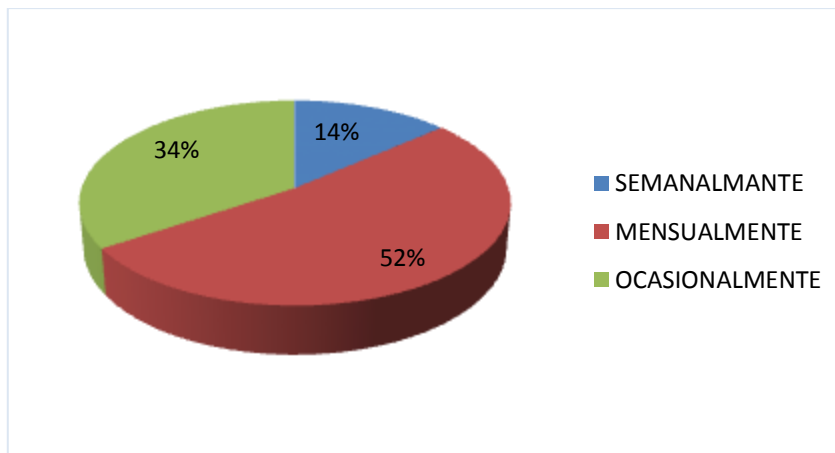
**PREGUNTA 5:** ¿Con qué frecuencia acude a degustar la comida típica de este lugar?

**Cuadro 09:** Tabulación pregunta 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEMANALMANTE	52	14%
MENSUALMENTE	200	52%
OCASIONALMENTE	132	34%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)



**Gráfico 09:** Representación gráfica pregunta 5

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

### **Análisis e Interpretación**

Del 100% de las personas encuestadas, el 52% acude mensualmente a degustar la comida típica de este sector, un 34% lo hace ocasionalmente y un 14% acude semanalmente.

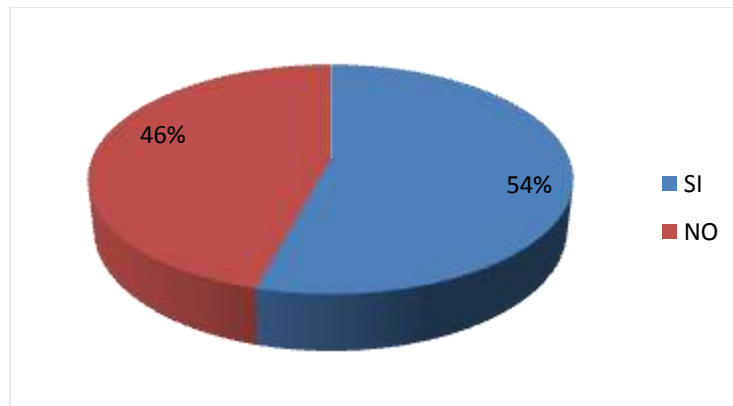
Esto nos indica que los productos ofertados en la parroquia poseen un alto índice de consumo, y que preferentemente los turistas acuden mensualmente y ocasionalmente a degustar los platos típicos.

**PREGUNTA 6:** ¿Considera usted que los actuales establecimientos brindan un ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas?

**Cuadro 10:** Tabulación pregunta 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	208	54%
NO	176	46%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)



**Gráfico 10:** Representación gráfica pregunta 6  
**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

### **Análisis e Interpretación**

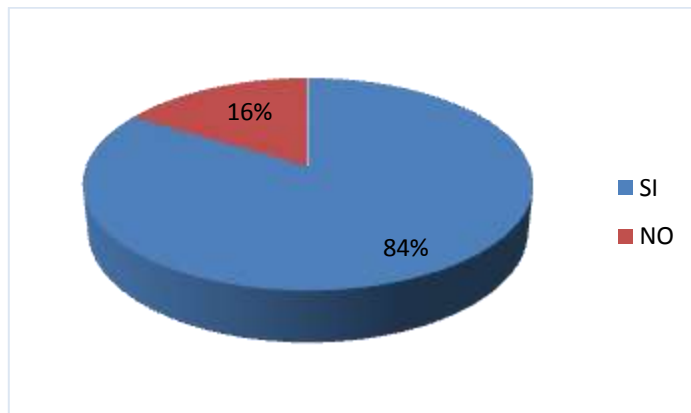
El 54% de los encuestados afirman que sus establecimientos brindan un ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas, el 46% cree que el ambiente no es óptimo. De las respuestas obtenidas se determina que los consumidores consideran que el ambiente es el adecuado, mientras que una minoría cree que se debería mejorar en varios aspectos para cumplir con los requerimientos de los turistas.

**PREGUNTA 7:** ¿Considera usted que al existir una mayor promoción de la gastronomía tradicional de la parroquia en un medio publicitario incentivaría la presencia de turismo?

**Cuadro 11:** Tabulación pregunta 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	322	84%
NO	62	16%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)



**Gráfico 11:** Representación gráfica pregunta 7  
**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

### Análisis e Interpretación

De la totalidad de personas encuestadas, el 84% opina que efectivamente al existir una mayor promoción de la gastronomía tradicional de la parroquia en un medio publicitario incentivaría la presencia de turismo, el restante 16% no considera necesario. Esto nos indica que al promover masivamente la gastronomía tradicional del sector aumentaría notablemente la llegada de turistas al lugar.

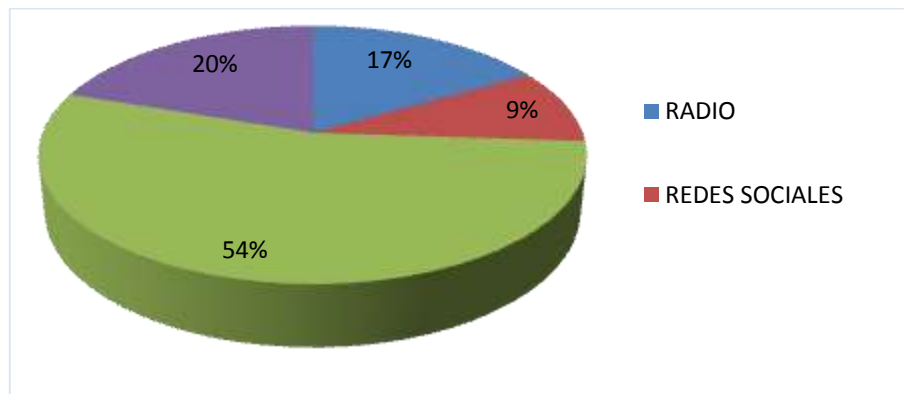
**PREGUNTA 8:** ¿Cuál de los siguientes medios publicitarios considera usted el más idóneo para la difusión de la gastronomía tradicional?

**Cuadro 12:** Tabulación pregunta 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	64	17%
REDES SOCIALES	36	9%
FOLLETO INFROMATIVO	208	54%
EVENTOS	76	20%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)



**Gráfico 12:** Representación gráfica pregunta 8

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

### **Análisis e Interpretación**

El 54% de las personas cree que el medio publicitario más idóneo para la difusión de la gastronomía tradicional es el folleto informativo, el 20% considera que son los eventos, el 17% piensa que la radio y el 9% la difusión en redes sociales. Esto nos indica que una mayoría parcial considera al folleto informativo como el medio más óptimo y efectivo para publicitar la gastronomía tradicional.



## 4.2. Verificación de la Hipótesis

En el presente trabajo investigativo, para la verificación de la hipótesis se utilizará el método estadístico, conocido como chi-cuadrado ( $\chi^2$ ).

### 4.2.1. Planteamiento de la hipótesis

H0 (Hipótesis nula) La gastronomía tradicional NO incide en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa.

H1 (Hipótesis alternativa) La gastronomía tradicional SI incide en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa.

### 4.2.2. Selección del nivel de significación

Se utilizará el nivel de  $\alpha$  ( = 0.05 para la verificación de la presente hipótesis.

### 4.2.3. Descripción de la población

Se ha tomado como referencia para la investigación de campo el total del universo de la investigación.

**Cuadro 13:** Población para la verificación de la hipótesis

Población	Personas	%
Habitantes del Cantón Ambato	384	100
<b>Total</b>	384	100

Elaborado por: Danny José Guerra Salgado (2013)

### 4.2.4. Especificación de lo estadístico

En un cuadro de contingencia de 4 filas y 2 columnas se determina las frecuencias observadas.

**Cuadro 14:** Especificaciones de lo estadístico (frecuencias observadas)

<b>CATEGORÍAS</b>			
<b>PREGUNTAS</b>	<b>OPCIÓN 1</b>	<b>OPCIÓN 2</b>	<b>SUB TOTAL</b>
<b>1</b>	235	149	384
<b>3</b>	219	165	384
<b>6</b>	208	176	384
<b>7</b>	322	62	384
<b>TOTAL</b>	984	552	1536

Elaborado por: Danny José Guerra Salgado (2013)

Una vez determinadas las frecuencias observadas, y con los resultados obtenidos, se procede a establecer las frecuencias esperadas.

#### 4.2.5. Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro consta de 4 filas y 2 columnas.

$$x^2T = \text{Chi cuadrado tabular}$$

**Cuadro 15:** Grados de libertad

<b>GRADOS DE LIBERTAD</b>
<b>gl= (filas-1) (columnas-1)</b>
<b>gl= (4-1) (2-1)</b>
<b>gl= (3) (1)</b>
<b>gl= 3</b>

Elaborado por: Danny José Guerra Salgado (2013)

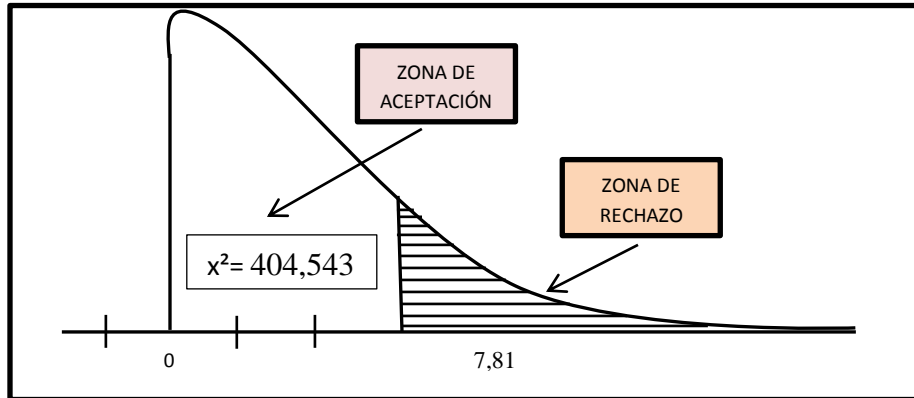
**Cuadro 16:** Nivel de significación

<b>NIVEL DE SIGNIFICACIÓN</b>
$x^2T = 7.81$

Elaborado por: Danny José Guerra Salgado (2013)

Por lo tanto con 3 grados de libertad y a nivel 0.05 de significación de la tabla de  $\chi^2_{T=7.81}$  por tanto si  $\chi^2_C = \chi^2_T$  se aceptará la  $H_0$ , caso contrario se la rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa. La representación gráfica sería:

**Gráfico 13:** Representación gráfica región de aceptación y rechazo



**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

**Cuadro 17:** Especificación de lo estadístico (frecuencias esperadas)

FRECUENCIAS ESPERADAS	
<b>OPCIÓN 1</b>	246
<b>OPCIÓN 2</b>	138

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

#### 4.2.6. Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

Para el efecto se utilizará la siguiente fórmula:

$\chi^2$  = Chi cuadrado

$\Sigma$  = Sumatoria

O = Frecuencias observadas

E = Frecuencias esperadas

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

### Recolección de datos (Chi cuadrado)

**Cuadro 18:** Chi cuadrado

O	E	(O-E)	(O - E) <sup>2</sup>	(O - E) <sup>2</sup> /E
235	246	-11	121	0,492
219	138	81	6561	47,543
208	246	-38	1444	5,870
322	138	184	33856	245,333
149	246	-97	9409	38,248
165	138	27	729	5,283
176	246	-70	4900	19,919
62	138	-76	5776	41,855
<b>TOTAL</b>				<b><math>x^2 C = 404,543</math></b>

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

Como se puede observar  $x^2 c = (404,543)$  es mayor que  $x^2 T = (7.81)$ ; se acepta la hipótesis alternativa H1 La gastronomía tradicional SI incide en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa. Se concluye que la hipótesis es creíble y se califica provisoriamente como verdadera.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 CONCLUSIONES

Procesados los datos obtenidos en la encuesta y realizado el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las interrogantes se concluye que:

- Se determina que la gastronomía tradicional es un eje principal para el desarrollo de la actividad turística en la parroquia Atocha-Ficoa, convirtiéndose en un imán para el turismo nacional e internacional que gusta de la comida típica.
- El turismo gastronómico es un especialidad de turismo poco potencializada y valorada en nuestro país, que se la práctica muy empíricamente, por la cual existen ciertas deficiencias técnicas muy importantes que deben ser pulidas para alcanzar un óptimo desarrollo en esta actividad.
- Los establecimientos de expendio de comida típica de la parroquia aún conservan las técnicas tradicionales en su preparación y muchos de ellos realizan sus productos con recetas que fueron heredadas por sus antecesores, convirtiéndose éste en un factor muy apreciado por los turistas.
- Los propietarios de los establecimientos de venta de comida típica de la parroquia coinciden en que es sumamente necesario contar con un material publicitario que incentive e invite al turista a conocer y degustar de la amplia gama de ofertas gastronómicas del sector.

- Los consumidores de la gastronomía tradicional perciben que el servicio brindado por los establecimientos de la parroquia es bueno, pero existen ciertos requerimientos básicos que a su consideración no son suplidos por los prestadores de servicios; tales como: correcta manipulación de alimentos, infraestructura precaria, inexistencia de servicios higiénicos, falta de parqueaderos y seguridad para las turistas, dichos factores podrían ser analizados para el mejoramiento del servicio brindado.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

- Las autoridades locales deben dar mayor importancia al turismo gastronómico, considerando que es una actividad de desarrollo socio-económico de la parroquia Atocha-Ficoa, puesto que permite la creación de microempresas, generando fuentes de empleo y dinamizando la economía local.
- Incentivar a los estudiantes y profesionales de turismo a realizar investigaciones similares en otras parroquias o destinos turísticos de la provincia y del país con riquezas gastronómicas, las mismas que necesitan ser rescatadas y potencializadas para mantenerlas a las futuras generaciones.
- Se debe promover la investigación y por lo consiguiente crear un inventario de la gastronomía tradicional de la parroquia Atocha-Ficoa, considerando la forma tradicional de preparación de los platos típicos, los ingredientes utilizados y resaltar a los establecimientos más representativos del sector.

- Se debe elaborar un medio publicitario de bajo costo y de alto impacto para la difusión de la gastronomía tradicional del sector e impulsar de esta manera el potencial gastronómico existente en la parroquia Atocha-Ficoa.
- Los propietarios y empleados de los establecimientos de expendio de gastronomía tradicional deben capacitarse permanentemente en temáticas tales como: manipulación de alimentos y atención al cliente para ofrecer un servicio de calidad, de esta forma suplir las necesidades de la clientela actual y atraer a nuevos consumidores.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 DATOS INFORMATIVOS**

**TÍTULO:**

Elaboración de un folleto informativo de gastronomía tradicional para impulsar el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato.

**RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN:** Danny José Guerra Salgado

**COORDINADOR:** Lcdo. Ricardo Guamán Guevara

**PERÍODO:** Octubre- Diciembre 2013

**PROVINCIA:** Tungurahua

**CANTÓN:** Ambato

**PARROQUIA:** Atocha-Ficoa

**BENEFICIARIOS:** Comerciantes, turistas y  
pobladores de la parroquia

#### **6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

La parroquia Atocha-Ficoa desde siempre fue considerada un atractivo turístico transcendental del cantón Ambato, puesto que aquí convergen una gran variedad de atractivos culturales; entre ellos las quintas históricas de Juan León Mera y Juan Montalvo, el Jardín Botánico Atocha-La Liria, lugares con riqueza histórica para el Ecuador, y como no destacar la riqueza gastronómica propia de esta parroquia, que la



convierten en uno de los lugares más concurridos por los amantes de los sabores tradicionales de nuestro país.

La iniciativa de la presente propuesta surge por el interés de recolectar la información necesaria sobre la gastronomía tradicional; además, de considerar el hecho de que en la parroquia de Atocha-Ficoa no se han realizado investigaciones de este tipo y sería de suma importancia para el desarrollo turístico de este sector y su fortalecimiento como destino turístico.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN**

El rescate y difusión de los sabores tradicionales que por décadas han estado presentes en la parroquia Atocha-Ficoa son la base de la presente investigación, pues una vez realizado un estudio minucioso se determina que la parroquia cuenta con una cantidad significativa de atractivos gastronómicos que deben ser potencializados, los mismos que no han tenido el suficiente respaldo de la colectividad y de las autoridades pertinentes.

El uso del marketing y la publicidad son herramientas indispensables para atraer la atención de los turistas actuales y potenciales, por esta razón resulta sumamente importante la elaboración de un folleto gastronómico de difusión masiva, que permitirá a corto y mediano plazo el pleno desarrollo turístico y socioeconómico de los involucrados.

### **6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

#### **6.4.1 OBJETIVO GENERAL**

- Elaborar un folleto informativo de gastronomía tradicional para impulsar el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato.

#### **6.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Ejecutar un folleto informativo de gastronomía tradicional que permita fomentar, motivar e incrementar la presencia de turismo en el sector.
- Socializar la propuesta con los propietarios de establecimiento de venta de comida típica de la parroquia.
- Evaluar la propuesta.

#### **6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

Poner en marcha la presente investigación es totalmente factible ya que se cuenta con la instrucción necesaria para la ejecución de la misma, así como también existe la total colaboración de los propietarios de los establecimientos de expendio de comida tradicional de la parroquia Atocha-Ficoa para dotar de toda la información necesaria para la realización de la propuesta; lo que lo convierte operativa y socialmente factibles; además, se cuenta con el respaldo y conocimiento técnico del tutor encargado de la presente investigación, el mismo que vigilará constantemente el desarrollo de la misma.

La propuesta planteada es económicamente factible pues el investigador asumirá con todos los gastos incurridos en la impresión de los primero para la concreción de la propuesta, por lo que no existe limitante alguna para que se lleve a cabo.

#### **6.6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

##### **PUBLICIDAD**

Según MERINERO, A (1997) “La publicidad es el conjunto de técnicas de comunicación que utiliza el marketing de las empresas para dar a conocer a los consumidores sus productos y sus ofertas. La publicidad no es una forma de arte o diversión, sino un medio de información, y cuando se redacta un anuncio, el objetivo

no es que otros comenten que es creativo, sino que haga que el público se interese por el producto o servicio a anunciar y lo compre”.<sup>19</sup>

La Real Academia de la Lengua Española define a la publicidad como “Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.”.<sup>20</sup>

## **OBJETIVOS DE UN PLAN DE PUBLICIDAD**

Townsley, M dice: “Un plan de publicidad describe el razonamiento y las tareas que deben realizarse para lograr que una campaña publicitaria sea exitosa y además, compatible con la estrategia de marketing que el anunciante quiere seguir. El plan de publicidad brinda una base sólida para la toma de decisiones.

Cada decisión que tomes durante el proceso de campaña debe adecuarse al plan de publicidad. Cualquier decisión que no se ajuste, puede provocar que el plan fracase”.<sup>21</sup>

## **COMPONENTES DE LA PUBLICIDAD**

La publicidad consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, así como en persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso, a través del uso de una comunicación y medios impersonales, es decir, a través de una comunicación y medios que van dirigidos a varias personas al mismo tiempo.

Es posible definir también a la publicidad como el anuncio o mensaje que se envía al público a través de medios o canales publicitarios.

Asimismo, no debemos confundir la publicidad con la propaganda, la cual consiste en la difusión de doctrinas o ideas, por ejemplo, religiosa o política.

---

<sup>19</sup> MERINERO, Antonio (1997). Marketing y Ventas. Ediciones Díaz de Santos S.A. España, Pág. 105

<sup>20</sup> Diccionario de La Real Academia de la Lengua Española (2001). 22ª Edición.

<sup>21</sup> TOWNSLEY, María (1998) Publicidad serie business Editorial Thomson. Pág. 81

La publicidad se compone de los siguientes elementos:

### **Emisor**

Es el encargado de definir los objetivos publicitarios, los medios publicitarios y los mensajes publicitarios que serán enviados al receptor (público). El emisor es la empresa o negocio que lanza una campaña publicitaria.

### **Objetivo publicitario**

Es el objetivo que se pretende alcanzar al hacer uso de la publicidad, por ejemplo, el de dar a conocer la existencia de un producto, el de informar sobre sus principales características, el de persuadir o motivar su compra, el de hacer recordar su existencia, etc.

### **Medio o canal publicitario**

Es el medio o canal a través del cual se envía el mensaje publicitario al receptor; ejemplos de medios publicitarios son la televisión, la radio, el diario, el Internet, el correo, las ferias, los eventos, letreros, paneles, carteles, afiches, etc.

### **Mensaje publicitario**

Es el mensaje que se envía al receptor a través de los medios o canales publicitarios con el fin de dar a conocer, informar, persuadir su compra o adquisición, o hacer recordar un producto o servicio.

### **Receptor**

Es quien recibe el mensaje publicitario a través de los medios o canales publicitarios. El receptor está conformado por el público objetivo.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> <http://www.crecenegocios.com/concepto-de-la-publicidad/>

## **FOLLETO**

La Real Academia de la Lengua Española define a la palabra folleto como “Obra impresa, no periódica, de reducido número de hojas”.<sup>23</sup>

Un folleto es un material impreso reducido de hojas, que sirve como instrumento divulgativo o publicitario.

En marketing, el folleto también es una forma sencilla de dar publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es variada: situándolo en el propio punto de venta, mediante envío por correo o buzoneo o incluyéndolo dentro de otra publicación de venta o entre otras cosas.

Las cadenas de distribución utilizan regularmente folletos para dar a conocer a los clientes de la zona ofertas periódicas.

Para la confección efectiva de un folleto publicitario, se recomienda:

- Redactar títulos y subtítulos claros y atractivos.
- Realizar argumentaciones completas.
- Incluir un buen número de fotografías en las que aparezcan los productos así como demostraciones de su funcionamiento. Adjuntar pies de foto explicativos.
- Acompañar el texto y las fotografías con diagramas o dibujos.
- Realizar un recorrido lógico por los diferentes productos y argumentaciones.<sup>24</sup>

## **FOLLETOS PUBLICITARIOS**

Los folletos publicitarios constituyen un tipo particular de publicidad que pueden ofrecer un producto o un servicio. Los folletos publicitarios están formados por un texto expositivo o informativo.

---

<sup>23</sup> Diccionario de La Real Academia de la Lengua Española (2001). 22ª Edición

<sup>24</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Folleto>

El folleto es una obra impresa de poca extensión que tiene una función informativa y publicitaria, es decir que busca seducir a quien lo lee para que consuma eso que se ofrece. La información dada es breve, concisa, clara y debe estar acorde al destinatario, es decir a quien leerá el folleto.

El lenguaje usado en los folletos tiene una función apelativa, es decir que intenta influir en el destinatario. Los folletos suelen tener información que no está dada mediante el lenguaje, esta información es paratextual.

La información paratextual es construida mediante fotos, imágenes, colores, el tamaño de las letras. Estos elementos son fundamentales para capturar la atención del destinatario.

Características:

- Un folleto publicitario tiene una función informativa y publicitaria.
- Un folleto publicitario ofrece un producto o servicio.
- Tienen tres cuerpos, ya que están escritos al frente, al dorso y también se pliegan desde los lados.
- Un folleto publicitario está organizado por una información textual y otra información paratextual.
- La información que contiene un folleto publicitario es clara, concisa y acorde al destinatario. <sup>25</sup>

## **DESARROLLO**

Para el Diccionario Océano la palabra desarrollo significa “Evolución progresiva de una economía hacia mejores niveles de vida.” Mientras que la palabra Desarrollar es conceptualizada así: “Dicho de una comunidad humana: Progresar, crecer económica, social, cultural o políticamente”. <sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> <http://www.aula365.com/post/folletos-publicitarios/>

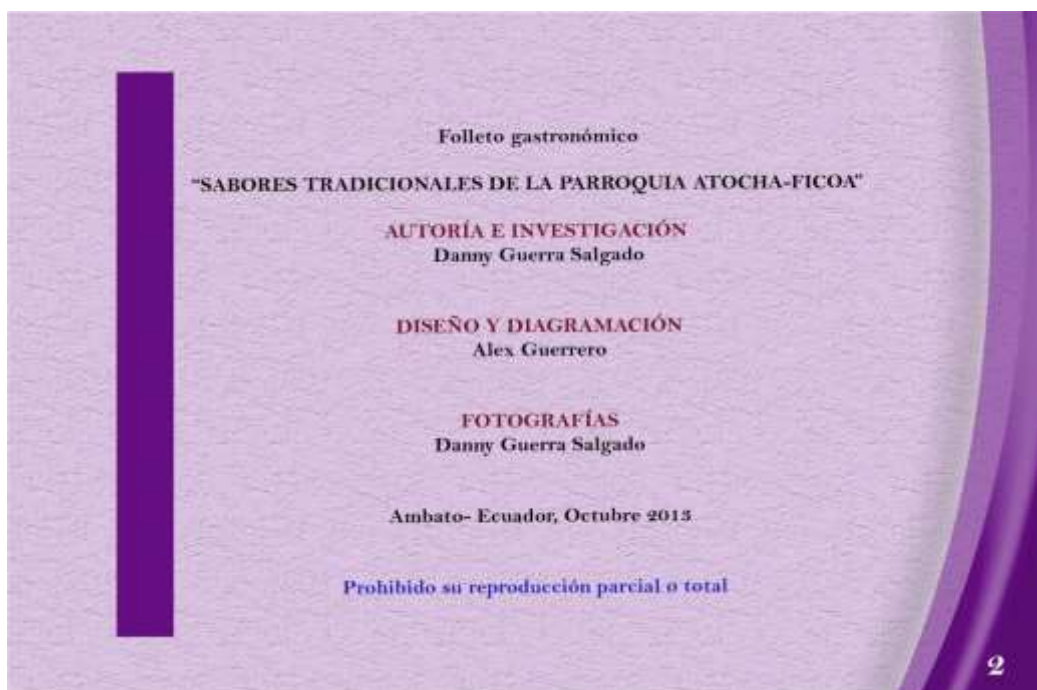
<sup>26</sup> Océano Uno (1995) Diccionario Enciclopédico Ilustrado

## 6.7 ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

ETAPA DEL PROYECTO	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	TIEMPO
<b>Socialización</b>	Socializar la propuesta con los beneficiarios del proyecto	Realizar una convocatoria mediante las autoridades parroquiales	- Autor - Técnicos de turismo - Autoridades parroquiales	Desde : 2013-10-14 Hasta : 2013-10-18
<b>Planificación</b>	Planificar cronológicamente las actividades	Reuniones y talleres dirigidos por expertos	-Técnicos de turismo - Autor	Desde : 2013-10-21 Hasta : 2013-11-01
<b>Ejecución</b>	Ejecutar las actividades propuestas	- Impresión de folletos - Entrega de ejemplares a autoridades para generar interés	- Autor - Técnicos de turismo - Diseñador Gráfico - Imprenta	Desde : 2013-11-04 Hasta : 2013-11-22
<b>Evaluación</b>	Evaluar los procesos realizados como consecuencia de la ejecución de la propuesta	Presentación de informe final de logros obtenidos para control	Autor	Desde : 2013-11-25 Hasta : 2013-12-06

**Cuadro 19:** Cuadro operativo de la propuesta  
**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

## 6.8 ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA







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



"FOLLETO INFORMATIVO DE GASTRONOMÍA TRADICIONAL PARA IMPULSAR EL DESARROLLO  
TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ATOCHA-FICOA DEL CANTÓN AMBATO

AUTOR: Danny José Guerra Salgado

3

## *Presentación*

El presente folleto gastronómico surge como una iniciativa para promover al turismo gastronómico como un medio de desarrollo socioeconómico para la parroquia Atocha-Ficoa, para lo cual se cuenta con la confianza y el respaldo de diversos actores comprometidos con la parroquia.

Con este folleto se espera contribuir con la promoción y difusión masiva del turismo gastronómico que se lleva a cabo en la parroquia, convirtiéndola en un centro de atracción turística de reconocimiento nacional e internacional para estímulo y orgullo de sus habitantes.

A su vez se busca incentivar y sensibilizar a los administradores de los establecimientos de expendio de comida típica sobre la importancia de la preservación de las recetas tradicionales y técnicas de preparación que por décadas han estado presentes en el sector.

### AGRADECIMIENTO

El más sincero agradecimiento a todos los establecimientos que gentilmente aportaron con información valiosa para la elaboración de la presente.

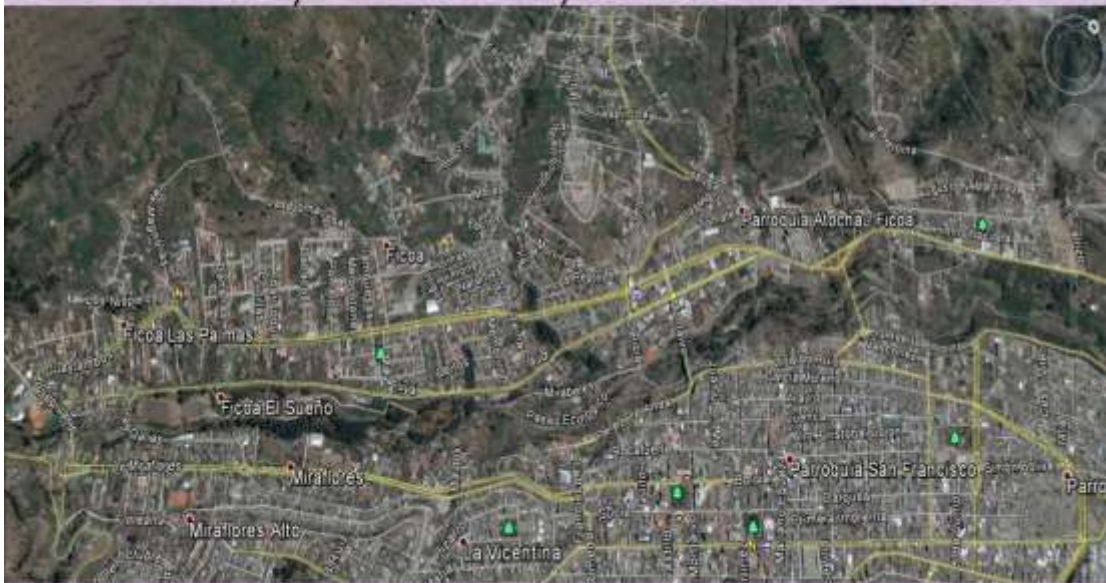
4

# Contenido

MAPA DE LA PARROQUIA	6
INTRODUCCIÓN	7
COLADA MORADA	8
EMPANADAS DE VIENTO	10
TORTILLITAS DE MAÍZ	12
FRITADA	13
CUY Y CONEJO ASADO	15
HELADOS DE FICOA	17
GLOSARIO DE TÉRMINOS	19
FOTOGRAFÍAS DE ATRACTIVOS	21



## Mapa de la Parroquia Atocha - Ficoa



Fuente: Google Earth (2013)





Atocha-Ficoa históricamente se ha constituido como un centro cultural relevante en la cultura ecuatoriana, cuna de dos de los más importantes personajes ilustres de nuestro país: Don Juan Montalvo y Don Juan León Mera; valerosos ambateños que marcaron un hito en la historia de nuestro país y que actualmente siguen nutriendo de conocimiento con sus quintas históricas que se convierten en patrimonio vivo.

Historia, arte, literatura y gastronomía han sido desde siempre las características referenciales de esta parroquia, que con el pasar de los años se ha consolidado como un centro turístico de renombre.

La gastronomía de la parroquia Atocha-Ficoa desde hace varias décadas ha sido apetecida

por propios y extraños, pues en el sector los trescientos sesenta y cinco días del año se ofertan un sinnúmero de manifestaciones gastronómicas tradicionales caracterizadas por su delicioso sabor.

El origen de estos platos y bebidas tradicionales provienen directamente de los ingredientes que proveen sus tierras y de los animales propios de esta zona andina, otorgando de esta forma a cada uno de sus platillos su toque de identidad.

Los ingredientes y la forma de preparación de estos platos típicos se han transmitido por varias generaciones y de esta manera se ha mantenido la esencia de la alimentación de nuestros antecesores.

"Porque la verdadera tradición no emana del pasado, ni está en el presente, ni en el porvenir, ni es accidente del tiempo. La tradición no es la historia. La tradición es la eternidad".  
 Álvaro Rodríguez Cordero

## Colada Morada



No es necesario esperar el día de los difuntos para saborear un delicioso vaso de colada morada; en el barrio Atocha la encontramos todos los días del año. Doña Gloria Naranjo, actual propietaria de la panadería "La Cigüeña", una de las más antiguas y tradicionales panaderías de la ciudad de Ambato, nos comenta que la tradición de elaborar la colada morada, el pan y las empanadas en horno de leña la lleva en la sangre por noventa y tres años exactamente, pues este negocio familiar abrió sus puertas en el año de 1920.

Orgullosamente Doña Gloria nos comenta que en su establecimiento aún conservan la manera tradicional de cocción de la colada morada; una gigante paila de bronce cuece lentamente alrededor de cuarenta y cinco litros de esta bebida, mientras se revuelve constantemente con una gran cuchara de palo llamada "la mama cuchara" y tarda aproximadamente cuatro horas en estar lista.



FUENTE: Panadería "La Cigüeña".  
 FOTOGRAFÍAS GUERRA Diego, 2013



FUENTE: Unión Asociativa "2 de Noviembre"  
FOTOGRAFÍA: UCEIRO, Oscar, 2011

Esta deliciosa bebida es preparada también diariamente por los comerciantes de la asociación "2 de Noviembre" ubicados mayoritariamente en la Av. Rodrigo Pachano y alrededor de parque central de Atocha.

### Ingredientes

- ✦ Mora
- ✦ Mortiño
- ✦ Babaco
- ✦ Piña
- ✦ Canela
- ✦ Hierbas aromáticas
- ✦ Clavo de olor
- ✦ Pimienta dulce
- ✦ Naranja
- ✦ Frutilla
- ✦ Ishpingo
- ✦ Azúcar
- ✦ Agua



"En los recuerdos de la infancia de todo buen cocinero hay una gran receta, sus recetas, sus sillas a fuego lento, y la madre de uno".  
Barba Castiella

### Empanadas de Viento



FUENTE: Unión Asociativa "2 de Noviembre"  
FOTOGRAFÍA: UCEIRO, Oscar, 2011

Crujientes y muy calientes son servidas las exquisitas empanadas de viento en el plato de los comensales, la gran mayoría de las personas las prefieren con azúcar espolvoreada en su contorno; otras las prefieren solas.

Este sabroso bocadillo es conocido también por el nombre de "pasteles", los mismos que tienen el relleno tradicional de queso, en algunos establecimientos las ofertan además con otros condumios selectos por el cliente como: carne, pollo, e inclusive camarón.

Las empanadas se sirven calientes en la mesa y se las puede acompañar con un vaso de colada morada, pero muchos clientes las prefieren llevar a sus hogares, entonces las empañan en las antiguas y peculiares fundas de papel.



## Ingredientes

- ✦ Harina de trigo
- ✦ Sal
- ✦ Polvo de hornear
- ✦ Mantequilla
- ✦ Agua
- ✦ Cebolla blanca
- ✦ Azúcar
- ✦ Queso desmenuzado



FUENTE: Museo Asociación "2 de Noviembre"  
FOTOGRAFÍAS: GIBBERA Ochoa, 2012

Las exquisitas empanadas de viento son comercializadas por veintiún kioscos, pertenecientes a la asociación "2 de Noviembre", fundada hace quince años y que actualmente es presidida por el Señor Héctor Ortega.

11

"La tradición te recuerda de donde vienes y a donde vas". Antimano

## Tortillitas de maíz



FUENTE: Museo de la Inicia Guadalupe Quinapanta  
FOTOGRAFÍAS: GIBBERA Ochoa, 2012

Doña Guadalupe Quinapanta, propietaria de este establecimiento típico dedicado a la venta de tortillitas de maíz asadas en tiesto y frita; nos cuenta que su madre fue pionera en la elaboración de este plato tradicional en la parroquia y fue ella quien le enseñó los secretos de su elaboración cuando ella apenas tenía diez años de edad.

Es así como la tradición ha continuado y ya son aproximadamente cincuenta años los que este negocio ha llenado de sabor a su inmensa clientela.

Estas tortillitas son preparadas a base de una mezcla de harina de maíz con puré de papa y en su interior un relleno de queso desmenuzado. Este plato es servido en un pequeño plato metálico y es acompañado de curtido y lechuga.

12

"Comamos, bebamos y gocemos, tras la muerte no habrá ningún placer". Cicerón

# Fritada



La preparación de la fritada en el barrio Atocha se la realiza los fines de semana, desde muy tempranas horas de la mañana los propietarios de los establecimientos de venta de este tradicional plato, colocan en las enormes pailas de bronce grandes trozos de carne de cerdo que son cocidos lentamente por más de cinco horas.



Es muy común encontrar a familias enteras alrededor de las pailas, esperando que la fritada se termine de cocinar mientras se deleitan del delicioso aroma emanado por la cocción, es ahí cuando las "caseritas" obsequian pequeños trocitos de carne llamada la "probana" para atenuar el apetito de los comensales.

Al consultarle al señor Carlos Espinoza, cliente de la picantería "El osito" cuán a menudo acude a degustar la fritada, nos responde sonriendo, que es una costumbre familiar por lo menos visitar una vez al mes este lugar.

FUENTE: *Revista "El Sol"* FOTOGRAFÍAS: LUISA DÍAZ 2011

13



FUENTE: *Revista "El Sol"* FOTOGRAFÍAS: LUISA DÍAZ 2011

Cinco son los establecimientos que elaboran la tradicional fritada en el barrio Atocha, dos de ellos en la avenida Rodrigo Pachano y otros tres distribuidos en la calle Virgen del Sol.

## Ingredientes

- ✦ Trozos de costillas de cerdo
- ✦ Carne suave de cerdo
- ✦ Cebolla paitaña
- ✦ Cebolla blanca
- ✦ Comino
- ✦ Dientes de ajo
- ✦ Sal
- ✦ Cilantro



Guarnición: Se acompaña de una porción de mote, curtido, lechuga y plátano maduro.

14



## Cuy y Conejo Asado



Desde siempre el cuy y el conejo han sido símbolo de suntuosidad en la dieta de nuestros campesinos andinos, pues se lo consumía en grandes eventos familiares como matrimonios y fiestas religiosas como muestra de prosperidad.



En la actualidad en la avenida Los Guayambos, son cuatro los lugares que preparan este delicioso plato tradicional, uno de ellos; el restaurante "Doña Charito", tal como indica su eslogan: "una deliciosa tradición desde 1970", es el más antiguo del sector.

Los cuyes y conejos son preparados en los exteriores de los restaurantes llamando la atención de propios y extraños; son dorados peculiarmente en un asadero adecuado para que el animal se dore al carbón en un movimiento de trescientos sesenta grados, siendo una forma muy atractiva de ofertar el alimento al consumidor.

FUENTE: "Restaurante Doña Charito"  
FOTOGRAFÍA: GUERRA, Dorey 2011

Tanto el cuy como el conejo son sazonados con los mismos aliños, se recomienda hacerlo la noche anterior para que el animal absorba estos sabores.

### Ingredientes

- ✦ Sal
- ✦ Pimienta
- ✦ Comino
- ✦ Ajo machacado
- ✦ Cebolla paiteña



FUENTE: "Restaurante Doña Charito" FOTOGRAFÍA: GUERRA, Dorey 2011



Al momento de asarlos son roseados constantemente con aceite y achiote para evitar que se quemen con el carbón.

Guarnición: El cárnico es acompañado por papas enteras cocidas sin cáscara y una salsa a base de maní y cebolla blanca.

# Helados de Ficoa



FUENTE: Heladería Mickey Mouse / FOTOGRAFÍA: CÉCILA DÍAZ, 2015

Desde tiempos inmemorables Ambato fue conocida como la tierra de las frutas, en Ficoa extensos huertos frutales proveían de materia prima a los primeros negocios de elaboración de helados de paila del sector.

En la actualidad un sinnúmero de negocios se asientan a lo largo de la avenida Los Guaytambos y en sus calles aledañas, una de las heladerías más tradicionales es "Mickey Mouse"; Don Rodrigo Urbina, propietario del establecimiento nos cuenta que; su madre, la señora Delia Freire empezó a realizar los tradicionales helados de paila, donde los sabores eran limitados, pues solo se elaboraban de mora y taxo, pues en sus tierras solo tenían sembríos de estos frutos.

Actualmente la Heladería "Mickey Mouse" ofrece tres tipos de helados: los de paila en cono, los de crema elaborados en máquina y los de paleta.

Los helados de Ficoa usan la siguiente materia prima para su elaboración:

- Crema de leche
- Leche
- Jugo de fruta
- Azúcar

Existe una lista interminable entre sabores tradicionales y exóticos de los que son elaborados estos deliciosos helados, entre los que destacan:

- |             |             |
|-------------|-------------|
| • Mora      | • Coco      |
| • Uva       | • Almendras |
| • Taxo      | • Guanábana |
| • Vainilla  | • Tamarindo |
| • Ron Pasas | • Chile     |
| • Chocolate | • Piña      |
| • Naranja   | • Café      |
| • Fresa     | • Durazno   |
| • Aguacate  | • Pistacho  |





# Glosario

**ACHIOTE.-** Sustancia natural de color rojo que se usa para dar color a los alimentos.

**ALÍÑOS.-** Aquello que sirve para sazonar la comida y darle buen sabor.

**ASADERO.-** Varilla puntiaguda en que se clava y se pone al fuego lo que se quiere asar.

**CÁRNICO.-** Perteneciente o relativo a las carnes destinadas al consumo.

**CILANTRO.-** Hierba de la familia de las Umbelíferas, usada en la preparación de alimentos.

**CLAVO DE OLOR.-** Capullo seco de la flor del clavero de olor muy aromático y agradable, y sabor acre y picante.

**COLADA.-** Especie de mazamorra hecha con harina y agua o leche, a la que, en algunos sitios, se añade sal y, en otros, azúcar.

**CONDUMIO.-** Manjar que se come con pan, como cualquier cosa guisada.

**CURTIDO.-** Ensalada criolla realizada a base de cebolla en corte juliana y tomate.

**DEGUSTAR.-** Probar o catar, generalmente con deleite, alimentos o bebidas.

**DESMENUZADO.-** Deshacer algo dividiéndolo en partes menudas.

**ESPOLVOREAR.-** Esparcir sobre algo otra cosa hecha polvo.

19

**EXÓTICO.-** Extravagante, fuera de lo común.

**EXPENDIO.-** En comercio, venta al por menor.

**GUARNICIÓN.-** Aditamento, generalmente de hortalizas, legumbres, etc., que se sirve con la carne o el pescado.

**ILUSTRE.-** Insigne, célebre.

**ISHPINGO.-** Especie fanerógama de árbol maderable de las leguminosas, con aroma fuerte.

**LEÑA.-** Parte de los árboles y matas que, cortada y hecha trozos, se emplea como combustible.

**MACHACAR.-** Golpear algo para deformarlo, aplastarlo o reducirlo a fragmentos pequeños sin llegar a tritarlo.

**MORTIÑO.-** Planta de la familia de las Ericáceas, de frutos negruzcos o azulados, dulces y comestibles.

**PICANTERÍA.-** Establecimiento donde se sirven comidas picantes y licores.

**PISTACHO.-** fruto drupáceo con una almendra pequeña de color verdoso, oleaginosa, dulce y comestible.

**PLATILLO.-** Comestible que para mayor lucimiento se presenta sobre una base o canastillo y con frecuencia vistosamente adornado.

**SAZONAR.-** Poner alimentos en la sazón, punto y madurez que deben tener.

**SUNTUOSO.-** Grande y costoso.

**TIESTO.-** Recipiente de barro usado para la cocción de alimentos.

**TRADICIONAL.-** Que sigue las ideas, normas o costumbres del pasado.

20

## *Atractivos Turísticos de la Parroquia Atocha - Ficoa*



FUENTE: Atractivos culturales de la parroquia Atocha-Ficoa FOTOGRAFÍAS: GUTIERA Durán, 2019

21



"Nuestra tierra, avalancha de oro, se prodiga a los cuatro horizontes,  
con la audacia bravia del coro, de sus valles, sus ríos, sus montes.  
Es crisol y tambien es cisterna en su seno la idea se escancia;  
voluntad de su fuerza; constancia, su virtud palpitante y eterna."

*Rodrigo Pachano*

## 6.9 PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA

**Cuadro 20:** Presupuesto de la propuesta

<b>RECURSOS REQUERIDOS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD REQUERIDA</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Impresión en borrador (prueba de impresión)	0,50	23	11,50
Impresión a Laser Material : Papel couché (Hoja Tamaño A3)	1,50	11	16,50
Impresión de portada y contraportada	8,00	1	8,00
Armaje de folleto	2,50	1	2,50
Diseño y diagramación (costo por cara)	1,50	23	33,00
<b>SUMA COSTO TOTAL</b>			<b>71,50</b>

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

Una vez detallado el costo de los recursos necesarios para la elaboración del folleto informativo de gastronomía tradicional, se determina que el costo del primer ejemplar es de \$71,50; pues este contempla costos de diseño y diagramación, y la prueba de impresión, los mismos que son realizados una sola ocasión.

Contemplando estos factores se concluye que el costo unitario del folleto a partir del segundo ejemplar es de \$27,00.

## 6.10 PREVISIÓN DE LA PROPUESTA

**Cuadro 21:** Previsión de la propuesta

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
¿Quién evaluará?	El investigador
¿Por qué evaluar la propuesta?	Para determinar el éxito de la ejecución de la revista informativa de gastronomía tradicional de la parroquia Atocha-Ficoa.
¿Para qué evaluar?	Para comprobar el cumplimiento de los objetivos de la propuesta
¿Qué evaluar?	El modelo operativo establecido
¿Cuándo evaluar?	La evaluación está presente en todo el proceso de desarrollo de las actividades
¿Cómo evaluar?	Aplicación de encuestas
¿Con que evaluar?	Utilizando los instrumentos: cuestionarios y observación.

**Elaborado por:** Danny José Guerra Salgado (2013)

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ACERENZA, Miguel (1999). Administración del turismo. Pág. 49
- BASANTES, J. (2011). La variedad gastronómica en un menú práctico. Revista Líderes Gastronomía y consumidor.
- Constitución Política de la República del Ecuador
- Guía Turística Ambato.- Dirección de Turismo de Tungurahua
- Ley de Turismo del Ecuador
- MARTÍNEZ, Javier (2002). Cocinar hizo al hombre. La cocina y su arte, 2-3
- MARTINEZ, Alejandro (2003). Geografía Económica del Ecuador. El turismo. Pág. 99
- MARTÍNEZ, Javier (2011). Gastronomía y nutrición, Editorial síntesis. Pág. 11
- Nestlé Ecuador S.A. Quito-Ecuador, Recorrido por los sabores del Ecuador, 2001. Págs. 10 y 15
- PAZOS, Julio (2008). El sabor de la memoria, Primera edición
- RAMÍREZ, César (2006). Visión integral del turismo, Editorial Trillas. Edición 2006, Pág.15
- Universidad Nacional Autónoma de México, Conquista y Comida (2013), Tercera edición. Pág. 105
- MERINERO, Antonio (1997). Marketing y Ventas. Ediciones Díaz de Santos S.A. España, Pág. 105
- TOWNSLEY, María (1998) Publicidad serie business Editorial Thomson. Pág. 81



- Diccionario de La Real Academia de la Lengua Española (2001). 22ª Edición
- Océano Uno (1995) Diccionario Enciclopédico Ilustrado

## **LINKOGRAFÍAS**

- <http://www.buenastareas.com>.-Definición e historia de la gastronomía
- <http://es.wikipedia.org>.- Gastronomía
- <http://suenamexico.com>.-Cocina tradicional
- <http://www.definicionabc.com> .- Comida étnica
- <http://old.ecuador.travel> .- Comida típica del Ecuador y sus recetas
- <http://www.nuestrorumbo.com> .- Qué es turismo gastronómico.
- <http://es.wikipedia.org> .-Turismo gastronómico
- <http://www.scielo.org.ar> .- Importancia la Gastronomía en el Turismo
- <http://turismo-janeth.blogspot.com> .- Turismo en el Ecuador
- <http://www.territorioscentroamericanos.org> . Plan de desarrollo turístico
- <http://www.crecenegocios.com/concepto-de-la-publicidad/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Folleto>
- <http://www.aula365.com/post/folletos-publicitarios/>

## ANEXOS



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

### ENCUESTA

**OBJETIVO:** Conocer la opinión de los consumidores de los establecimientos de venta de comida típica para determinar la incidencia de la gastronomía tradicional en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa.

#### INDICACIONES:

Por favor lea detenidamente las preguntas y conteste con una X.

1. ¿Considera usted que la gastronomía tradicional aporta al desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa?

SI  NO

2. ¿Qué producto es el que más consume usted cuando visita la parroquia Atocha-Ficoa?

COLADA MORADA	<input type="checkbox"/>
EMPANADAS DE VIENTO	<input type="checkbox"/>
HELADOS	<input type="checkbox"/>
FRITADA	<input type="checkbox"/>
CUY ASADO	<input type="checkbox"/>
TORTILLAS	<input type="checkbox"/>

3. ¿Piensa usted que los propietarios de los establecimientos elaboran los platos típicos usando las técnicas tradicionales en su preparación?

SI  NO

4. El servicio brindado por los establecimientos en la parroquia de Atocha-Ficoa es:

EXCELENTE  MUY BUENO  BUENO  MALO

5. ¿Con qué frecuencia acude a degustar la comida típica de este lugar?

SEMANALMENTE  MENSUALMENTE  OCASIONALMENTE

3. ¿Considera usted que los actuales establecimientos brindan un ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas?

SI  NO

6. ¿Considera usted que al existir una mayor promoción de la gastronomía tradicional de la parroquia en un medio publicitario incentivaría la presencia de turismo?

SI  NO

7. ¿Cuál de los siguientes medios publicitarios considera usted el más idóneo para la difusión de la gastronomía tradicional?

- RADIO
- FOLLETO INFORMATIVO
- REDES SOCIALES
- EVENTOS

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



## FOTOGRAFÍAS



**FUENTE:** Panadería "La Cigüeña"  
**FOTOGRAFÍAS:** Danny José Guerra Salgado (2013)



**FUENTE:** El investigador en Panadería "La Cigüeña"  
**FOTOGRAFÍAS:** SALGADO, Mirian 2013



**FUENTE:** Picantería de la Sra. Guadalupe Quinapanta  
**FOTOGRAFÍAS:** Danny José Guerra Salgado (2013)



**FUENTE:** Restaurante "Doña Charito"  
**FOTOGRAFÍAS:** Danny José Guerra Salgado (2013)



FUENTE: Comerciante de la Aso. "2 de Noviembre"  
FOTOGRAFÍAS: Danny José Guerra Salgado (2013)



FUENTE: Comerciante de la Aso. "2 de Noviembre"  
FOTOGRAFÍAS: Danny José Guerra Salgado (2013)



FUENTE: El investigador en Heladería "Mickey Mouse"  
FOTOGRAFÍAS: SALGADO, Mirian, 2013



FUENTE: Heladería "Mickey Mouse"  
FOTOGRAFÍAS: Danny José Guerra Salgado (2013)





**FUENTE:** Variedad Gastronómica de la Parroquia Atocha-Ficoa  
**FOTOGRAFÍAS:** Danny José Guerra Salgado (2013)