



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada. Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: AT1120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>

Año: VI Número: 1 Artículo no.:69 Período: 1ro de septiembre al 31 de diciembre del 2018.

TÍTULO: Gastronomía ecuatoriana y turismo local.

AUTORES:

1. Dr. Vladimir Vega Falcón.
2. Máster. Diego Armando Freire Muñoz.
3. Máster. Nelly Ivonne Guananga Diaz.
4. Ing. Esdra Real Garlobo.
5. Máster. Mónica del Rocío Alarcón Quinapanta,
6. Lic. Pavel Aguilera Martínez.

RESUMEN: La gastronomía es un recurso que forma parte de la historia cultural de pueblos y comunidades. El desarrollo del turismo gastronómico en Ecuador se refleja en la literatura científica mayoritariamente, a través de estudios de satisfacción de los turistas con el producto turístico, por lo que no se cuenta de suficiente información que resulte del análisis de la interrelación gastronomía-turismo, desde una perspectiva amplia. En este contexto, se hace necesario contribuir a una visión de la gastronomía como parte de las diversas expresiones culturales locales. Se analiza la interrelación del turismo local y su vinculación con la gastronomía ecuatoriana.

PALABRAS CLAVES: Gastronomía ecuatoriana, turismo local, turismo gastronómico.

TITLE: Ecuadorian cuisine and local tourism.

AUTHORS:

1. Dr. Vladimir Vega Falcón.
2. Máster. Diego Armando Freire Muñoz.
3. Máster. Nelly Ivonne Guananga Diaz.
4. Ing. Esdra Real Garlobo.
5. Máster. Mónica del Rocío Alarcón Quinapanta,
6. Lic. Pavel Aguilera Martínez.

ABSTRACT: Gastronomy is a resource that is part of the cultural history of peoples and communities. The development of gastronomic tourism in Ecuador is reflected in the scientific literature, mainly through studies of tourist satisfaction with the tourist product; so there is not enough information that results from the analysis of the gastronomy-tourism interrelation from a broad perspective. In this context, it is necessary to contribute to a vision of gastronomy as part of the diverse local cultural expressions. The interrelation of local tourism and its link with Ecuadorian gastronomy is analyzed.

KEY WORDS: Ecuadorian cuisine, local tourism, gastronomic tourism.

INTRODUCCIÓN.

El alcance de la gastronomía por lo amplio, no se circunscribe únicamente a la necesidad de comer, sino que la trasciende, al ser considerada como expresión social construida socialmente, que contribuye a determinar la identidad de grupos poblacionales con similar tradición culinaria, desde los puntos de vista local y territorial, siendo un factor a tomar en cuenta en el desarrollo, al aportar el aprovechamiento de la flora y la fauna. Todo ello implica el significado simbólico que representa como oferta alimenticia, marcada con la impronta que dan tanto la historia, como el conocimiento. Resulta significativo el reconocimiento de la gastronomía como patrimonio cultural inmaterial, hecho que justifica la necesidad de un accionar que la impulse y a su vez propicie su continuidad y trasmisión como un componente de la cultura. De este modo, se hace indispensable que se

implementen políticas públicas centradas en consolidar una gastronomía identitaria, basada en su carácter endógeno que demanda proteger alimentos y bebidas tradicionales y su proyección entre los visitantes y la comunidad que los consume.

Sin dudas, ya la gastronomía ha devenido en un factor esencial en el arraigo y potenciación de los diversos destinos turísticos, de tal modo, que los estudios en los que se le relaciona con el turismo, ponen su mirada en elementos tales como destinos gastronómicos (Besierre & Tibere, 2013; Björk & Kauppinen-Räsänen, 2016; Guerra, 2013). De este modo, Fernández, Rodríguez, Pozo y Espinosa (2016) coinciden con la Organización Mundial del Turismo (2016), al argumentar como las causas de tal interrelación al disfrute que experimenta el turista gastronómico desde el punto de vista sensorial, en lo relativo al sabor fundamentalmente, lo que indica que tiene un mayor acercamiento al entorno en el que se encuentra, y por ende, lo aleja de hacerlo sentir como un mero espectador asociado comúnmente con el seguimiento de las rutas turísticas. Es así como se configura la gastronomía como uno de los elementos estratégicos para la promoción y consolidación de destinos turísticos.

Ecuador como país desde el punto de vista económico, posee una estructura productiva que depende esencialmente del sector primario, lo que explica la necesidad de diversificar su matriz productiva y generar otros ingresos que mejoren su economía. De ahí resulta la implementación de iniciativas realizadas en el turismo. Es conveniente resaltar que el turismo de masas genera problemas dada la disminución de la calidad en el sector turístico, la degradación costera y la masificación, todo lo cual apunta a que esta nación puede aprovechar las experiencias de otros países que ya desarrollan la sostenibilidad de sus modelos turísticos.

En la literatura científica que describe el estado del sector turístico en Ecuador, se aborda frecuentemente su significación para el desarrollo, siendo recurrentes los estudios de corte empírico que exploran el nivel de satisfacción de los turistas con los servicios recibidos, que si bien se relacionan con la gastronomía, en sentido general adolecen de analizarla como componente esencial del producto turístico desde una perspectiva holística. Esta situación no contribuye a fortalecer el

enfoque necesario que debe caracterizar a las políticas públicas que fomentan el desarrollo del turismo en el país, atendiendo a que en un mundo globalizado y cada vez más competitivo para las empresas, en el contexto ecuatoriano existe una carencia de estrategias dirigidas a que el visitante regrese a los lugares visitados, en las que se incorporen elementos a la experiencia vivida por el turista a través de la gastronomía como parte de las diversas expresiones culturales locales. En ese sentido, la gastronomía constituye un atractivo turístico intangible de los pueblos, configurándose como un elemento importante en la visita a un destino (López y Vázquez, 2015).

La gastronomía trae una mayor interrelación al turista con el destino, de esta manera ella representa uno de los principales aspectos dentro del sector turismo. En consecuencia, resulta indispensable realizar investigaciones científicas que contribuyan a la correcta gestión del turismo gastronómico, que propicie en consecuencia el óptimo aprovechamiento del recurso turístico presente en las localidades. La situación ya reseñada sustenta la pertinencia de la presente investigación al proponerse como objetivo analizar los elementos que sustentan la importancia del turismo gastronómico en el desarrollo del turismo local.

DESARROLLO.

Turismo y Gastronomía.

La llegada de la década del cincuenta trajo aparejada el florecimiento del turismo, considerado desde entonces entre los sectores económicos más importantes, que se singulariza al incluir una diversidad de actores en su cadena productiva como industria. Al igual que otros, su actividad se relaciona con grandes capitales, pero se diferencia al producir ingresos y empleo, promover acciones desde el poder público, y activar el desarrollo local a través del hospedaje, el comercio, los restaurantes, los bares, las agencias de turismo y las artesanías, entre muchos otros (Moreira, Prevot y Segre, 2010).

El turismo presupone que existan grupos de personas, que se desplazan desde lugar habitual de residencia, hacia otro en el que se mantienen por ciertos periodos de tiempo, portando expectativas que provienen de fuentes diversas y con motivaciones diferentes.

Según el criterio de Prada, Armijos, Crespo y Torres (2016), el turismo cultural constituye uno de los tipos de turismo con un mayor crecimiento en el área internacional. Se evidencian destinos importantes en Latinoamérica como Machu Pichu, la Isla de Pascua y lugares asociados a la cultura azteca. A ellos se suma la ciudad ecuatoriana de Cuenca, que es visitada anualmente por miles de turistas ávidos de contacto con sus valores patrimoniales, su cultura y la gastronomía. Con relación a esta última, se aprecia en sentido general su importancia creciente en el sector turístico, lo que da paso a la necesidad de identificar las variables mayormente valoradas en la satisfacción de los servicios de gastronomía, con vistas a consolidarla en el destino como un atractivo turístico, además de servir de guía a los que prestan los servicios gastronómicos en el diseño de estrategias que respondan a la demanda de los visitantes (Carvache, Torres y Carvache, 2017b ; Correia, Kozak y Ferradeira, 2013; Pérez, Muñoz y López, 2015; Young , Duncan, & Byung, 2015).

Ha de tomarse en cuenta, que cada vez hay mayores exigencias en el sector turístico, lo que determina la naturaleza operativa del turismo en los procesos estratégicos actuales, que engloban niveles que van dirigidos mayormente a la operatividad y la funcionalidad.

El desarrollo objetivo del turismo permite a las regiones y a los países generar un turismo de calidad tendiente al desarrollo de los parámetros de desarrollo humano sustentable, promoviendo simultáneamente desarrollo y crecimiento económico, equidad social, sostenibilidad ambiental, y por ende, el incremento de las relaciones entre las regiones con el entorno geográfico y cultural en el que se encuentren inmersas.

González (2013), por su parte, ha identificado tres componentes que según su criterio integran al producto turístico a saber: los accesos que garantizan el ingreso adecuado para su consumo, sus atractivos y las facilidades que permiten su uso. Es conveniente significar la importancia de este enfoque, ya que los turistas los perciben de modo integral.

Nasimba y Cejas (2015) ven a la gastronomía como uno de los principales componentes de las facilidades, a las que consideran como aquellas que contribuyen en la constitución y generación del producto turístico, al propiciar la permanencia del turista en su destino. Dichos autores incluyen a los servicios gastronómicos, la infraestructura y/o servicios necesarios para el turista y para la accesibilidad, las amenidades turísticas, el equipamiento de alojamiento y el transporte. De todo ello se infiere, que sin facilidades, el recurso turístico no puede desarrollarse como producto turístico.

La gastronomía es un recurso que forma parte de la historia cultural, social, ambiental y económica de pueblos y sus comunidades. Ella es capaz de reflejar los estilos de vida inherentes a las diferentes latitudes geográficas, consolidando lo moderno en el ámbito urbano y la tradición en las áreas rurales, lo que cual es posible por ser un elemento indisoluble en su herencia cultural, aunque se hace indispensable también actuar creativamente en la innovación de productos culinarios de la comida local y regional, y perfeccionar los servicios, de modo que se posibilite obtener un valor agregado por la gestión turística y propiciar el incremento de la competitividad de un determinado producto turístico con relación a otros. En este sentido, diferentes investigaciones ponen de relieve que cada país, región, o comunidad debería promocionar su gastronomía para atraer a los turistas. De hecho, la gastronomía implica una transferencia de conocimiento y de información acerca de la gente, la cultura, las tradiciones y la identidad del lugar (Ignatov & Smith, 2006, Mascarenhas, y Gándara, 2010; Neudel, 2015; Pérez y Lois, 2016).

En este sentido, conviene resaltar, los cuatro campos de investigación que del tema relación gastronomía-turismo identifica Tikkanen (2007), quien los establece como se menciona a continuación: a) como atracción, de lo que se deriva la posibilidad de uso de la gastronomía como medio de promoción de un producto turístico; b) como un componente del producto turístico, en el que profundiza en el diseño de rutas gastronómicas; c) como experiencia del viajero, abordando la existencia de un lugar en el que se alcanza la excelencia gastronómica, y d) como fenómeno cultural, sustentándose en la existencia de diferentes eventos gastronómicos como podrían ser los

festivales. Siguiendo esta línea de pensamiento, López, Uribe, Muñoz y Ríos (2016) también reconocen estas líneas de investigación aportando solo pequeñas variaciones. Henderson (2009), por su parte, agrupa también la relación entre el turismo y la gastronomía en cuatro grandes líneas de investigación a saber: a) la relación entre la gastronomía, el turismo y la experiencia de los visitantes; b) la gastronomía como producto turístico; c) la utilización de la gastronomía como vehículo de marketing de ese destino, y d) el turismo gastronómico como instrumento del desarrollo y promoción de un destino determinado.

Turismo gastronómico.

El turismo gastronómico es definido como aquel en el que el visitante compra o consume productos regionales, y además observa y hasta participa en la producción de alimentos, que abarca las prácticas agrícolas y las escuelas de cocina (Ignatov & Smith, 2006). Para otros puede ser visto como aquel recurso turístico que privilegia a la oferta gastronómica como facilidad en el sector. Términos tales como turismo gourmet, turismo de cocina o cocina turística y turismo de alimentos entre otros, sirven para denominar también al turismo gastronómico (López et al., 2016). Así, Mascarenhas y Gándara (2010) y Carvache, Carvache y Torres (2017a) definen al turismo gastronómico como una modalidad del turismo cultural. Según los resultados emanados del 2º Foro Mundial de turismo gastronómico de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016), esta forma de turismo es ya considerada herramienta esencial para la promoción de una gran variedad de recursos.

En la actualidad, existe un apogeo de la gastronomía como fenómeno sociocultural, evidenciado en el desarrollo del turismo gastronómico y el incremento de la demanda de estudios sobre el tema. De este modo, el producto turístico, además de la valoración de la cocina tradicional, debe enfrentar un desafío en lo referente a la formación en gastronomía de los recursos humanos relacionados con el sector, que se torna más competitivo y que ya cuenta con consumidores con conocimiento de la oferta e innovaciones culinarias que propagan los medios (Reyes, Guerra y Quintero, 2017).

El desarrollo del turismo gastronómico depende de su grado de interrelación que la cocina tenga con los recursos naturales de la zona y con su cultura, debido a que la cocina como tal es relevante para la satisfacción del visitante y su articulación con la herencia sociocultural del recurso turístico (Ignatov & Smith, 2006). La promoción de un destino a través de su propia gastronomía se realiza mediante la presentación de una diferenciación clara de sus recursos culinarios (López et al., 2016), por tanto, esta tipología de turismo refuerza la importancia de la utilización de ingredientes locales en las recetas tradicionales, del continuo aprendizaje e innovación de los establecimientos culinarios y de la transmisión de los sabores característicos del lugar a través de las recetas culinarias.

Usualmente, los turistas se interesan por las tradiciones y cultura locales que generan una interrelación turista-residente. Se conoce que el turista gastronómico es parte de las tendencias de consumo cultural, quien a su vez constata la legitimidad del lugar visitado mediante la gastronomía (Pérez y Lois, 2016). La satisfacción continúa siendo uno de los temas más estudiados en las investigaciones sobre turismo. Este constructo se define como la valoración que hace el cliente entre el servicio recibido y el servicio esperado, siendo percibida como antecedente de la intención de compra y de la lealtad del visitante (Moreira et al., 2010; Cabanilla, 2015a; Fernández, Rodríguez, Pozo, y Espinosa, 2016; Carvache et al., 2017b).

Gastronomía en el turismo ecuatoriano.

Las políticas públicas ecuatorianas para el sector turístico, se encaminan en el mejoramiento de la oferta. Según estimaciones, llegaron a Ecuador en el año 2015, 1.543,165 turistas internacionales y en el año 2014 llegaron 1'557.006 de turistas internacionales (Ministerio del Turismo [MINTUR], 2015). En las exportaciones no petroleras, el turismo en Ecuador ocupa el tercer lugar, luego del banano y el camarón (López et al., 2016).

Ecuador se está configurando en los últimos años como un destino cada vez más importante en América Latina. Así, junto con su importante riqueza patrimonial, enriquecida con las dos ciudades Patrimonio de la Humanidad Quito y Cuenca, su especial cultura culinaria en diferentes zonas del

país, sus parques naturales y las ciudades de importancia en el mundo de los negocios, han implicado un incremento significativo del número de turistas en los últimos años. Siguiendo este orden de ideas, puede afirmarse, que en la actualidad, el turismo en Ecuador es un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleos, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras y de restauración, pero sobre todo, un generador de divisas para el país (López et al., 2016; Van Hoof, Cueva, Estrella, Torres y Eljuri, 2014).

La gastronomía ecuatoriana, como expresión del patrimonio cultural de las diferentes regiones del país, necesita de un accionar más enérgico para su impulso, protección y conservación, las cuales deben basarse en la identidad local; esto es, contextualizarse en el territorio correspondiente; en la integración del patrimonio cultural y natural del entorno incidiendo en el principio de sustentabilidad, y en la conjunción y equilibrio del desarrollo económico, social cultural e identitario.

La gastronomía latinoamericana en general, y la ecuatoriana en particular, empieza a ser conocida a nivel internacional por diferentes atributos, entre los que resaltan su carácter innovador o la calidad de la materia prima utilizada.

El turismo comunitario o local es un eje transversal en las estrategias de desarrollo territorial y constituye a su vez una alternativa al turismo de masas, con menos impacto ambiental y sociocultural en la comunidad anfitriona (Neudel, 2015). Se singulariza por su capacidad de proveer experiencias auténticas y reales para los turistas, mientras genera ingresos y empleo en la población local. Al ser una actividad vinculante al territorio, las políticas del sector público tienen oportunidad de asociarlo en estrategias comunes con tipos de producción agrícola, diversidad, políticas para reforzar la comercialización local, entre otras. En el detalle de las actividades, es muy evidente lo agroproductivo, es el principal motivador turístico, y a su vez, base de la oferta gastronómica como su principal proveedor de insumos, reforzando el concepto de cadena local sobre lo cual es muy factible desarrollar políticas que refuercen el proceso. En este caso el eje motivador lo constituye el sector agrícola, que es también la base de la gastronomía que se oferta al

visitante, todo lo cual refuerza la cadena local y guía la implementación y desarrollo de políticas que fortalezcan el proceso (Cabanilla, Bagnulo, Álamo y Molina, 2015b).

Los gobiernos locales como prefecturas y municipios han creado direcciones de Turismo con la finalidad de estimular el desarrollo de la actividad turística, como un medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social, conservar el patrimonio cultural, el entorno natural, las formas de vida, costumbres e identidad de su comunidad, o ámbito de competencia.

En el caso ecuatoriano, se ha implementado el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible para Ecuador – PLANDETUR, 2020 –, cuya intención radica en el fortalecimiento de la sostenibilidad del turismo, como eje dinamizador de la economía del país al buscar las mejores alternativas que contribuyan a la satisfacción del turista y mejoren la calidad de vida de la población. Para ello se promueve la inversión en facilidades turísticas que potencien las condiciones del turismo en el país, y a su vez, propicien el desarrollo local que generen equidades en materia de oportunidades dentro de la política del Buen Vivir (Cabanilla et al., 2015; Castillo, Martínez y Vázquez, 2015).

López et al. (2016) consideran, que el destino turístico debe tener un sello propio, que lo haga identificable por parte de los turistas. Para ello se requiere de una infraestructura sustentada en un número satisfactorio de establecimientos culinarios, donde se pueda disfrutar de los platos locales. En Ecuador, mediante el consumo de seviche en las llamadas huecas, que son establecimientos culinarios singulares, la gastronomía ocupa un segundo lugar en términos de atracción turística, solo superado por la seguridad ciudadana. En estos lugares, se elaboran platos típicos que lograron ya un espacio de reconocido prestigio, a partir de los propios consumidores locales. Ello redundó en la diferenciación de este producto turístico de otros destinos. En el área gastronómica, incluso, ha aparecido la celebración de festivales que ofrecen beneficios a las comunidades receptoras, de lo que resulta un impacto positivo sobre la economía local y contribuye a consolidar la cohesión social de las mismas. La comunidad local se siente orgullosa de sí misma y la identidad se ve fortalecida

debido a la valoración de costumbres locales y de la riqueza que proporciona poder compartir con los visitantes sus costumbres, valores y cultura.

Por otra parte, es conveniente resaltar como un elemento esencial para el desarrollo turístico, a la gastronomía tradicional, que como 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. 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, la cocina de una región muestra el medio en que fueron creados los diversos platos que se elaboran, los ingredientes que había en ese momento. 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 (Neudel, 2015; Carvache, 2017a).

El descubrimiento y posterior perfeccionamiento de la agricultura muestra una cultura que alcanza una especialización en la producción con selecciones de cultivos específicos y otras áreas del medio ambiente, y a la vez, un intercambio de productos entre las diversas comunidades y pueblos de la Costa con los de la Sierra y la Amazonía. Las principales cocinas regionales definieron su sistema de preferencias gustativas en base a los recursos ecológicos predominantes.

La gastronomía ecuatoriana se ha visto enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas, así como la variedad de especias y productos que existen en el país. Además, la herencia tanto indígena como europea han cimentado un sincretismo que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales. Se le reconoce como una cocina donde predomina la variedad de ingredientes, tomando en cuenta que Ecuador tiene acceso a tres diferentes tipos de recursos culinarios, el pescado por las costas del

Océano Pacífico, así como las islas Galápagos; en segundo término, a los Andes, y por último, la selva amazónica. La cocina gira en torno a estas tres fuentes de ingredientes, haciendo que las personas y las etnias de la zona puedan elaborar diversos platos autóctonos.

Según sostiene Unigarro (2010), la evolución asociada a la cocina ecuatoriana trasciende al hecho histórico de la conquista y su repercusión, en tanto esta cocina está inmersa en un proceso continuo transculturador sustentado también en la cultura migrante. Durante la etapa de conquista, ella se hace presente en el intercambio entre las culturas prehispánica y española, que en el caso de los pueblos originarios motivó la entrada al consumo de alimentos hasta entonces desconocidos en la cultura indígena, que posteriormente ocuparon un sitio importante en la dieta de la población.

En ese sentido, la gastronomía como producto turístico genera experiencias en los visitantes, y esto es considerado como el principal elemento diferenciador que sustituye al servicio tradicional existente en la oferta turística de alimentos. Debido a ello, varios destinos con vocación culinaria tradicional avalan su éxito en convertir toda visita a este destino en algo auténtico e inolvidable.

CONCLUSIONES.

La gastronomía ecuatoriana ha devenido en un esencial recurso turístico en el país y está permitiendo que los visitantes conozcan mejor la cultura a través de sus especialidades culinarias. Se ha visto enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas, así como por la variedad de especias y productos que existen en el país. Además, la herencia tanto indígena como europea ha cimentado un sincretismo que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales.

Es preciso estudiar aspectos como la gastronomía, la cultura y el turismo, por formar una simbiosis perfecta para turistas, lo que les permite apreciar los diferentes productos y llegar a conocer diferentes destinos, de tal forma, que se fomente el desarrollo económico sostenible de determinadas zonas puesto que el turismo se ve como una posibilidad para el aprovechamiento de recursos, la creación de empleo y un canal para generar desarrollo económico.

Ante los retos, es fundamental no cesar de fortalecer la puesta en valor de la herencia gastronómica nacional, que abarca productos, formas de cocinar, el conjunto socioeconómico de producción, el sistema de distribución, la comercialización y las redes de relaciones sociales implicadas; adicionalmente, un menú tradicional es un auténtico muestrario de cultura regional, que fusiona historia, clima, desarrollo de tecnologías, exploraciones, descubrimientos, pasados y antepasados, imaginación, atrevimiento y gustos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Besierre, J. & Tibere, L. (2013). Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces. *Journal of Science Food and Agriculture*, (93), 3420-3425.
2. Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177-194.
3. Cabanilla, E. (2015a). Impactos culturales del turismo comunitario en Ecuador sobre el rol del chamán y los ritos mágico-religiosos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 356-373.
4. Cabanilla, E., Bagnulo, C., Álamo, M. y Molina, E. (2015b). El aporte del turismo comunitario al fortalecimiento de los principios de soberanía alimentaria en el Ecuador. *Siembra*, 2.
5. Carvache Franco, M., Carvache Franco, W. y Torres Naranjo, M. (2017a). La gastronomía de Samborondón – Ecuador. *Estud. perspect. tur.*, 26 (3).
6. Carvache Franco, W., Torres Naranjo, M., y Carvache Franco, M. (2017b). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita–Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, (39).
7. Castillo Montesdeoca, E.A., Martínez Roget, F. y Vázquez Rozas, E. (2015). El turismo en Ecuador. nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Revista Galega de Economía*, 24 (2).

8. Correia, A., Kozak, M. y Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(4), 411-424.
9. Fernández Sánchez, L., Rodríguez Cotilla, Z., Pozo Rodríguez, J.M. y Espinosa Manfugás, J.M. (2016). Estrategias para el Fortalecimiento del Turismo Gastronómico en el Cantón Pastaza, Ecuador. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, 5(2), 118-136.
10. González, M. (2013). *Manual de turismo para agentes emprendedores de negocios en PYMES*. Madrid, España: Editorial CEP S.L. Recuperado de: <https://works.bepress.com/patricio-ynez/75/>
11. Guerra Salgado, D.J. (2013). *La gastronomía tradicional y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-ficoa [Tesis de grado]*. Universidad técnica de Ambato, Ambato. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/6761>
12. Henderson, J. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal*, 111(4), 317–326.
13. Ignatov, E. & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235–255.
14. López Guzmán, T., Uribe Lotero, C.P., Muñoz Fernández, G. y Ríos Rivera, I. (2016). Perfil sociodemográfico, valoración de atributos y nivel de satisfacción. Estudio de Festivales gastronómicos, Guayaquil –Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 21(76), 674-692.
15. López Ojeda, A. y Vázquez Valdés, T. (2015). Mapeo de la oferta profesional en gastronomía a nivel nacional. *Culinaria Revista Virtual Especializada en Gastronomía*, 10, 31-45.
16. Mascarenhas, R., y Gândara, J. (2010). Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(5), 776-791.
17. Ministerio de turismo. (2015). Boletín estadístico. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/>
18. Moreira Filho, M., Prevot Nascimento R. y Segre., L.M. (2010). ¿Cuál es el papel del turismo en el desarrollo local? Un análisis crítico del cluster turístico de Santa Teresa – RJ, Brasil. *Estud. perspect. Tur*, 19 (5).

19. Nasimba, C.M. y Cejas, M. F. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Qualitas*,10, 22-39.
20. Neudel, Y. (2015). La experiencia del turismo comunitario en Yunguilla, Ecuador y su impacto sociocultural en la comunidad. *Letras Verdes. Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, (18),48-70. Recuperado de DOI:
<http://dx.doi.org/10.17141/letrasverdes.18.2015.1659>
21. Organización Mundial del Turismo (OMT) (2016). Segundo Foro Mundial de Turismo Gastronómico. Lima. Recuperado de: <http://affiliatemembers.unwto.org/es/.../2-foro-mundial-de-turismo-gastronomico-de-la-omt>
22. Pérez Gálvez, J., Muñoz Fernández, G. y López Guzmán, T. (2015). Motivation and tourist satisfaction in wine festivals: XXXI ed. Wine tasting Montilla-Moriles, Spain. *Tourism & Management Studies*, 11 (2), 7-13.
23. Pérez Guilarte, Y. y Lois González. R. (2016). El perfil del visitante en Santiago de Compostela: tradición y actualidad. *Cuadernos de Turismo*, 37, 305-322.
24. Prada Trigo, J., Armijos Chillogallo, D., Crespo Córdova, A. y Torres León, L. (2016). Ciudades patrimoniales, turismo cultural y perfiles de los visitantes: algunas consideraciones a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Investigación y Espacio*, (39), 199-216.
25. Reyes Uribe, A.C., Guerra Avalos, E.A. y Quintero Villa, J.M., (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *El periplo sustentable*.
26. Tikkanen, I. (2007), Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: five cases. *British Food Journal*, 109(9), 721–734.
27. Unigarro Solarte, C. (2010). Patrimonio cultural alimentario. Quito, Ecuador: FLACSO. Recuperado de: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/52870.pdf>
28. Van Hoof, H.B., Cueva, A., Estrella, M., Torres, L. y Eljuri, M.I. (2014). Percepciones del sector empresarial sobre la educación de hotelería, gastronomía y turismo en el Ecuador. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 8 (1), 211-238.

29. Young Hoon, K., Duncan, J. & Byung Woong, C. (2015). Involvement, satisfaction, perceived value, and revisit intention: a case study of a food festival. *Journal of Culinary Science & Technology*, 13 (2), 133-158.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Jiménez Beltrán, J., López Guzmán, T., & Santa Cruz, F. G. (2016). Gastronomy and tourism: Profile and motivation of international tourism in the City of Córdoba, Spain. *Journal of Culinary Science & Technology*, 14(4), 347-362.
2. López Guzmán, T. L., Ribeiro, M. A., Orgaz-Agüera, F. O. y Marmolejo Martín, J. A. (2015). El turismo en Cabo Verde: Perfil y valoración del viajero. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(3), 512-528.

DATOS DE LOS AUTORES.

1. **Vladimir Vega Falcón.** Licenciado en Contabilidad y Finanzas, y Doctor en Ciencias Económicas. Analista de Investigación de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Ecuador. Correo electrónico: vega.vladimir@gmail.com
2. **Diego Armando Freire Muñoz.** Ingeniero en Gestión de Alimentos y Bebidas, y Máster en Agroindustria. Director de la carrera de Gastronomía de la Universidad Regional Autónoma de los Andes. Ambato, Ecuador. Correo electrónico: diegofreire@uniandes.edu.ec
3. **Nelly Ivonne Guananga Diaz.** Doctora en Química, especialidad Orgánica Bioquímica y Máster en Ciencias Ambientales. Docente de la Facultad de Ciencias de las carreras de Ingeniería Bioquímica Ambiental, Ingeniería Ambiental y Química, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba, Ecuador. Correo electrónico: nevogud13@yahoo.es
4. **Esdra Real Garlobo.** Licenciado en Educación y Máster en Gestión Turística. Docente de la carrera de Gastronomía de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Ecuador. Correo electrónico: esdragarlobo@gmail.com

5. Mónica del Rocío Alarcón Quinapanta. Ingeniera en Sistemas e Informática y Máster en Dirección de Empresas. Docente de la carrera de Gastronomía de la Universidad Regional Autónoma de los Andes. Ambato, Ecuador. Correo electrónico: monyalarcon7@gmail.com

6. Pavel Aguilera Martínez. Licenciado en Artes Plásticas y Asesor cultural. Consultor internacional de arte. Docente de Artes Plásticas del Colegio Leonardo Da Vinci. Quito, Ecuador. Correo electrónico: pavelaguilera@yahoo.com

RECIBIDO: 9 de julio del 2018.

APROBADO: 22 de julio del 2018.