



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciado en
Turismo y Hotelería**

TEMA:

**“ANTROPOLOGÍA CULINARIA COMO RECURSO TURÍSTICO EN EL CANTÓN
SALCEDO”**

AUTOR: Tonato Cedeño Manfred Alexander

TUTOR: Lcdo. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate

Ambato – Ecuador

2017 - 2018

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

CERTIFICA:

Yo Lic. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate, con C.I. 1803318169 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “ANTROPOLOGÍA CULINARIA COMO RECURSO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SALCEDO” desarrollado por el egresado Manfred Alexander Tonato Cedeño, considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.



Lic. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate

C.I. 1803318169

TUTOR

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

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

La responsabilidad de las ideas, opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema, “antropología culinaria como recurso turístico en el cantón salcedo”, corresponde exclusivamente a Manfred Alexander Tonato Cedeño autor de este informe.



AUTOR

MANFRED ALEXANDER TONATO CEDEÑO

C.I. 0503338444

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: **“ANTROPOLOGÍA CULINARIA COMO RECURSO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SALCEDO”**, autorizo su reproducción total o parcial de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de Autor y no se utilice con fines de lucro.



AUTOR

Manfred Alexander Tonato Cedeño

C.I.: 050333844-4

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

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: “ANTROPOLOGÍA CULINARIA COMO RECURSO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SALCEDO”, presentado por el Sr. Manfred Alexander Tonato Cedeño egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: Septiembre 2017 – Febrero 2018, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos, técnicos y científicos de la investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

LA COMISIÓN



Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

C.I. 1803017365

MIEMBRO DEL TRIBUNA



Lcdo. Mg. Raúl Tamayo

C.I. 1801001981

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, académica y de vida, a mis hermanas que siempre han estado a mi lado. Y principalmente quiero dedicarlo a la persona que cambio mi vida Antonela Cabrera, me demostró que con paciencia, dedicación y amor se puede lograr los objetivos que a veces parecen imposibles.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos mis maestros desde la primaria hasta los de mis estudios superiores por haberme instruido con sus conocimientos, a mis familiares que formaron parte de mi vida y me apoyaron incondicionalmente, y a todos los que me brindaron su apoyo en este trabajo de investigación.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.....	II
TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1. TEMA.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2.1. Contextualización.....	1
1.2.2. Análisis Crítico	6
1.2.3. Prognosis.....	7
1.2.4. Formulación del problema.....	7
1.2.5. Preguntas directrices	7
1.2.6. Delimitación de la investigación	7
1.3. JUSTIFICACIÓN	8
1.4. OBJETIVOS.....	9
1.4.1. General.....	9
1.4.2. Específicos.....	9
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO	10
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	10
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	12
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	12
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	16
2.4.1 Fundamentación teórica de la subordinación conceptual de la variable independiente (antropología culinaria).....	19

2.4.2 Fundamentación teórica de la subordinación de la variable dependiente (Recurso Turístico)	24
2.5 HIPÓTESIS.....	29
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES	29
CAPÍTULO III	30
METODOLOGÍA	30
3.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO	30
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	30
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	31
3.4.1 Población.....	31
3.4.2 Muestra.....	31
3.5 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	33
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	35
3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	35
CAPÍTULO IV	36
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	36
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	36
4.1.1 Preguntas de la ficha.....	36
4.2 VERIFICACION DE HIPOTESIS.....	43
4.2.1 Planteamiento de la hipótesis.....	43
4.2.2 Selección del nivel de significación	43
4.2.3 Descripción de la población	43
4.2.4 Especificaciones de lo estadístico	43
4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo.....	44
4.2.6 Recolección de datos y cálculo de lo estadístico	46
CAPITULO V	47
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	47
5.1 CONCLUSIONES.....	47
5.2 RECOMENDACIONES.....	48
CAPITULO VI	49
PROPUESTA.....	49

6.1 Datos informativos.....	49
6.1.1 Título	49
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.	50
6.3 JUSTIFICACIÓN	51
6.4 OBJETIVOS.....	52
6.4.1 Objetivo General	52
6.4.2 Objetivo Especifico	52
BIBLIOGRAFÍA.....	73
ANEXOS	77
ARTÍCULO ACADÉMICO	81
Referencias.....	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de problemas	5
Gráfico 2: Grafico de Inclusión conceptual	16
Gráfico 3: Subordinación conceptual (variable independiente)	17
Gráfico 4: Subordinación conceptual (variable dependiente)	18
Gráfico 5: Representación gráfica pregunta 1	37
Gráfico 6: Representación gráfica pregunta 2	38
Gráfico 7: Representación gráfica pregunta 3	39
Gráfico 8: Representación gráfica pregunta 4	40
Gráfico 9: Representación gráfica pregunta 5	41
Gráfico 10: Representación gráfica pregunta 6	42
Gráfico 11: Representación gráfica de aceptación y rechazo	45
Gráfico 12: Alineación	58
Gráfico 13: Psicología del color	61
Gráfico 14: Monumento del Helado	65
Gráfico 15: Logo del helado de salcedo	66
Gráfico 16: Proceso del helado	67
Gráfico 17: Helados de Salcedo	67
Gráfico 18: Helado	68
Gráfico 19: Local de helados	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Heladerías de Salcedo.....	31
Tabla 2: Operacionalización de la variable independiente	33
Tabla 3: Operacionalización de la variable dependiente	34
Tabla 4: Recolección de información	35
Tabla 5: Tabulación pregunta 1	36
Tabla 6: Tabulación pregunta 2	38
Tabla 7: Tabulación pregunta 3	39
Tabla 8: Tabulación pregunta 4	40
Tabla 9: Tabulación pregunta 5	41
Tabla 10: Tabulación pregunta 6	42
Tabla 11: Descripción de la población.....	43
Tabla 12: Especificaciones de lo estadístico (frecuencias observadas)	44
Tabla 13: Especificaciones de lo estadístico (frecuencias esperadas).....	44
Tabla 14: Grados de libertad.....	45
Tabla 15: Recolección de datos	46
Tabla 16: Fotos de muestra	80

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL
RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “ANTROPOLOGIA CULINARIA COMO RECURSO TURISTICO EN EL CANTON SALCEDO”

AUTOR: Manfred Alexander Tonato Cedeño

TUTOR: Lic. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate

RESUMEN:

La antropología culinaria es un factor importante que aborda la historia en la elaboración de un producto, y cómo fueron sus inicios en la creación. Además apoya en el crecimiento del turismo del Cantón Salcedo, debido que su principal atracción es el famoso y delicioso helado de sabores, un producto gastronómico que lo consumen a diario los turistas, pero por eso existe la necesidad de crear un instructivo sobre la antropología que existe en el Cantón.

La finalidad es que los turistas tengan conocimientos de los orígenes del producto que están consumiendo y que sepan que representa más que una degustación gastronómica, y que aporta a la historia y cultura de un pueblo que está en crecimiento.

Palabras claves: antropología, gastronomía, cultura, recurso turístico.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo trata sobre “Antropología Culinaria como recurso turístico en el Cantón Salcedo”, mismo que comprende seis capítulos los cuales se mencionan a continuación con su contenido respectivo:

CAPÍTULO I

Se enfoca en el problema que se ha detectado, contiene lo referente al planteamiento del problema, la contextualización desde un enfoque macro, meso y micro de la investigación, el análisis crítico en base a las causas y efectos del problema central, la prognosis, la delimitación de la investigación, justificación y por último se concluye con los objetivos general y específicos para encaminar el trabajo de la mejor manera.

CAPÍTULO II

Consta del Marco Teórico, el mismo que hace mención de los antecedentes de la investigación, fundamentación filosófica, fundamentación legal, fundamentos investigativos científicos, explicaciones y análisis de diferentes autores que hablan sobre las variables dependiente e independiente y finalmente la hipótesis en la que se señala la problemática.

CAPÍTULO III

En este capítulo se determina el tipo de metodología que se utilizará para el análisis y estudio del problema, el enfoque, la modalidad de investigación, el nivel o tipo de investigación, la operacionalización de variables, las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de información, procesamiento y análisis de los resultados.

CAPÍTULO IV

Se desarrolla el análisis e interpretación de los datos obtenidos mediante la encuesta aplicada a la población que forma parte del estudio.

CAPÍTULO V

En este capítulo se establecen las conclusiones y recomendaciones en base al estudio de investigación, las mismas que conducen a la propuesta.

CAPÍTULO VI

Se plantea la propuesta que dará solución al problema de investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.TEMA

“ANTROPOLOGÍA CULINARIA COMO RECURSO TURISTICO EN EL CANTON SALCEDO”

1.2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Contextualización

La antropología de la alimentación o culinaria se encuentra en el segundo grupo de las actividades turísticas del mundo. Por lo cual podremos definir antropología de la alimentación, como rama de la antropología especializada en el estudio y la interpretación de la alimentación humana con conocimiento de los mismos, pero al contrario que las ciencias exactas, la estudia desde una perspectiva cultural, en la que son varios factores los que determina la alimentación del ser humano ya sea (economía, espacio en el que vive, creencias, género, religión.).Por lo cual cada individuo o grupo de individuo está condicionado por los factores nombrados anteriormente, y otros factores que existen dependiendo cada país y tradición. (Armenta, 2013)

Para (Carrera, 2012) Hablar de cocina ecuatoriana es hablar de 10.000 años de continua domesticación de nuestros productos que ahora son emblema en todo el mundo y reconocidos a nivel gastronómico. Es así como nuestros antepasados

supieron transformar coquinariamente la papa, el maíz, el tomate, el ají , el cacao, el café, la guaba, la chirimoya, la yuca, el mortiño, el capulí, el taxo, la quinua y el tomate de árbol entre otros productos. Sabores únicos del Ecuador que trascendieron, y hoy comparten armoniosas sensaciones inexplicables para miles de cocineros en todo el mundo, porque sin ellas no habría cocina hoy en día.

La historia es ingrata con nuestra comida. Nunca se devolvieron hasta hoy el orgullo de cocinar lo nuestro, es así como la cocina precolombina se ve empañada por una corta conquista Inca de 50 años, sin influir brutalmente en nuestra esencia, pero arrebatándole por primera vez la continuidad de conservar nuestra tradición del locro, el tamal y la tradicional pampa-mesa.

En la provincia de Cotopaxi la antropología culinaria tiene mayor alcance ya que posee varios platos típicos que se degustan en cada cantón de esta provincia, sin embargo, muchos de estos platos no tienen una redacción de su origen en sí. Para poseer más información de esto hace falta una investigación minuciosa y aplicada a la gastronomía de cada plato

La provincia de Cotopaxi está situada en el centro norte de la cordillera de los Andes. En sus inicios, fue bautizada bajo el nombre de provincia de León. Durante la época precolombina tuvo una variada congregación de pueblos indígenas, entre los cuales se destacan Cayapas-colorados (Centroamérica) y quijos. En la actualidad está conformada por siete cantones: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí y Sigchos. Forma parte de la región sierra centro de nuestro país. Destacada en la producción de alimentos de primera necesidad: vegetales (brócoli) principalmente, otros muy destacados son los de tipo florícola especialmente rosa. Por su ubicación en la sierra centro durante un lapso de tiempo prolongado varias de sus ciudades se convirtieron en zona de tránsito interprovincial, que conectaba a los cantones de diferentes regiones del país. Situación que dio origen al turismo gastronómico. Lo que permitió dar origen a productos característicos del sector

tales como: chucchucaras, hallullas, queso de hoja, Helados de Salcedo y pinol. El fácil transporte de estos productos, estimulaba la compra en lapsos cortos, dados en el traslado de una ciudad a otra. Sus comerciantes ideaban los mecanismos para posicionar sus establecimientos dentro de la zona de tránsito, agregándole al producto su fácil acceso que acompañado de la calidad y carisma de los pobladores eleva el grado de aceptación y preferencia de los consumidores agregándoles la identidad propia del área respectiva. Uno de estos productos que ha mantenido un alto grado de aceptación frente a los consumidores son los helados caseros. Conocidos principalmente porque se elaboran de manera artesanal y con productos naturales. Estas características le agregan valor por su sabor y frescura. Una ciudad muy reconocida por este producto es Salcedo cuya especialidad son los helados patentados desde el año 2007 como marca ciudad, legalmente reconocida dentro de nuestro país.

El helado de Salcedo es reconocido a nivel nacional e internacional, por su exclusiva fórmula que le hace exquisito para su paladar y nutritivo para su organismo, ideal para eventos y toda ocasión. Los helados de Salcedo son elaborados con productos naturales frutas y lácteos. Los helados de Salcedo no contienen productos químicos.

La imagen nos muestra el típico helado de Salcedo con sus cuatro sabores, crema, mora, naranjilla y taxo con mermelada al centro, su distribución y venta de los deliciosos helados de Salcedo para todo el Ecuador

Actualmente, este ícono gastronómico atraviesa uno de sus peores momentos de venta en su historia. La construcción de un paso lateral, que une directamente Latacunga con Ambato impide que los viajeros crucen por Salcedo y no puedan adquirir esta golosina. Además Salcedo también posee dos platos muy reconocidos en el cantón como es el pinol; En la fábrica san Rafael, desde el año 1950 se han especializado en la molienda a través de técnicas ancestrales, el cual ha permitido destruir el grano de cebada, respetando la cáscara o envoltura y

provocando la pulverización de la harina para luego obtener la deliciosa máchica, siendo esa la característica y alimento principal de las antiguas generaciones.

Este proceso se efectúa desde hace tres generaciones, en maquinaria inventada por los dedicados, exclusivamente para obtener máchica de calidad, conservando en la harina todos los nutrientes que se extraen de este alimento nutritivo.

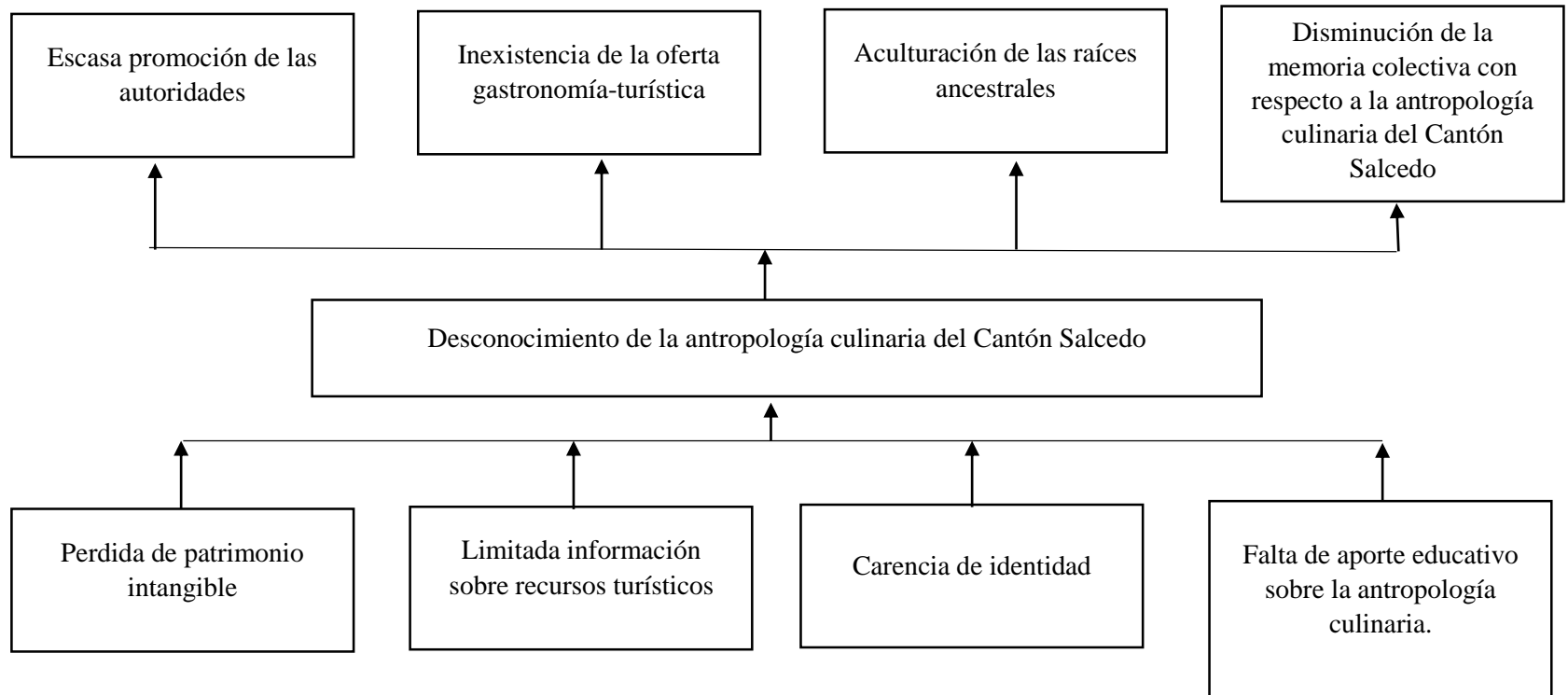
El molino antiguo de San Rafael fue diseñado con piedra y tallada totalmente a mano, con la cual se obtiene la harina y la machica que es la principal materia prima para elaborar el Rico Pinol de Salcedo.

El hornado es otra tradición culinaria del cantón, un plato típico característico, el mismo que lo encontramos en el mercado cerrado todos los días, para ser disfrutado por parte de los consumidores, su precio va desde un dólar cincuenta en adelante, el mismo que puede ser servido ya sea con mote o con tortillas de papa, según el gusto del cliente.

Hace aproximadamente 52 años mujeres salcedenses fueron las iniciadoras de este plato típico que hoy es una tradición, en el año 1977 fueron condecoradas por el Concejo como las innovadoras de esta costumbre y tradición.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Gráfico 1: Árbol de problemas



Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

1.2.2. Análisis Crítico

De acuerdo a la problemática planteada se ha encontrado varias causas que han provocado el desconocimiento de la antropología culinaria, como es la ausencia de capital por parte del Municipio del Cantón Salcedo, lo cual provoca que no se investigue a profundidad la problemática planteada, de la misma manera por falta del recurso económico no se logra realizar una buena promoción hacia el turista que visita el Cantón. Por otra parte se nota la usencia de información sobre los recursos turísticos que posee, principalmente sobre la antropología culinaria que es uno de los puntos más fuertes a ofertar, por esta razón el turista que visita Salcedo se queda con ganas de tener una buena historia sobre el producto gastronómico que está degustando, por eso el no podrá redactar un argumento de recuerdo del porque se creó el helado, el pinol, o el delicioso hornado, esto provoca que exista un déficit de identidad en los habitantes del Cantón Salcedo, porque no están preparados ni tienen el conocimiento de la historia de los productos gastronómicos emblemas de su Cantón y es posible que lleguen a pensar que ningún producto tiene un significado, o una historia de creación convirtiéndose en un simple producto de venta y consumo.

Lo más desafortunado es que los habitantes del cantón Salcedo desconocen los beneficios del turismo y como aporta a la economía de un lugar, generando ganancia para todos los pobladores y creando empleo para más personas, principalmente de la gastronomía que es el fuerte del cantón. Aunque existen personas que no les importa el turismo y creen que no es una buena fuente de ingresos económicos, de la misma manera piensan que la antropología culinaria es algo anticuado, porque dicen que la gente solo consume el producto y no quieren saber nada más, esto provoca que las demás generaciones olviden el pasado y la verdadera razón de la creación del producto gastronómico, el cual fue fundamental para el desarrollo del cantón y la supervivencia del mismo por eso no debemos olvidar que la antropología culinaria es muy importante para darle sentido y credibilidad a un producto gastronómico que es emblema del Cantón Salcedo.

1.2.3. Prognosis

En el caso de no brindar la apropiada información de la antropología culinaria a los visitantes, no se podrá dar a conocer los recursos gastronómicos que posee el cantón Salcedo, ni se podrá consolidar como un destino turístico.

Para el progreso de un pueblo es necesario que tanto autoridades como población trabajen juntos, con esto se conseguirá posicionar al lugar como un destino turístico, atractivo y único que genere recursos económicos para el sustento de su población y el país.

1.2.4. Formulación del problema

¿Cuál es la importancia de la antropología culinaria como recurso turístico para el Cantón Salcedo?

1.2.5. Preguntas directrices

- ¿Cuál es la antropología culinaria representativa que aporta como recurso turístico para el Cantón Salcedo?
- ¿Cómo influye la antropología culinaria en el turismo del Cantón Salcedo?
- ¿Qué alternativa se puede plantear para el conocimiento antropológico culinario en el cantón?

1.2.6. Delimitación de la investigación

Delimitación de Contenido

Campo: Turismo

Área: Recurso turístico

Aspecto: Antropología Culinaria

Delimitación Espacial

La presente investigación se desarrollará en el Cantón Salcedo (Parroquia San Miguel) Provincia de Cotopaxi.

Delimitación Temporal

El estudio se llevó a cabo durante el periodo comprendido entre los meses de Septiembre 2017 - Febrero del 2018.

1.3.JUSTIFICACIÓN

La importancia de realizar una investigación con respecto a la antropología culinaria como recurso turístico para el Cantón Salcedo, surge actualmente por el desarrollo del turismo que ha estado vinculado con la gastronomía desde hace mucho tiempo atrás, debido a esto es fundamental mejorar la actividad turística con la debida planificación y control, por eso existe poco interés en la historia que existe detrás de un producto gastronómico, y para evitar sucesos negativos que influyan en la atención y servicio al cliente.

La investigación pretende dar a conocer la creación y elaboración artesanal de los helados de Salcedo, de esta manera se busca la mejora continua de todo lo que involucra, desde acceso a la información hasta el servicio en cada lugar o tienda del Cantón Salcedo, y el determinar falencias de conocimiento para la mejora continua de los productos.

Así se podrán beneficiar mutuamente los comerciantes, al comprender la importancia de brindar una información real y llamativa para el turista, cumpliendo con todas las expectativas del mismo, y de la misma manera las personas que deseen utilizar la información o los turistas que deseen compartir con más personas tengan una versión única que ayudara al progreso de la gastronomía y el Cantón.

Esta investigación es real, dado que se cuenta con el apoyo de autoridades, emprendedores y artesanos de la rama de la gastronomía, además los platos típicos cuentan con años de elaboración y degustación al público, necesarios para cumplir a cabalidad con el trabajo investigativo.

Con el presente trabajo se podrá contribuir al desarrollo del turismo, como resultado de una impresión positiva de información, satisfacción y degustación que presenten las personas, principalmente turistas que en cada visita buscan experiencias enriquecedoras de conocimiento, cultura e historia, por ello fortalecerá la experiencia de consumo de un plato típico, considerando que la gastronomía es una fuente de economía primordial en nuestro país, permitiendo un aporte necesario para el mejoramiento de información y leyendas gastronómicas.

1.4.OBJETIVOS

1.4.1. General

- Investigar la importancia de la antropología culinaria como recurso turístico para el cantón Salcedo.

1.4.2. Específicos

- Determinar la antropología culinaria representativa del cantón Salcedo.
- Analizar las características de un Recurso Turístico.
- Diseñar una Revista de Antropología Culinaria de Salcedo.
- PAPER

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la Universidad Técnica de Ambato, en el año 2015, se publicó el trabajo investigativo denominado **EL TURISMO GASTRONÓMICO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI**, en la Tesis realizada previo a la obtención del título de licenciada en turismo y hotelería, de la autora. Arias Acosta, Mayra Janeth. Donde se concluye que: El turismo gastronómico del cantón Salcedo no tiene mucha demanda ya que su promoción y difusión no ha sido de una manera correcta, siendo así que los turistas no tienen conocimiento de la riqueza turística y gastronómica que posee dicho cantón, también el turismo que predomina en el cantón Salcedo es el turismo comercial seguido por el turismo gastronómico. Esto quiere decir que falta promocionar más la gastronomía típica del cantón para que llegue a ser uno de los principales ingresos económicos del cantón. (Arias Acosta, 2015)

La principal razón y la mayor frecuencia de ingresos al cantón Salcedo debe ser por la gastronomía debido que su principal atractivo culinario es el famoso helado de salcedo y el pinol porque la parte comercial depende de temporadas y la administración de sus comerciantes.

En la Universidad de La Laguna, en el año 2012, se publicó el artículo científico denominado **LA GASTRONOMÍA COMO MOTIVACIÓN PARA VIAJAR. UN ESTUDIO SOBRE EL TURISMO CULINARIO EN CÓRDOBA**, en la Revista de

Turismo y Patrimonio Cultural (PASOS), de los autores Tomás López-Guzmán | Sandra María Sánchez Cañizares. Donde se concluye que:

El turismo gastronómico se define en la actualidad como una de las grandes apuestas para potenciar o consolidar destinos turísticos, debido a la motivación, cada vez mayor, que tiene para los viajeros el conocimiento de todo lo relacionado con la cultura gastronómica de los lugares que visita. Así, y de hecho, determinados viajeros consideran como motivación principal de su viaje el acudir a un determinado restaurante o sencillamente conocer mejor la cocina de una zona geográfica concreta como parte de la experiencia que pretende con su visita. Por otro lado, y aunque en ocasiones la comida no es el motivo principal del viaje, sí se configura como un elemento clave para realizar el viaje y, por tanto, en uno de los aspectos fundamentales que deben de tenerse en cuenta para promocionar una determinada área geográfica. (López Guzmán & Sánchez Cañizares, 2012, pág. 582)

La principal atracción de consumo para un producto es la historia que conlleva dicha elaboración o creación del mismo, siendo así un atractivo gastronómico cultural para el cantón Salcedo y para los turistas que lo visitan, dejando una enseñanza y satisfacción al degustar su comida.

En la universidad ESPOCH, en el año 2010, se publicó el trabajo investigativo denominada “Aplicaciones gastronómicas a base de carne de llama en el restaurante SUMAK KAUSAI” previo a la obtención del Título de Licenciada en Gestión Gastronómica, de la autora Tamara Mercedes Tenemaza Vallejo. donde Se concluye que: La gastronomía es el mejor sustento para conocer la identidad de los pueblos no en vano los sabores, las texturas, los ingredientes y las diversas formas de preparar las comidas en el mundo han sido transmitidas de generación en generación, además agrega que la geografía y los cambios históricos tienen que ver mucho en el mundo culinario, las diferentes manifestaciones geográficas han dividido a los territorios continentales en muchas regiones muy diferentes en clima, flora, fauna, población y costumbres lo que muestra una infinita y enorme variedad de formas e historias

culinarias. El arte culinario va de la mano con la antropología del plato y depende mucho de la cultura. (Tamara, 2010)

En cuanto a la historia y cultura gastronómica es muy fundamental para el desarrollo de un Cantón, además la gastronomía es el pilar fundamental del turismo y para el consumo de un plato siempre hace falta una connotación, porque es lo que llama la atención al consumirlo y poder tener un contexto de que hablar y hacer crecer culturalmente al plato.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Para este trabajo investigativo será necesario utilizar un enfoque crítico, propositivo, constructivista, social.

El presente trabajo investigativo se encuentra dentro de un paradigma crítico propositivo constructivista social, por cuanto busca generar una propuesta debido a que la antropología culinaria del cantón salcedo es un recurso indispensable para la afluencia de turistas en el cantón.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Según la (Ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria , 2010) de acuerdo a su última modificación el 27-12-2017 expide lo siguiente.

Título I

Principios Generales

Art. 2. Carácter y ámbito de aplicación. Las disposiciones de esta Ley son de orden público, interés social y carácter integral e intersectorial. Regularán el ejercicio de los derechos del buen vivir sumak kawsay concernientes a la soberanía alimentaria, en sus múltiples dimensiones. Su ámbito comprende los factores de la producción agroalimentaria; la agrobiodiversidad y semillas; la investigación y diálogo de saberes; la producción, transformación, conservación, almacenamiento, intercambio, comercialización y consumo; así como la sanidad, calidad, inocuidad y nutrición; la participación social; el ordenamiento territorial; la frontera agrícola; los recursos

hídricos; el desarrollo rural y agroalimentario; la agroindustria, empleo rural y agrícola; las formas asociativas y comunitarias de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, las formas de financiamiento; y, aquellas que defina el régimen de soberanía alimentaria. Las normas y políticas que emanen de esta Ley garantizarán el respeto irrestricto a los derechos de la naturaleza y el manejo de los recursos naturales, en concordancia con los principios de sostenibilidad ambiental y las buenas prácticas de producción.

Art. 3. Deberes del Estado. Para el ejercicio de la soberanía alimentaria, además de las responsabilidades establecidas en el Art. 281 de la Constitución el Estado, deberá:

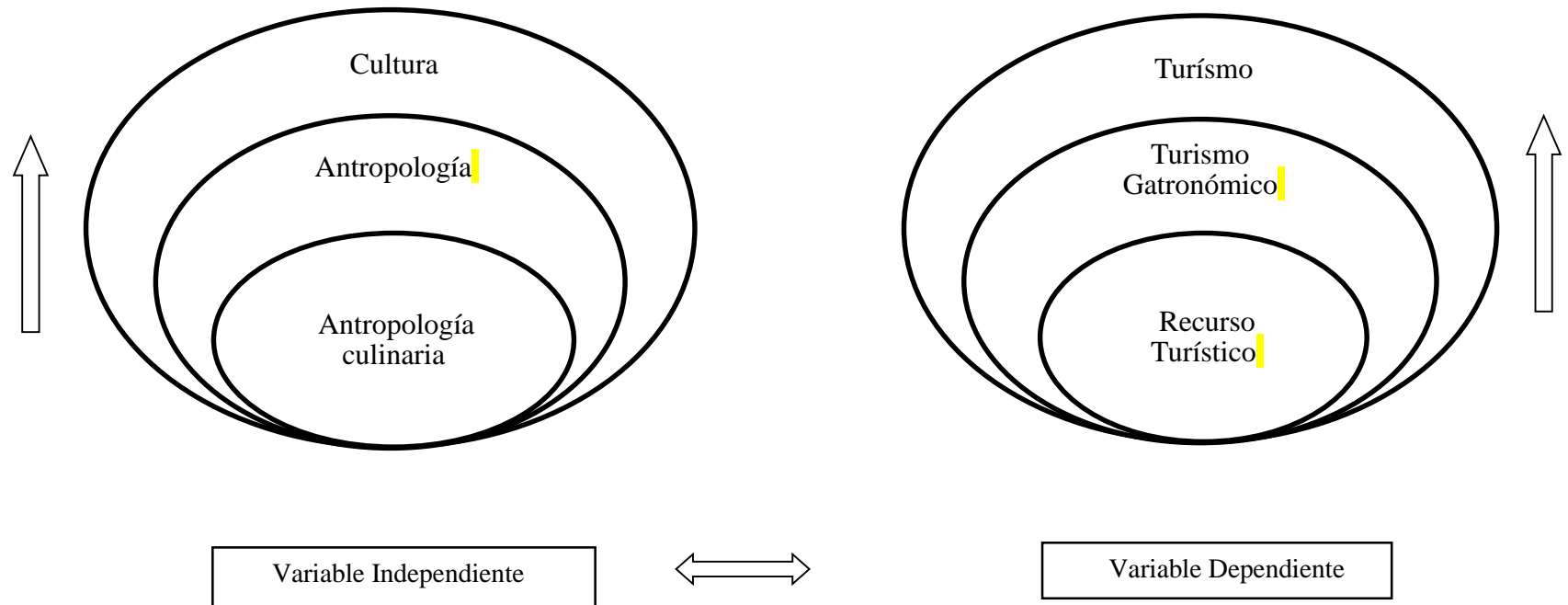
- a) Fomentar la producción sostenible y sustentable de alimentos, reorientando el modelo de desarrollo agroalimentario, que en el enfoque multisectorial de esta ley hace referencia a los recursos alimentarios provenientes de la agricultura, actividad pecuaria, pesca, acuicultura y de la recolección de productos de medios ecológicos naturales;
- b) Establecer incentivos a la utilización productiva de la tierra, desincentivos para la falta de aprovechamiento o acaparamiento de tierras productivas y otros mecanismos de redistribución de la tierra;
- c) Impulsar, en el marco de la economía social y solidaria, la asociación de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores para su participación en mejores condiciones en el proceso de producción, almacenamiento, transformación, conservación y comercialización de alimentos;
- d) Incentivar el consumo de alimentos sanos, nutritivos de origen agroecológico y orgánico, evitando en lo posible la expansión del monocultivo y la utilización de cultivos agroalimentarios en la producción de biocombustibles, priorizando siempre el consumo alimenticio nacional;
- e) Adoptar políticas fiscales, tributarias, arancelarias y otras que protejan al sector agroalimentario nacional para evitar la dependencia en la provisión alimentaria; y,

f) Promover la participación social y la deliberación pública en forma paritaria entre hombres y mujeres en la elaboración de leyes y en la formulación e implementación de políticas relativas a la soberanía alimentaria.

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 LEY DE TURISMO - Página 1 eSilec Profesional - www.lexis.com.ec 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; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

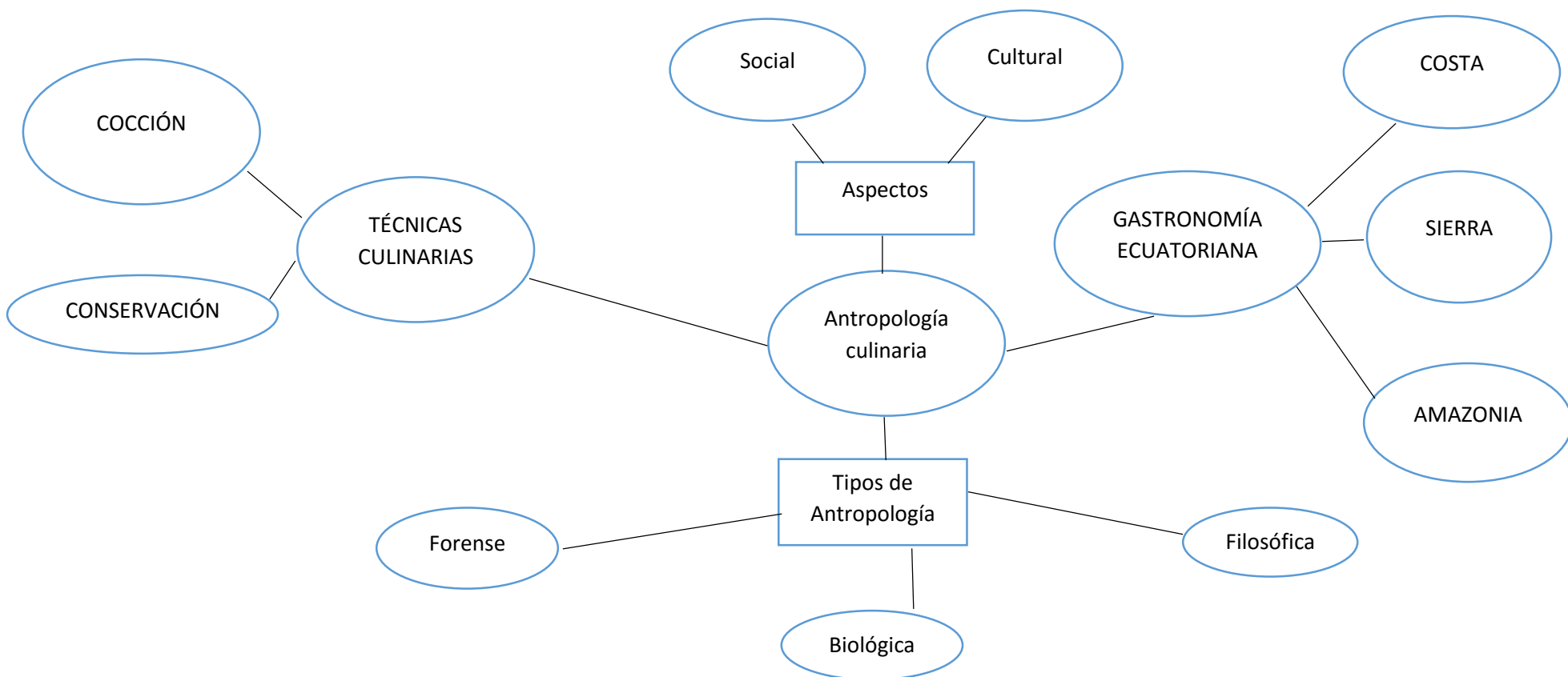
Gráfico 2: Gráfico de Inclusión conceptual



Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE
(ANTROPOLOGIA CULINARIA)

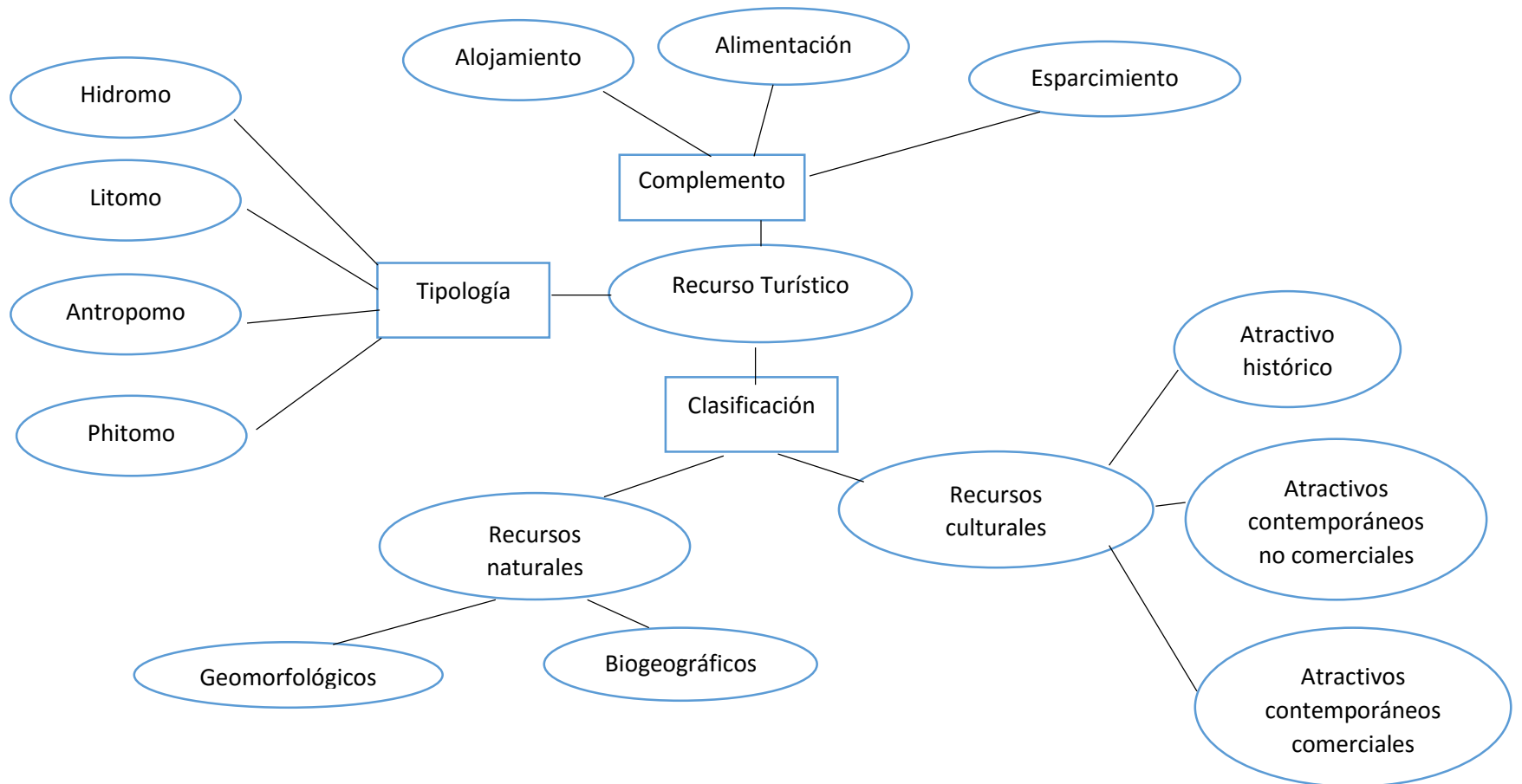
Gráfico 3: Subordinación conceptual (variable independiente)



Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

**SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE DEPENDIENTE
(RECURSO TURSTICO)**

Gráfico 4: Subordinación conceptual (variable dependiente)



Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

2.4.1 Fundamentación teórica de la subordinación conceptual de la variable independiente (antropología culinaria)

Antropología Culinaria

(Pineda, 2012), Comenta que antes de que el hombre utilizara el fuego utilizó la piedra. El desarrollo de la conciencia humana ha sido impactado por una multiplicidad de factores, sin duda, uno de los más importantes consiste en las posibilidades que aparecen a partir del logro de técnicas que permitieron al humano expresarse más allá de la mimesis y de la expresión a la que su propio cuerpo, sirve como medio.

Poco explorados han sido los estudios históricos sobre el arte culinario. Se trata de una omisión relacionada con una manera de entender y apropiarse del pasado culinario, debemos preservar nuestra memoria culinaria, salvaguardar nuestros alimentos y las culturas que los alientan.

Explorar la historia culinaria de la región de Sudamérica, entendiéndose por tal la zona intertropical de América del Sur desde Venezuela hasta Argentina, es una labor que está por hacerse. Hoy este ámbito presenta características geográficas similares pues tiene clima, fauna y flora comunes. Sin embargo, esta relativa homogeneidad física contrasta con una diversidad cultural, cuya manifestación más acusada se da en el plano del lenguaje y hace pensar en esa Sudamérica como muestrario abigarrado de las distintas tradiciones culturales de la civilización humana.

Una vez hecha la selección de alimentos, hay que mencionar la transformación misma, es decir, el tipo de cocción (hervidos, plancha u horno, por ejemplo) y el grado de aplicación al alimento (más o menos intensa). También habrá que asociar los alimentos entre si teniendo en cuenta diferentes factores combinables: los sabores, las texturas, las temperaturas, los colores. Ahora bien, tampoco podemos dejar de lado elementos tan importantes como aquellos que rodean la alimentación sin ser alimentos. (Vayreda, 2007, pág. 16).

Antropología

Siguiendo a Levi-Strauss se ha dicho que la Antropología podría ser definida como la. "Ciencia de las comunicaciones"; comunicación de bienes y servicios, comunicación de mujeres con sus normas de parentesco, comunicación de mensajes a través del lenguaje y de la totalidad del sistema simbólico. (Carrion, 2012).

Una Antropología considerada como ciencia histórica y como' ciencia social, debe ser, si aplicamos análogamente las consideraciones que el Prof. Agoglia propone para la Filosofía Latinoamericana de la Historia, no la conciencia en general, ni tampoco la historia universal, sino nuestra propia experiencia histórica y social y el desarrollo de nuestra conciencia histórica como comprensión de esa misma realidad.

(Auge, 2012), comenta que le debemos a la antropología el conocimiento de las sociedades lejanas y, más que las que ha estudiado, le debemos este descubrimiento: lo social comienza con el individuo; el individuo depende de la mirada etnológica. Lo preciso de la antropología está en las antípodas de lo concreto definido por ciertas escuelas sociológicas como aprehensible en los órdenes de magnitud en los que se han eliminado las variables independientes."

Cultura

A diferencia del conocimiento científico, la sabiduría de la cultura es subjetiva. Sus percepciones y aserciones más profundas son relativas, no leyes universales. (Kuper, 2012).

(Tylor, 2011), plantea que la cultura es: "aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias. El arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad".

Específicamente la cultura redacta casi todo el pasado de un pueblo y sus nuevos hábitos según el desarrollo de cada lugar, así mismo sus nuevos conocimientos adquiridos de generación en generación.

En el devenir del tiempo, la palabra “cultura” ha tenido una presencia común y usual en los medios actuales de difusión de información: televisión, radio... e inclusive en escuelas e institutos. Es un término por sí mismo extraño, distante a la vez que familiar. Y es que estamos ante una palabra, un concepto – el de cultura – que ha impregnado buena parte de las mentes de hoy para referirse a “aquello intangible” que define un grupo, usualmente extraño y diferente – el “nosotros” y el “otro” – para las masas de los espectadores, oyentes y demás categorías que se quiera encontrar. (Luna, 2013)

Tomando como referencia las palabras de (Eagleton, 2011), la cultura es el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico. Ha sido creada por el uso de símbolos y el término es derivado desde la palabra latina colere para la labranza y el uso de la tierra, en ingles coulter que designa a la reja del arado, así es como el primer significado de la palabra venia refiriéndose, al cultivo, agricultura, cultivar la tierra. Los romanos hablaban de cultura animi como la cultivación del alma, este uso metafórico fue creado desde el siglo XVII que llego a influenciar en un significado de secularización distinguido de lo religioso, culto, pero relacionado para ambas formaciones individuales, el religioso y el del cultivo.

Aspecto Social

Según (Carrasco Henríquez, 2012), la definición sociológica de la acción de alimentarse mantiene aún sus bases en los aportes de Mauss (1925). El trasfondo último de este concepto es su potencial de revelarnos la dinámica social que subyace a la acción de alimentarse, toda vez que el hecho alimentario se organizaría según estructuras sociales locales, refiriendo roles y estatus, además de la propia concepción cultural del comer.

En palabras de (Bertran Vilá, 2010), existen fenómenos sociales que están relacionados y gracias a ellos se puede determinar la complejidad del fenómeno alimentario y de cómo los procesos macro sociales afectan las decisiones cotidianas de la gente, por ello son la muestra de la utilidad de la metodología antropológica para estudiar la

alimentación contemporánea, llena de contradicciones, que tienen que ver con el desarrollo del capitalismo y la sociedad de consumo, la promoción al consumo, y el acceso inmediato a él, la medicalización de la vida cotidiana, las ideas sobre el control corporal, y la imagen como un elemento de estatus.

En este sentido, tomando como referencia las palabras de (Meléndez Torres & Cañez De la Fuente, 2014), la alimentación debe ser pensada como un hecho social complejo en la que se pone en escena un conjunto de movimientos de producción y consumo (tanto material como simbólico) diferenciados y diferenciadores (Álvarez, 2002: 62). Por esta razón el compartir alimentos a los miembros de la familia o el grupo de amigos se considera un acto de estrechamiento de los lazos sociales, el hecho de preparar un plato especial y compartirlo en momentos especiales conforma un rito social que incrementa la identidad del grupo.

Aspecto Cultural

Según (Bertran Vilá, 2010), como fenómeno cultural complejo, la antropología se ha acercado al estudio de la alimentación desde principios del siglo XX, a partir de varias perspectivas teóricas, a veces como un punto central de los estudios antropológicos, a veces como parte del análisis de otros fenómenos.

Para las autoras (Meléndez Torres & Cañez De la Fuente, 2014), en lo que respecta a cultura, la cocina tradicional es en donde se concretan aquellos saberes y prácticas alimentarias y culinarias que permanecen como parte de nuestra herencia e identidad cultural, ella comprende los saberes culinarios, las costumbres y los rituales, así como las formas de preparación de los alimentos reconocidas y transmitidas de generación en generación, se trata de un acervo que se ha ido enriqueciendo y modificando generacionalmente y que se ha recreado y transformado localmente con el paso del tiempo.

Antropología forense

Los primeros antropólogos pensaban que así como las especies evolucionaban de organismos sencillos a otros más complejos, las sociedades y las culturas de los

humanos debían seguir el mismo proceso de evolución hasta producir estructuras complejas como su propia sociedad. (HARRIS, 2012).

Siendo los humanos la principal especie que debe seguir evolucionando mentalmente y con la creación de nuevos productos conjuntamente con su historia respectiva.

El estudio de la Antropología, como ciencia que pretende abarcar los fenómenos del ser humano como parte de una sociedad, se ha diversificado en sus métodos y sus teorías para poder generar un conocimiento y entender los procesos de cualquier cosa. (HARRIS, 2012).

Sin embargo la antropología debe seguir siendo estudiada y considerar un punto de conocimiento donde todas las personas participen y logren entender la importancia de la misma.

Antropología biológica

Una de las definiciones de la antropología biológica es como el estudio de la evolución y variabilidad biológica de los humanos en el presente y en el pasado, tiene mucho en común con otras disciplinas como la biología humana, la demografía, la paleontología, y hasta la medicina. (Gonzales & Rolando, 2016).

La relación que tiene la antropología biológica con la culinaria tiene mucho que ver debido que para la creación de un producto siempre interviene el hombre con una cosmovisión histórica sobre la creación del producto.

Este campo de la antropología biológica estudia todos aquellos aspectos biológicos en nuestra especie y su relación directa con nuestra capacidad para producir cultura y sociedad, y los estudios bioculturales sobre nutrición y salud entre diferentes grupos de población. (Fernandez, 2012).

La cultura en la antropología biológica representa un bien muy importante que se va generando a través del tiempo y logra que un lugar o producto sea reconocido y tenga un valor histórico.

Antropología filosófica

Antropología Filosófica, en la que realiza un estudio sobre el hombre, y dice que la única forma que tiene el hombre para entender el mundo en el que vive es conocerse primero a sí mismo (Cassirer, 2011).

Se analizan las distintas actividades humanas como el lenguaje, la religión, el arte, la ciencia, y las modalidades, cada una de ellas forma parte de la cultura humana para construir un propio universo simbólico que le permite comprender e interpretar, articular y organizar su experiencia.

La Antropología Filosófica es la rama de la Filosofía que estudia al hombre considerado en sí mismo y en sus relaciones esenciales. (Bardaro, 2010, pág. 12).

2.4.2 Fundamentación teórica de la subordinación de la variable dependiente (Recurso Turístico)

Alojamiento

El Alojamiento es la una acción y efecto de alojar o alojarse. El uso más frecuente del término está vinculado al lugar donde las personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones. Los hoteles, los albergues y las posadas son algunos de los ejemplos que se da como alojamiento. (Trigo, 2012).

Sin embargo, según (Blasco Bachs Bancelllys y Vives, 2006), existen dos grandes tipologías de alojamiento: Alojamientos hoteleros y Alojamientos extra hoteleros. Así mismo, estos autores presentan los alojamientos hoteleros como aquellas empresas que se pueden definir como hotel, aunque mantengan diferencias entre ellas, es decir, empresas dedicadas de manera profesional o habitual, a proporcionar habitación a las personas con o sin servicios complementarios, a cambio de un precio. En este grupo están los hoteles, hostales, pensiones, entre otros.

Para (Torres Esteve y Martín, 2006), el alojamiento hotelero, es el sistema más tradicional de alojamiento, y de éste proceden el resto de las tipologías existentes en la actualidad.

RECURSO TURISTICO

Alimentación

El termino alimentación tiende a superponerse al de nutrición. Es común observar como ambos términos se usan indistintamente. Sin embargo ambos conceptos son esencialmente distintos, por eso vamos a distinguir uno de otro:

Según (Gonzalo, 2013), existen dos tipos de definición comparado con nutrición.

Alimentación: es el conjunto de actividades y procesos por los cuales tomamos los alimentos que aportan las sustancias necesarias para el mantenimiento de la vida.

Nutrición: es el conjunto de procesos interrelacionados de los seres vivos que, por la incorporación de las sustancias químicas contenidas en los alimentos, mantienen la integridad de la materia y conserva la vida consiguiendo un equilibrio físico psíquico.

Esparcimiento

El esparcimiento es un fenómeno humano valorado cada vez más en el mundo. Por esparcimiento podemos entender las experiencias que derivan gozo en las personas. Las personas gozan este tipo de vivencias por sí mismas y en ellas encuentran múltiples significados positivos (Kelly, 1987).

De la misma manera todas estas actividades se las realizan en un tiempo libre que permite que los turistas o visitantes se puedan desplazar de un lado a otro con el fin de distraerse y descansar sus mentes y cuerpo de su vida cotidiana.

Corresponden con áreas naturales especialmente valiosas desde el punto de vista ecológico o paisajístico, cuya localización es totalmente independiente de la distribución de la población. Suelen ser de grandes dimensiones y presentar un buen estado de conservación y, dada su fragilidad, no admiten grandes intensidades de uso sin peligro de deterioro.

Tipología de recursos turísticos

Según el método de (Pierre, 2015), basado en la cosmología de Aristóteles estos son algunos tipos de tipología más importantes que se pueden obtener.

Hidromo: “Todo elemento de atracción relacionado con el agua, en su estado natural o modificado por el hombre. En este grupo se incluyen las aguas marítimas, las aguas terrestres, las playas y las costas, los puertos deportivos, los balnearios, la nieve, etc.”

Es muy importante esta tipología debido a que la mayoría de actividades más divertidas se las realiza en el agua y el agua es uno de los elementos más importantes para la elaboración de ciertos alimentos.

Phitomo: “Es el elemento terrestre e incluye todo elemento natural que tenga cierto atractivo, modificado o no por el hombre, a excepción del hidromo. En este grupo se integran el relieve, el clima, la flora y fauna, el paisaje, los accidentes naturales, etc.”

Como podemos ver el factor natural es muy importante porque gracias a este se vuelven atractivos los destinos turísticos sean naturales o contruidos por el hombre.

Litomo: “Todo elemento construido por el hombre que tenga interés por su naturaleza o por el uso a que esté destinado: restos arqueológicos, arquitectura antigua, monumentos históricos, conjuntos históricos monumentales, arquitectura o ingeniería actual, museos, urbanismo, etc.”

Antropomo: “Su elemento fundamental es el hombre, independientemente de su soporte físico (litomo) o de su marco (hidromo y phitomo). Abarca todo lo referido a la estructura socio-económica, la idiosincrasia y las características raciales, la artesanía, el folklore y la gastronomía, las actividades culturales, etc.”

Recursos Naturales

Los recursos naturales son el conjunto de bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza y que son valiosos para el desarrollo de las sociedades. Proveen la materia prima, minerales y alimentos que son utilizados por el ser humano, así como los

servicios ecológicos que son la base de la vida. Los recursos naturales pueden ser renovables (plantas, animales, agua, suelo), no renovables (minerales, metales, petróleo, gas natural), e inagotables en el tiempo ecológico (energía de las olas del mar, viento, luz solar). (Universidad San Francisco de Quito, 2014).

Actualmente los recursos naturales van disminuyendo debido a varios factores como son la contaminación, el calentamiento global entre otros, esto genera grandes pérdidas de áreas verdes que muy importantes para mantener el equilibrio de nuestro planeta.

La mayoría de personas tratan de tomar medidas en la reducción de materiales que contaminan el ambiente y utilizan productos renovables, de esta manera aportan de gran ayuda para disminuir la contaminación.

Recursos Geomorfológicos

Según la (OMT, 2015), son creados por la acción de la naturaleza durante la evolución del planeta y se dividen de acuerdo a la región en que se encuentra localizados:

- Litorales (playas, islas).
- Lagunas y depósitos de agua.
- Corrientes de agua (grutas, cenotes, manantiales).
- Volcanismo (cráteres, geisers).
- Relieves (montañas, planicies, dunas).

Todos estos recursos generan gran atracción para los turistas por ser creados de manera natural y de la misma manera logra un aumento en la economía del sector donde se encuentren estos.

Recursos Biogeográficos

Están relacionados con la manifestación de vida como es flora y fauna:

- Agrupaciones vegetales (selvas, bosques, arboles, campo de flores).
- Agrupaciones animales (especies raras, agrupaciones de coral, zonas de caza o pesca).

Recursos Culturales

Atractivo Histórico

La herramienta más poderosa que posee la humanidad es el atractivo histórico, porque a lo largo del tiempo define a cada sociedad en particular porque crea una identidad y diferencia, también es evidente que el turismo ha contribuido a enriquecer el acervo cultural de las diferentes regiones del mundo, mediante el transcurso de la historia, el turismo se ha motivado obedeciendo a la época, por ejemplo movimientos migratorios, religión, guerra, comercio, moda, entre muchos otros. Es por ello que conocer el pasado beneficia, porque de no saberlo se pueden cometer errores. Por lo que explicar el presente del turismo, su importancia y como ha llegado a ser hasta hoy nos ayuda a valorarlo. (Guerrero González & Ramos Mendoza, 2014)

Atractivo Contemporáneo no comercial

Estos atractivos se han creado con un fin cultural o de servicio y no como atractivo, pero surge con los mismos, también son muy fáciles de reconocer debido a que todos se crean en zonas accesibles, además su aprovechamiento requiere de campañas publicitarias que muevan al turismo hacia ellos, cuentan con más servicios y por ende es necesario complementarlos, por otra parte la conservación y restauración se incluye dentro de la actividad primaria que realizan y no le corresponden al turismo. (García Silberman, 2013)

Atractivo Contemporáneo comercial

Son temporales, requieren de modificaciones y modernizaciones, se crean con un fin práctico, pero en su mayoría no van dirigidos al turismo sino a la población local. También a este tipo de atractivos es necesario inventariarlos con el fin de incluirlos al planear el desarrollo turístico de la zona. De esta manera surgen en zonas donde ya existe un cuadro de servicios generales, y los servicios particulares se crean al momento de surgir los recursos. (García Silberman, 2013)

2.5 HIPÓTESIS

La Antropología culinaria aporta como recurso turístico en el cantón salcedo

2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

Variable Independiente: Antropología culinaria

Variable Dependiente: Recurso Turístico

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO

El enfoque de la presente investigación es de carácter cualitativo, lo cual implica que se tomará en cuenta las características individuales de los turistas ya sean positivas o negativas que definan la antropología culinaria como en recurso turístico para el cantón Salcedo.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se aplicó las siguientes modalidades:

Investigación de campo: Es de campo debido a que se realizó fichas validadas a las personas que tienen negocios o empresas dedicadas a la elaboración y venta de los helados de salcedo logrando la observación directa en el lugar de los hechos, para la obtención de información real y de acuerdo a los objetivos planteados.

Investigación documental bibliográfica: Es una investigación documental bibliográfica ya que por medio de libros, revistas, publicaciones e internet se ha logrado sustentar la fundamentación teórica.

3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Nivel Exploratorio: Debido que es una investigación que nadie la ha realizado, como en este caso el nivel de satisfacción que presentan los turistas al adquirir el servicio de transporte terrestre interprovincial, para obtener una idea clara de la problemática.

Nivel Descriptivo: Ya que se detallan las particularidades del problema, con un análisis de la situación actual del lugar donde se realizó la investigación.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

Incluye los 15 locales que brindan el servicio de venta los helados de Salcedo en la Parroquia San Miguel.

3.4.2 Muestra

Establecimientos que expenden los helados de salcedo.

Tabla 1: Heladerías de Salcedo

LOCAL	PROPIETARIO	TELEFONO
HELADOS SALCEDO	JAIME JIJON	0990636686
HELADERIA DANNY	SILVIA COQUE	0987260435
HELADOS DE SALCEDO	PACO HINOJOSA	0992834176
HELDERIA ROYAL	ELIZABETH PERDOMO	0987112345
HELADOS MALVINA	MALVINA BAUTISTA	0938472338
HELADOS DE SALCE	BLASCO SANCHEZ	27262064
HELADOS DE SABORES	MAGAL CARRASCO	0995592107
HELADERIA GARFIELD	WILSON TONATO	0987993460
HELADO SALCEDO	FEDERICO CONTRERAS	2773242
SUPER MINI VANESSA	GLORIA AMPUDIA	727248
HELADERIA PANCHITOS	ANDREA JEREZ	0984701912
HELADOS BANBI FRUT	MERCY HINOJOSA	0995671778
HELADOS RICOS	OLIVIA VILLACIS	09843652
HELADOS DE SABORES	SILVIA VILLACIS	0998971215
SAN FRANCISCO	CRAMELA ALVAREZ	0985673625

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Se han aplicado 15 fichas a los propietarios de los locales que venden helados de Salcedo, entre los meses de Octubre y Noviembre, información que fue facilitada por los mismos autores.

3.5 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Antropología culinaria

Tabla 2: Operacionalización de la variable independiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas	Instrumentos
Según: (Berry, L. Bennet, C. y Brown, C.,1989), la antropología culinaria parte de la creación de un plato típico como aporte de cultura a un lugar y tradición para la degustación del mismo	Antropología	Conocimiento	Ficha valida	Ficha	Ficha
	Plato típico	Gastronomía	Ficha valida	Ficha	Ficha
	Cultura y Tradición	Historia	Ficha valida	Ficha	Ficha
				Ficha valida	

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Variable Dependiente: Recurso Turístico

Tabla 3: Operacionalización de la variable dependiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas	Instrumentos
Según: (Navarro, 2015) En una publicación de la OMT (Organización Mundial del Turismo) y con base en Zimerman (1933) se entiende por recurso turístico a todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.	Servicio	Alimentación	Ficha valida	Ficha	Ficha
	Actividad turística	Motivos	Ficha valida	Ficha	Ficha
			Ficha valida		
			Ficha valida		
	Demanda	Satisfacción	Ficha valida	Ficha	Ficha

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Tabla 4: Recolección de información

N.	Preguntas básicas	Explicación
1	¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2	¿De qué personas u objetos?	Turistas
3	¿Sobre qué aspectos?	Antropología culinaria
4	¿Quién o quiénes?	El investigador
5	¿A quiénes se aplicará la investigación?	Vendedores
6	Cuándo	Octubre 2017 – Noviembre 2017
7	Dónde	En el cantón Salcedo
8	¿Cuántas veces?	1 sola
9	¿Qué técnica utilizará para la recolección de datos?	Encuesta, observación directa, entrevista
10	¿Con qué?	Encuesta - Entrevista

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

1. Revisión crítica de la información
2. Ordenamiento y sistematización de la información
3. Tabulación de datos
4. Análisis, verificación y comprobación de la hipótesis
5. Diseño, interpretación y presentación de resultados y conclusiones

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis de la ficha aplicada a los actores involucrados en la actividad comercial de venta de “Helados de Salcedo” del Cantón Salcedo.

4.1.1 Preguntas de la ficha

1.- Según los datos de identificación ¿En qué grupo social se encuentra?

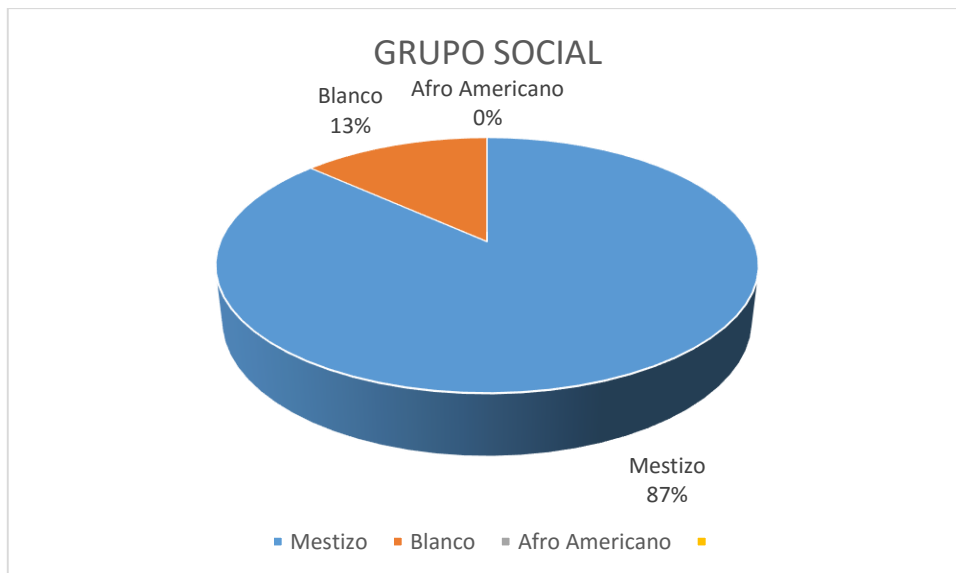
Tabla 5: Tabulación pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mestizo	13	87%
Blanco	2	13%
Afro Americano	0	0%
TOTAL	15	100%

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Gráfico 5: Representación gráfica pregunta 1



Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Análisis

Del 100% de personas encuestadas, el 87% manifestó que se identifican dentro del grupo social como mestizos, el 13% respondió que son blancos, mientras que el 0% nos demuestra que no existen afros americanos.

Interpretación

La mayoría de personas encuestadas nos revelan que son mestizos, aunque solo un pequeño porcentaje dicen ser blancos, sin importar la denominación de cada persona su objetivo es el mismo vender helados de salcedo para promocionar el turismo y porque es una de las principales fuentes de ingresos.

2.- ¿Cuáles son las lenguas que usted puede hablar?

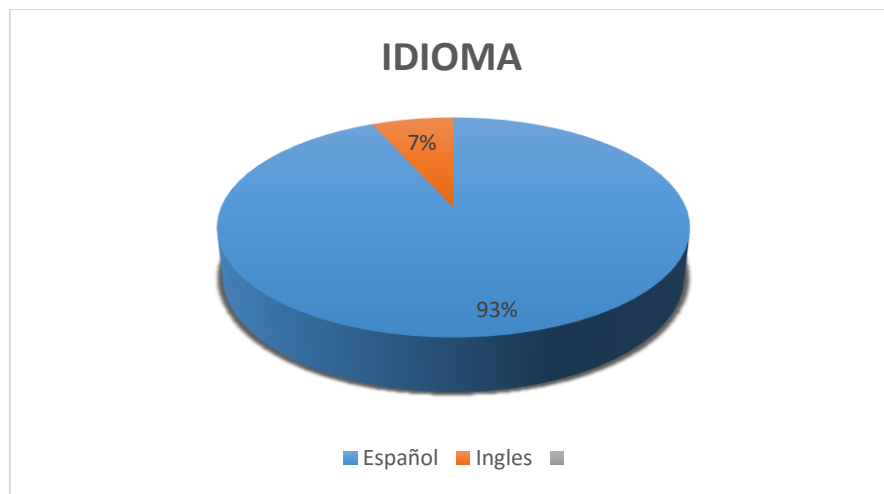
Tabla 6: Tabulación pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Español	14	93%
Ingles	1	7%
TOTAL	15	100%

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Gráfico 6: Representación gráfica pregunta 2



Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Análisis

Del 100% de personas encuestadas, el 93% dominan los dos idiomas, el 7% respondió que solo pueden hablar español.

Interpretación

Podemos notar que el índice de personas que dominan el idioma inglés es muy bajo, podemos tomar en cuenta que dominar el idioma inglés puede ayudar mucho en el desenvolvimiento turístico del Cantón.

3.- ¿Con que frecuencia adquiere helados?

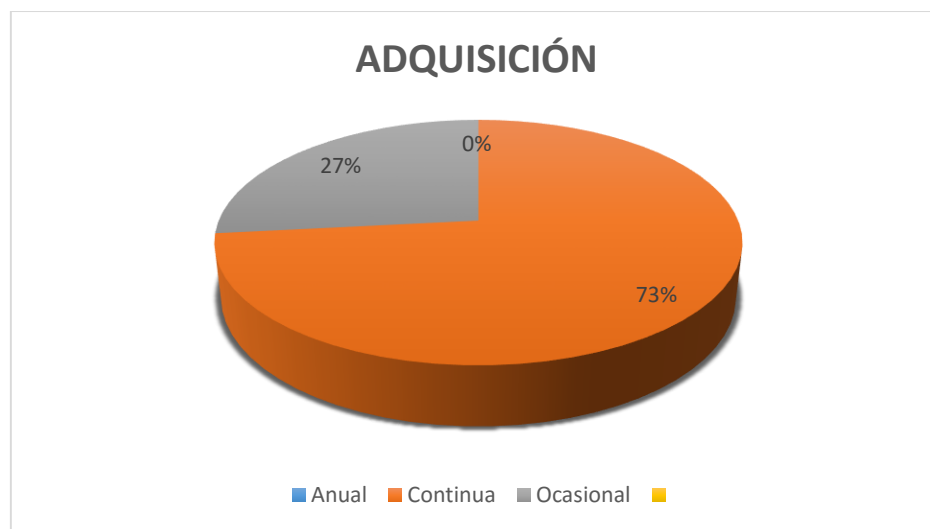
Tabla 7: Tabulación pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anual	0	0%
Continua	11	73%
Ocasional	4	27%
TOTAL	15	100%

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Gráfico 7: Representación gráfica pregunta 3



Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Análisis

Del 100% de personas encuestadas, el 73% adquieren los helados de manera continua, el 27% de manera ocasional, mientras que 0% representa que anualmente nadie los pide.

Interpretación

Podemos observar que a pesar de la falta de promoción turística gastronómica la mayoría de personas sigue adquiriendo los helados de manera continua, porque es un producto que se consume a diario, sin embargo también se aprecia que hay algunos que si les afecto la apertura del paso lateral y por eso lo piden de manera ocasional.

4.- ¿Cuál es el alcance de la venta del helado de salcedo?

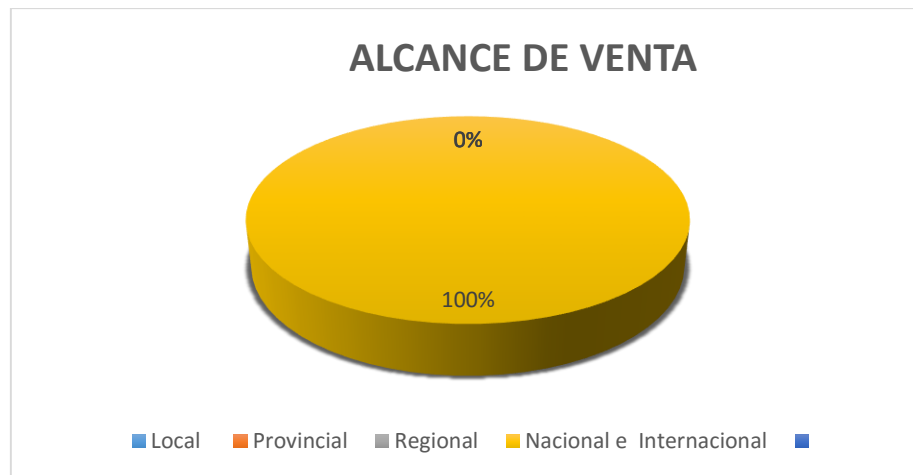
Tabla 8: Tabulación pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local	0	0%
Provincial	0	0%
Regional	0	0%
Nacional e Internacional	15	100%
TOTAL	15	100%

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Gráfico 8: Representación gráfica pregunta 4



Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Análisis

Del 100% de personas encuestadas, el 100% coinciden que los visitantes y consumidores de helados son de alcance nacional e internacional.

Interpretación

Se puede observar como los visitantes que ingresan al Cantón Salcedo son Nacionales e Internacionales, demostrando que la falta de promoción turística es el principal fallo en la venta masiva de los helados.

5.- ¿Cuál es la procedencia en la fabricación del helado?

Tabla 9: Tabulación pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Padres – hijos	14	93%
Maestro – aprendiz	1	7%
Centro de Capacitación	0	0%
TOTAL	15	100%

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Gráfico 9: Representación gráfica pregunta 5



Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Análisis

Del 100% de personas encuestadas, el 93% manifiestan que esta tradición fue heredada de Padres a Hijos, el 7% de manera Maestro Aprendiz, mientras que 0% representa que ninguno aprendió en un centro de capacitación.

Interpretación

Habitualmente este negocio de los helados se convirtió en pequeñas empresas familiares donde cada cual elabora su producto con un modelo estándar que es el helado de sabores, sin embargo la historia del primer helado no fue trascendente provocando un déficit de historia cultural gastronómica. Y en la actualidad ya se podría hablar de un maestro – aprendiz.

6.- ¿Cuál es la sensibilidad que tiene el helado al cambio?

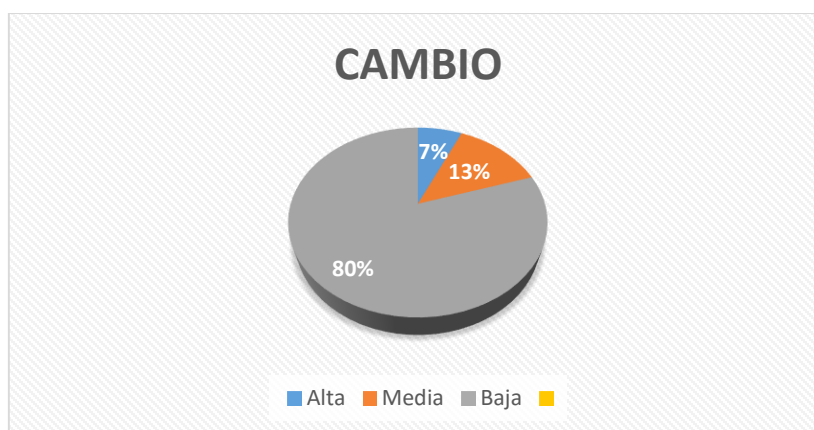
Tabla 10: Tabulación pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alta	1	7%
Media	2	13%
Baja	12	80%
TOTAL	15	100%

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Gráfico 10: Representación gráfica pregunta 6



Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Fuente: Encuesta comerciantes de helados del Cantón Salcedo

Análisis

Del 100% de personas encuestadas, el 80% manifiestan que la sensibilidad al cambio es baja, el 13% dicen que es media, mientras que 7% creen que si es necesario un cambio en el helado por eso consideran la posibilidad alta.

Interpretación

Se demuestra que la mayoría de encuestados piensan que debe tener un cambio el helado, mejor debería tener mayor apoyo por parte de las autoridades en rescatar la antropología culinaria del Cantón, como alternativa de oferta turística. De la misma manera en pequeño porcentaje creen que se puede tomar a consideración un cambio para mejorar las ventas del helado, y tan solo un 7% de encuestados están decididos en que debe cambiar la forma del helado y el marketing que se está aplicando.

4.2 VERIFICACION DE HIPOTESIS

En el presente trabajo de investigación, para la verificación de la hipótesis se utilizara el método estadístico, conocido Friedman

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

Simbología

H_0 : Hipótesis nula

H_1 : Hipótesis alternativa

H_0 : La antropología culinaria **NO** conforma el destino turístico del Cantón Salcedo.

H_1 : La antropología culinaria **SI** conforma el destino turístico del Cantón Salcedo.

4.2.2 Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de significación $\alpha= 0.05$

4.2.3 Descripción de la población

Para la investigación se ha tomado de muestra a un número finito de personas que comercializan el helado de salcedo.

Tabla 11: Descripción de la población

POBLACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Muestra de personas que Venden los helados de salcedo en el Cantón	15	100%
TOTAL	15	100%

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

4.2.4 Especificaciones de lo estadístico

Se expresara un cuadrado de contingencia de 4 filas por 2 columnas con el cual se establece las frecuencias observadas en la investigación.

Tabla 12: Especificaciones de lo estadístico (frecuencias observadas)

PREGUNTAS	FRECUENCIA OBSERVADA		OPCION 3	SUBTOTAL
	CATEGORÍAS			
	OPCIÓN 1	OPCIÓN		
Pregunta 1	13	2	0	15
Pregunta 2	14	1	0	15
Pregunta 5	14	1	0	15
TOTAL	41	4	0	45

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Cuando se han determinado las frecuencias observadas con los resultados obtenidos, Se procede a obtener las frecuencias esperadas.

Tabla 13: Especificaciones de lo estadístico (frecuencias esperadas)

PREGUNTAS	FRECUENCIA ESPERADA		OPCION 3	SUBTOTAL
	CATEGORÍAS			
	OPCIÓN 1	OPCIÓN		
Pregunta 1	10,25	1,3	0	15
Pregunta 2	10,25	1,3	0	15
Pregunta 5	10,25	1,3	0	15
TOTAL	41	4	0	45

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

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 3 columnas.

Tabla 14: Grados de libertad

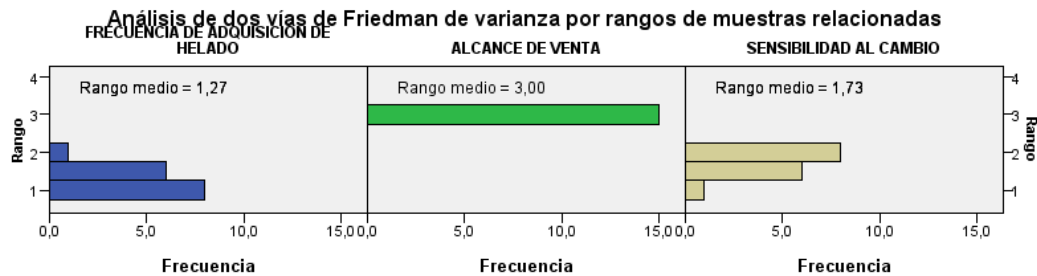
GRADOS DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(4-1)	(2-1)
gl=	3	1
gl=	3*1	
gl=	3	
		$X^2_t = 7,81$

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Por lo tanto, con 3 grados de libertad y a un nivel de significación de 0.05, el valor de $X^2_t = 7,81$; por lo tanto si $X^2_c \leq X^2_t$ se acepta la hipótesis nula (H_0), caso contrario se rechaza y se aceptará la hipótesis alternativa (H_1).

La representación gráfica sería:

Gráfico 11: Representación gráfica de aceptación y rechazo



N total	15
Probar estadística	26,815
Grados de libertad	2
Sig. asintótica (prueba de dos caras)	,000

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

4.2.6 Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

Para el resultado se utiliza la siguiente formula:

$$X^2_t = \frac{12}{nJ(J+1)} (\sum R_j^2) - 3n(J+1)$$

Donde:

x^2 = Estadístico calculado del análisis de varianza por rangos de Friedman

N = Numero de hileras

J = Numero de variables relacionadas

$\sum R_j^2$ = Suma de rangos por columnas al cuadrado

Tabla 15: Recolección de datos

Resumen de prueba de hipótesis				
	Hipótesis nula	Test	Sig.	Decisión
1	Las distribuciones de FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN DE HELADO, ALCANCE DE VENTA and SENSIBILIDAD AL CAMBIO son las mismas.	Análisis de dos vías de Friedman de varianza por rangos de muestras relacionadas	,000	Rechazar la hipótesis nula.

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05.

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Como se puede observar $X^2_C = (524,660)$ es mayor que $X^2_t = 7,81$, por lo tanto se rechaza la nula y se acepta la hipótesis alternativa H_1 : La antropología culinaria SI aporta en el desarrollo de turismo en el cantón Salcedo.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Se concluye que la antropología culinaria representativa que aporta como recurso turístico al cantón Salcedo son: El pinol, Hornado y su principal atracción el deliciosa Helado Salcedo, que sin embargo las personas no tenían claro que es antropología culinaria y cómo influye en el turista.
- Se ha determinado el nivel de influencia de la antropología culinaria mediante fichas técnicas, donde se pudo apreciar que varias personas conocen los procesos de elaboración del helado de Salcedo, sin embargo carecen de conocimiento antropológico del mismo, provocando una pequeña falencia al momento de generar información para los turistas.
- Mediante el análisis de los resultados de la investigación se elaboró la propuesta que permite mitigar los aspectos negativos en el desconocimiento antropológico culinario en el Cantón.

5.2 RECOMENDACIONES

- Capacitar a los comerciantes de los helados de Salcedo al momento de generar información para el turista, tomando en cuenta que se puede implementar un pequeño discurso sobre la antropología culinaria del cantón Salcedo.
- Tomar en cuenta la creación de un museo del helado de Salcedo donde este describe sus orígenes, creencias, y evolución a través del tiempo, esto provocara que los turistas visiten el cantón y se deleiten de información y degustación.
- Para apoyar en el crecimiento del cantón las autoridades deben promocionar de mejor manera su producto gastronómico estrella, como lo es el helado, de esta manera los turistas se verán más interesados en ingresar al cantón y consumir el producto.
- Implementar un nuevo sistema para mejorar la organización en la venta de los helados, y conocimientos de la historia del helado que es muy importante como un complemento de estrategia y rescate cultural del Cantón.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos informativos

6.1.1 Título

Antropología Culinaria (Tradiciones de Salcedo).

Beneficiarios

Artesanos del cantón Salcedo involucrados en la producción de helados.

- **Entidades Ejecutoras**

G.A.D. de Salcedo

Estudiante investigador: Manfred Alexander Tonato Cedeño

Ubicación de la Intervención

Provincia: Cotopaxi

Límites:

Latitud: 45°45'28" N

Longitud: 11°33'58" E

Altitud sobre el nivel del mar: 387 m

Coordenadas de Salcedo en grados decimales

Latitud: 45.7578300°

Longitud: 11.5662100°

Coordenadas de Salcedo en grados y minutos decimales

Latitud: 45°45.4698' N

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

Según la (Ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria , 2010) de acuerdo a su última modificación el 27-12-2017 expide lo siguiente.

Título I

Principios Generales

Art. 2. Carácter y ámbito de aplicación. Las disposiciones de esta Ley son de orden público, interés social y carácter integral e intersectorial. Regularán el ejercicio de los derechos del buen vivir sumak kawsay concernientes a la soberanía alimentaria, en sus múltiples dimensiones. Su ámbito comprende los factores de la producción agroalimentaria; la agro-biodiversidad y semillas; la investigación y diálogo de saberes; la producción, transformación, conservación, almacenamiento, intercambio, comercialización y consumo; así como la sanidad, calidad, inocuidad y nutrición; la participación social; el ordenamiento territorial; la frontera agrícola; los recursos hídricos; el desarrollo rural y agroalimentario; la agroindustria, empleo rural y agrícola; las formas asociativas y comunitarias de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores, las formas de financiamiento; y, aquéllas que defina el régimen de soberanía alimentaria. Las normas y políticas que emanen de esta Ley garantizarán el respeto irrestricto a los derechos de la naturaleza y el manejo de los recursos naturales, en concordancia con los principios de sostenibilidad ambiental y las buenas prácticas de producción.

Art. 3. Deberes del Estado. Para el ejercicio de la soberanía alimentaria, además de las responsabilidades establecidas en el Art. 281 de la Constitución el Estado, deberá:

- a) Fomentar la producción sostenible y sustentable de alimentos, reorientando el modelo de desarrollo agroalimentario, que en el enfoque multisectorial de esta ley hace referencia a los recursos alimentarios provenientes de la agricultura, actividad pecuaria, pesca, acuicultura y de la recolección de productos de medios ecológicos naturales;
- b) Establecer incentivos a la utilización productiva de la tierra, desincentivos para la falta de aprovechamiento o acaparamiento de tierras productivas y otros mecanismos de redistribución de la tierra;
- c) Impulsar, en el marco de la economía social y solidaria, la asociación de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores para su participación en mejores condiciones en el proceso de producción, almacenamiento, transformación, conservación y comercialización de alimentos;
- d) Incentivar el consumo de alimentos sanos, nutritivos de origen agroecológico y orgánico, evitando en lo posible la expansión del monocultivo y la utilización de cultivos agroalimentarios en la producción de biocombustibles, priorizando siempre el consumo alimenticio nacional.

6.3 JUSTIFICACIÓN

La importancia de realizar una investigación con respecto a la antropología culinaria como recurso turístico para el Cantón Salcedo, surge actualmente por el desarrollo del turismo que ha estado vinculado con la gastronomía desde hace mucho tiempo atrás, debido a esto es fundamental mejorar la actividad turística con la debida planificación y control, debido a que existe poco interés en la historia que existe detrás de un producto gastronómico, y para evitar sucesos negativos que influyan en la atención y servicio al cliente, que afecten a la verdadera antropología y producción de un plato típico.

La investigación es muy útil dado que se pretende dar a conocer un suceso de creación y elaboración artesanal, de esta manera se busca la mejora continua de todo lo que involucra, desde acceso a la información hasta el servicio en cada lugar o tienda del

Cantón Salcedo, y el determinar falencias de conocimiento para la mejora continua de los productos.

Así se podrán beneficiar mutuamente los responsables de dar servicio, al comprender la importancia de brindar una información real y llamativa para el turista, cumpliendo con todas las expectativas del mismo, y de la misma manera las personas que deseen utilizar la información o los turistas que deseen compartir con más personas tengan una versión única que ayudara al progreso de la gastronomía y el Cantón.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

- Elaborar una revista guía especializada para impulsar la difusión de la antropología culinaria de Salcedo.

6.4.2 Objetivo Especifico

- Identificar la situación actual del turismo gastronómico de Salcedo
- Contextualizar brevemente la historia de gastronomía en Salcedo
- Diseñar una revista que permita nuevos conocimientos en el ámbito gastronómico.

**DISEÑO Y UNA
REVISTA CULINARIA
SOBRE
ANTROPOLOGÍA DE
TRADICIONES DE
SALCEDO**

CAPÍTULO I

Breve reseña de la Revista

Uno de los medios de comunicación más exitosos de todos los tiempos es sin lugar a dudas, la revista. Su éxito se debe, entre otros factores, al abundante uso de imágenes, con las cuales logra crear un mensaje que, junto a las artes gráficas y a la relativa exhaustividad con que se abordan por lo general los temas presentados, suele despertar gran interés en sus lectores.

La revista es un medio eminentemente icónico. Su discurso visual es más que fotográfico: es casi televisivo, cinematográfico. Actualmente no se concibe en ella un trabajo periodístico sin un soporte visual, que en lugar de acompañar al texto le agregue valor, que sea elocuente, atractivo y aporte información.

Su formato suele estar entre el cuaderno y el libro, aunque a veces experimenta modificaciones en el sentido de lectura (variaciones en la diagramación), en la orientación de sus páginas (horizontal versus vertical) y otros aspectos de su estructura.

Por lo general, estas publicaciones son especializadas; es decir, presentan un tema único o un gran tema central desarrollado a lo largo de sus páginas. Este hecho define inmediatamente el target al cual se dirigen, en este caso se dirige al aficionado a la gastronomía y antropología culinaria. Necesita ser atractiva, más que ningún otro medio impreso.

Clasificación de las revistas

Al ser medios tan cambiantes, tan distintos y con funciones tan específicas, se consideró necesario hacer una clasificación de las revistas. Enrique Castejón asegura que: debido a su amplio desarrollo y versatilidad, la revista se divide los tipos de revistas en seis grupos:

1. Por su temática:

- a. Información general
- b. Especializadas - Políticas - Femeninas - Culturales - Deportivas - Espectáculos o Farándula - Científicas - Sucesos - Literarias - Hípicas

2. Por su periodicidad:

- a. Semanales
- b. Quincenales
- c. Mensuales d. Bimestrales, etc.

3. Por su orientación:

- a. Periodísticas, cuya prioridad es informar
- b. Comerciales, orientadas a las ventas
- c. Institucionales, ofrecen información corporativa dentro de una empresa
- d. Gremiales, dirigidas a comunidades laborales que compartan intereses

4. Por su circulación:

- a. Internacionales
- b. Nacionales
- c. Regionales
- d. Locales

5. Por su tendencia en el contenido:

- a. Informativas
- b. Interpretativas
- c. De Opinión
- d. Técnicas

e. De Orientación

6. Por su presentación:

a. Gráficas o ilustradas

b. De textos o no ilustradas

Al ser medios integrales, las revistas pueden utilizar casi cualquier género periodístico para tratar sus temas. Pueden incluir entrevistas, reportajes informativos e interpretativos, reseñas, artículos de opinión, caricaturas, entre otros.

CAPÍTULO II

Diseño de Imagen Revista

1. Elementos de la Unidad Informativa

El concepto de unidad informativa es desarrollado por Orozco White, J.(2003) pág. 144 para referirse a las informaciones que se encuentran en las páginas de los periódicos y demás publicaciones impresas. El autor enumera los elementos que conforman estas unidades informativas, descritos a continuación:

- Títulos
- Leyendas
- Texto / Intertítulo
- Ilustraciones - Créditos

Título

Titular es un trabajo complejo, que requiere una gran capacidad para comprimir la información, en el diseño de revistas un titular es un elemento de gran impacto visual, porque puede complementar la estética de una página si es utilizado como elemento decorativo.

Puede realizar un aporte importante a nivel informativo y al mismo tiempo, a nivel gráfico.

En el caso de las revistas, generalmente los titulares van acompañados de antetítulo, subtítulo o sumario, además de una fotografía referente al tema.

Es recomendable emplear un tamaño de letra superior a los 36 puntos y hacer uso del color y la tipografía para resaltar los títulos, pues estos establecen el primer puente entre el lector y el texto.

Sumario

La palabra sumario puede aplicarse a dos conceptos distintos: en la noticia, un sumario es una breve introducción al texto, que suele abarcar unas 5 o 6 líneas en las que se explica qué encontrará el lector en el texto que tiene ante sus ojos.

Textos

En el diseño de revistas es importante el manejo correcto de la diagramación de los textos, puesto que de ella depende la permanencia del lector en las páginas. Es recomendable utilizar retículas de 2 o más columnas, que faciliten la lectura por reducir la longitud de las líneas.

En este punto, la tipografía juega un papel determinante, puesto que debe ser suficientemente legible para no perturbar el recorrido de la lectura de la revista.

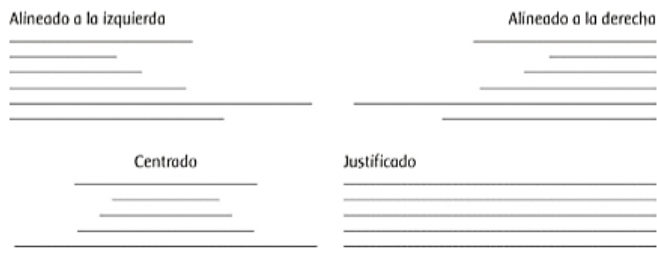
Leyendas

Suelen ser textos explicativos muy breves que acompañan una fotografía, gráfico o ilustración. Deben trabajarse con precaución para evitar las redundancias y frases explicativas innecesarias.

Alineación

Es un factor de gran importancia dentro de la diagramación de los contenidos. La alineación se realiza de acuerdo a la ubicación y distribución del texto dentro de la página, y puede ser de cuatro maneras distintas, de acuerdo al tipo de texto y a la intención gráfica del diseñador:

Gráfico 12: Alineación



CAPÍTULO III

Elementos de Diseño Gráfico

Psicología del color:

La percepción de los colores y el estímulo que nuestro organismo produce al captar cada uno de ellos nos hace comprender la importancia y el significado que podemos encontrar al simple hecho de visualizar una imagen, un objeto o nuestro reflejo en la luz.

El color es capaz de estimular o deprimir, puede crear alegría o tristeza. Así mismo, determinados colores despiertan actitudes activas o por el contrario pasivas. Con colores se favorecen sensaciones térmicas de frío o de calor, y también podemos tener impresiones de orden o desorden (ESCOLA D'ART Y SUPERIOR DE DISSENY DE VIC, 2011).

Uso del color

El uso que se hace del color es determinante para lograr una excelente primera impresión en el lector, para luego establecer un vínculo entre él y la publicación.

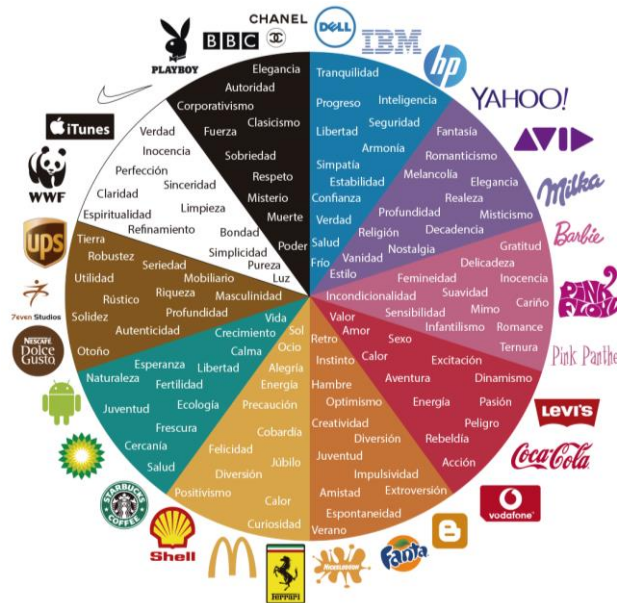
Para lograrlo, los diseñadores apelan a la psicología de los colores, que puede variar de acuerdo a las características del entorno en que se encuentre. A continuación se describirá qué simboliza cada color según Jan White:

- **Rojo:** sensualidad, pasión, violencia, terror, calidez, revolución, peligro, actividad, agresividad, amor, vigor, impulso, crudeza, advertencia.
- **Rosa:** carnalidad, sensualidad, feminidad.
- **Naranja:** calidez, otoño, amabilidad, informalidad, madurez, sabiduría.

- **Amarillo:** energía, brillantez, optimismo, alegría, sol, actividad, estimulación, vistosidad, intelectualidad, imaginación, idealismo, cobardía, precaución.
- **Verde:** naturalidad, fertilidad, relajación, calma, frescura, prosperidad, juventud, abundancia, salud, envidia, decadencia, enfermedad, acción.
- **Azul:** serenidad, calma, lealtad, claridad, frescura, paz, tranquilidad, excelencia, justicia, agua, higiene, distancia, conservacionista, deliberado, espiritual, relajación, honestidad.
- **Azul oscuro:** romanticismo, luz de luna, desalentadora, tempestuosa.
- **Marrón:** tierra, madurez, cosecha, obstinación, confiabilidad, conciencia, parsimonia,
- **Blanco:** frescura, pureza, verdad, inocencia, limpieza, honestidad, sencillez.
- **Gris:** neutralidad, seguridad, estabilidad, madurez, éxito, afluencia, reserva, discreción, invierno, antigüedad.
- **Negro:** autoritarismo, respeto, poder, fuerza, presente, practicidad, solemnidad, oscuridad, morbilidad.

A pesar de que estos significados son universales, la apreciación que cada persona tiene sobre ello es distinta, pues depende de cómo percibe cada quien los colores, según su sistema ocular y su actividad cerebral.

Gráfico 13: Psicología del color



Fuente: <http://www.eartvic.net/~mbaurierc/materials/20%20Selectivitat/Psicologia%20del%20color.pdf>

Fotografías e ilustraciones

En la actualidad es prácticamente impensable una publicación periodística que no esté acompañada de fotografías. Se han convertido en un elemento imprescindible para la información y sobre todo, para el diseño gráfico.

Las imágenes son efectivas porque establecen una comunicación inmediata o una idea o instrucción, información detallada o una sensación que el lector puede comprender inmediatamente. White describe tres tipos de fotografías e ilustraciones:

- Fotos emotivas: son las fotografías o ilustraciones conceptuales conmovedoras. Su propósito es sobresaltar, intrigar, seducir y así ganarse a los consumidores de manera que todo fluya.
- Confidenciales: son documentales, basadas en hechos, realistas. Manéjalas con veracidad para conserven la credibilidad.

- Fotos casuales o de relleno: son las imágenes mediocres con las que todos tenemos que cargar. Podrían ser las más disponibles, pero no son valiosas ni representativas. Hazlas de menor tamaño.

En este sentido es importante determinar el tipo de fotografía a utilizar para darle el tamaño y la ubicación adecuados, de acuerdo al impacto que se quiera causar en la lectoría.

Tipografía

La tipografía debe utilizarse consistentemente, puesto que se convierte en una importante característica visual dentro del diseño de la publicación. Ruari McLean, en su *Manual of Typography*, afirma que "... aunque pocos lectores se dan cuenta, la tipografía es el esqueleto sobre el que reposa la carne de la maquetación y, visualmente, quizás sea un aspecto más importante que la combinación de portadas, las ilustraciones o la compaginación".

Entonces, la tipografía es un elemento determinante para alcanzar un buen posicionamiento de una publicación, puesto que no sólo aporta a la estética de las páginas, sino que puede atrapar la atención del lector, muchas veces sin que éste note qué es lo que tanto le atrae.

El diseñador de la publicación debe escoger una tipografía legible en armónica relación con el contenido del texto. Para ello, tiene a su disposición una extensa gama de familias tipográficas; es decir, un conjunto de tipos agrupados por tener características similares. por ejemplo:

Arial Arial Black Arial Narrow Arial Unicode MS Arial Rounded

Todas estas fuentes forman parte de la misma familia porque están basadas en un mismo modelo, pero cada una es diferente de las demás, bien sea por el ancho de su asta, por el espacio entre cada carácter o por su grado de inclinación.

Clasificación de la tipografía

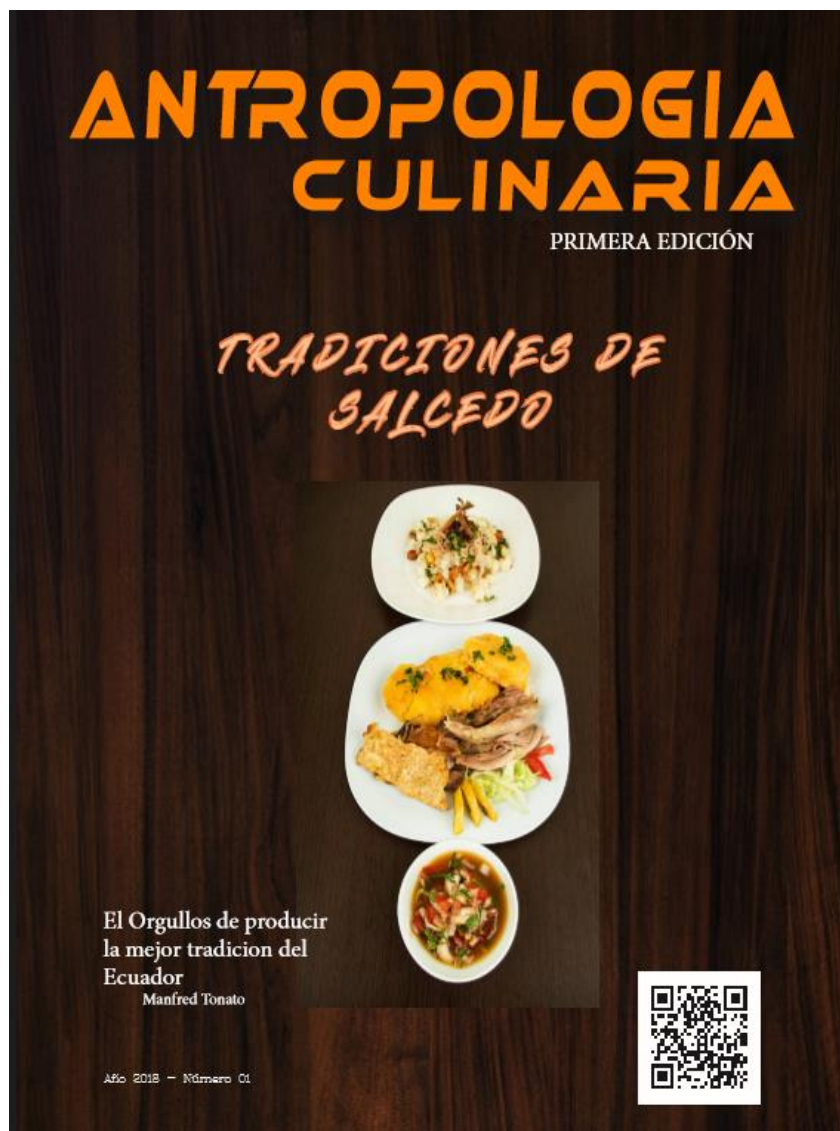
La tipografía ha sido dividida en grupos por diversos autores, separándola, entre otras cosas, por épocas, formas y usos. Desde la aparición de la imprenta y la modernización de los procesos de impresión se han creado miles de nuevos tipos. Una clasificación mucho más detallada, es la que realizó Maximilien Vox, famoso tipógrafo francés, en 1954. Vox dividió las familias en:

- Humanas
- Garaldas
- Reales
- Didonas
- Mecanos
- Lineales
- Incisas
- Scriptas
- Manuales

Por lo tanto la revista ha tomado en cuenta los colores, tipografía y esquema acorde a una revista culinaria y sobre los aspectos relacionados a los helados de Salcedo tomando el siguiente esquema de desarrollo.

CAPÍTULO IV

Esquema teórico de la revista Antropológica sobre Tradiciones de Salcedo



Entidades ejecutoras:

Universidad Técnica de Ambato

Turismo y Hotelería

Cantón Salcedo

Edición y diseño: David P.

Autor: Manfred Tonato

Tutor: Francisco Torres

Leyenda**Origen y tradición Helados de Salcedo**

Los helados de Salcedo son elaborados con productos naturales frutas y lácteos, no contienen productos químicos.

Gráfico 14: Monumento del Helado

**Textos e Ilustraciones**

¿El helado de salcedo producto patrimonial?

El helado de Salcedo es reconocido a nivel nacional e internacional, por su exclusiva fórmula que le hace exquisito y nutritivo, ideal para turistas, por lo cual mediante la ficha técnica del INPC cumple los parámetros para convertirse en un Patrimonio Cultural Inmaterial.

Producto de exportación

La imagen nos muestra el típico helado de Salcedo con sus cuatro sabores, crema, mora, naranjilla y taxo con mermelada al centro, su distribución y venta de los deliciosos helados a nivel local, nacional y futuro internacional.

Icono gastronómico en riesgo

La construcción de un paso lateral, que une directamente Latacunga con Ambato impide que los viajeros crucen por Salcedo y no puedan adquirir esta golosina así como a otros productos típicos de la zona.

Gráfico 15: Logo del helado de salcedo



Gráfico 16: Proceso del helado



Peculiar preparación

La preparación se inicia con la selección de las frutas, el lavado del producto y la extracción del zumo. El líquido se lo congela y al tercer día comienza la elaboración del helado. Dos

trabajadores se encargan de ubicar en los envases de plástico un poco del jugo de cada fruta y esperar que se congele. Luego de dos horas se vierte el siguiente jugo. “Los helados son guardados en tres neveras para luego venderlos a todos los visitantes que vienen del país”, indica Jijón, contenido publicado originalmente por Diario EL COMERCIO.

Gráfico 17: Helados de Salcedo



Más de 60 años de historia

Hace 65 años, los helados de Salcedo no han dejado de comprarse un solo día. Los viajeros iban por esta golosina de naranjilla, coco, taxo, mora, mango y otras frutas. Contenido publicado originalmente por Diario EL COMERCIO.

Origen de los helados de Salcedo

Este manjar de varios sabores es una creación de las madres franciscanas en 1950, quienes se inventaron esa forma de poner capas de pulpa de fruta, una sobre otra, en un recipiente cuadrado.

Gráfico 18: Helado



Sabor que trasciende

Jaime Jijón Franco es el propietario del local “helados salcedo” ubicado en la Calle 24 de Mayo 848 y García Moreno.

Se dedica al negocio de elaborar helado artesanal generación tras generación.

Jijón Franco fue la encargada de comercializarlos entre los vecinos y luego a los viajeros desde 1955, actualmente su negocio es el único que conserva la manera tradición de elaboración de los famosos helados de salcedo.

A su local llega gente de todo lugar, costa, sierra y oriente incluyendo clientes del extranjero, principalmente, Orlando, Miami y New york.



Gráfico 19: Local de helados



“EL QUE PRUEBA UNO QUIERE OTRO”.

La famosa frase de Jaime Jijón del que prueba uno quiere otro es que el conoce lo que hace especial a este producto que no se utiliza manteca ni productos artificiales, todo es 100% natural. El helado a sus inicios tenía el valor de 1 sucre, actualmente su valor es de 0,60 ctvs. por cada uno.

CAPÍTULO V

Diseño Real de la Revista Antropológica Culinaria



MÁS DE 60 AÑOS DE HISTORIA

Hace 65 años, los helados de Salcedo no han dejado de comprarse un solo día. Los viajeros iban por esta golosina de naranjilla, coco, taxo, mora, mango y otras frutas. Contenido publicado originalmente por Diario EL COMERCIO



ORIGEN DE LOS HELADOS DE SALCEDO

Este manjar de varios sabores es una creación de las madres franciscanas en 1950, quienes se inventaron esa forma de poner capas de pulpa de fruta, una sobre otra, en un recipiente cuadrado.



"EL QUE PRUEBA UNO QUIERE OTRO".

La famosa frase de Jaime Ijón del que prueba uno quiere otro es que el conoce lo que hace especial a este producto que no se utiliza manteca ni productos artificiales, todo es 100% natural. El helado a sus inicios tenía el valor de 1 sucre, actualmente su valor es de 0,60 ctvs. por cada uno.


SABOR QUE TRASCIENDE

Jaime Ijón Franco es el propietario del local "helados salcedo" ubicado en la Calle 24 de Mayo 848 y García Moreno. Se dedica al negocio de elaborar helado artesanal generación tras generación.

Ijón Franco fue encargado de comercializarlos entre los vecinos y luego a los viajeros desde 1955, actualmente su negocio es el único que conserva la manera tradición de elaboración de los famosos helados de salcedo. A su local llega gente de todo lugar, costa, sierra y oriente incluyendo clientes del extranjero, principalmente, Orlando, Miami y New York.





¿UNA CARTA DE PRESENTACIÓN?



Los helados de salcedo son una carta de presentación de este cantón ubicado en la provincia de Cotopaxi, dicho helado posee porcentajes específicos de cada uno de los sabores.

El proceso de la elaboración del helado de Salcedo según Jaime Ijón se elabora en 3 días: los cuales son tres procesos por los cuales obtiene un producto final de calidad estos son: lavado, extracción, congelado.



EL PINOL UN PRODUCTO ANCESTRAL



El Pinole, en su versión ecuatoriana, el pinol, fue creado en 1950 por Rafael Emilio Madrid, un emprendedor de la Provincia de Cotopaxi que, al buscar nuevos usos a la máchica, la combinó con panela y especias dulces.

UN CONTENIDO ENERGÉTICO

Esta mezcla, por su contenido energético fue un alimento muy rico para los viajeros y quienes trabajaban en el campo. Actualmente el Cantón Salcedo conserva esta tradición, se sigue produciendo el pinol, se desarrollaron otras recetas similares llegando a ser una preparación muy característica del Cantón Salcedo.



REFRIGERIO, POSTRE O BEBIDA

El pinol es considerado tanto un refrigerio para los trabajadores que en su descanso lo consumen por su valor energético así también es un postre para los que lo consumen directamente de la mollienda con trocitos de panela o una bebida ya que es considerado un ingrediente en bebidas.




Es un producto arenoso de color café derivado de la cebada o el maíz, convertidos en harina de máchica. De sabor dulce por su mezcla con panela y otras especias que se utiliza para batidos, combinado con agua, hecho en colada o para comerlo directamente.





UN EMPRENDIMIENTO QUE PERDURA

La empresa de emprendimiento fue fundada por el señor Rafael Emilio Madrid al observar que las personas de la época ingerían pequeños trocitos de panela para mitigar el cansancio producido por las actividades agrícolas diarias y largas caminatas, es así que le nace la gran idea como actividad económica y artesanal triturar la panela para luego de ello mezclarla con la machica y con ello adquirir un mejor sabor y olor logrando conseguir una mezcla deliciosa y nutritiva a la que le bautizó con el nombre de RICO PINOL, mismo que en la actualidad es consumido por las personas de todo el mundo por su alto valor nutritivo y que solo se produce en este rincón ecuatoriano.

FORMA DE PREPARACIÓN Y PROPIEDADES



El pinol posee varias propiedades debido a los nutrientes que posee por lo que es un producto muy alimenticio para niños y adultos por sus ingredientes.

Para preparar el pinol, se tritura la panela hasta que esté molida. Se mezcla con la machica y se le añade las especias, es decir panela y otras especias así como otros ingredientes al gusto de cada consumidor.



HISTORIA DE MUJERES SALCEDENCES

Hace aproximadamente 52 años mujeres salcedenses fueron las iniciadoras de este plato típico que hoy es una tradición, en el año 1977 fueron condecoradas por el Concejo como las innovadoras de esta costumbre y tradición. El día más apropiado para la venta es el domingo ya que vienen turistas de Latacunga, Ambato, Quito a deleitarse de este exquisito plato.



EL HORNADO SALBOR Y TRADICIÓN

El chanco debe ser joven y luego del correspondiente adobo, ingresa al horno de leña en un gran charol de lata. Va acompañado de tortillas de papas, queso, cebolla picada y manteca de color.



BIBLIOGRAFÍA

- Meléndez Torres, J. M., & Cañez De la Fuente, G. M. (2014). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. *Estudios sociales*, 17, 181-204. Recuperado el 17 de 10 de 2017, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300008
- Arias Acosta, M. J. (05 de Mayo de 2015). Recuperado el 05 de Junio de 2017, de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/9398>
- Armenta, U. (03 de Octubre de 2013). *Antropología culinaria*. Obtenido de https://prezi.com/8oodbf_6hcw7/antropologia-culinaria/
- Auge, M. (2012). LOS «NO LUGARES». En M. Auge, *Una antropología de la sobremodernidad* (pág. 125). Barcelona: Editorial Gedisa, S.A. Obtenido de <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/auge-m-1992-los-no-lugares-una-antropologia-de-la-sobremodernidad.pdf>
- Bardaro, M. (2010). *Introduccion a una filosofia de lo cotidiano*. Madrid: Rialph. Recuperado el 24 de 10 de 2017, de <http://marthabardaro.com/libros/%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20antropolog%C3%ADa%20filos%C3%B3fica%20-Introducci%C3%B3n%20a%20una%20F.%20de%20lo%20cotidiano-.pdf>
- Bertran Vilá, M. (Abril-Junio de 2010). Acercamiento antropológico de la alimentación y salud en México. *Physis -Revista de Saúde Coletiva*, 20(2), 387-411. Recuperado el 17 de 10 de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=400838227004>
- Blasco Bachs Bancellys y Vives. (24 de 12 de 2006). *virtual utpc*. Recuperado el 27 de 10 de 2017, de [virtual utpc: file:///C:/Users/USER/Documents/Downloads/1157-1140-1-PB.pdf](http://virtual.utpc:file:///C:/Users/USER/Documents/Downloads/1157-1140-1-PB.pdf)
- Carrasco Henríquez, N. (2012). Desarrollos de la antropología de la alimentación en América Latina: hacia el estudio de los problemas. *Estudios Sociales*, 16(30), 80-101. Recuperado el 17 de 10 de 2017, de <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=41703003>
- Carrera, E. (04 de Junio de 2012). *Ecuador Culinario*. Obtenido de <http://www.udla.edu.ec/2012/06/04/ecuador-culinario/>
- Carrion, B. (2012). Antropología Ecuatoriana. En B. Carrion, *Atropolgia culinaria* (Vol. 3, pág. 167). Quito, Ecuador: Archivo de consejo. Obtenido de

<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/10954/2/CCE-AE-N4-5-1987.pdf>

Cassirer, E. (16 de 09 de 2011). *FortiGuard*. Recuperado el 24 de 10 de 2017, de Web Filtering:

http://www.academia.edu/8319574/ANTROPOLOG%C3%8DA_FILOS%C3%93FICA_Ernst_Cassirer

Eagleton, T. (15 de febrero de 2011). *Catarina*. Recuperado el 11 de octubre de 2017, de [udlap](http://www.udlap.mx):

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/dominguez_g_jl/capitulo_1.pdf

ESCOLA D'ART Y SUPERIOR DE DISSENY DE VIC. (26 de Mayo de 2011). www.eartvic.net. Obtenido de Psicología del color: <http://www.eartvic.net/~mbaurierc/materials/20%20Selectivitat/Psicologia%20del%20color.pdf>

Fernandez, J. H. (22 de 08 de 2012). *FortiGuard*. Recuperado el 24 de 10 de 2017, de Web Filtering: http://www.academia.edu/1756568/PRESENTACI%C3%93N-Antropolog%C3%ADa_Biol%C3%B3gica_Campos_y_Precursores._SPANISH_2012

Gonzales & Rolando, L. M. (2016). *Introduccion a la antropologia Biologica*. Barcelona: Madrigal. Recuperado el 24 de 10 de 2017, de http://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=islac_alab_antropologia

Gonzalo, R. (23 de 12 de 2013). *Temas monograficos*. Recuperado el 27 de 10 de 2017, de [Temas monograficos](http://digital.csic.es/bitstream/10261/23780/1/TEMASMONOGRAFICOS15.pdf): <http://digital.csic.es/bitstream/10261/23780/1/TEMASMONOGRAFICOS15.pdf>

HARRIS, M. (14 de febrero de 2012). *wikispaces*. (a. editorial, Ed.) Recuperado el 24 de 10 de 2017, de [wispaces](https://criminalistica-odg.wikispaces.com/file/view/ANTROPOLOGIA+FORENSE.pdf): <https://criminalistica-odg.wikispaces.com/file/view/ANTROPOLOGIA+FORENSE.pdf>

Kelly, V. (23 de 12 de 1987). *FUNLIBRE*. Recuperado el 08 de 11 de 2017, de [FUNLIBRE](http://www.redcreacion.org/relareti/documentos/esparcimiento.html): <http://www.redcreacion.org/relareti/documentos/esparcimiento.html>



Kuper, A. (2012). Cultura. En A. Kuper, *La versión de los antropólogos* (pág. 289). Buenos Aires: Paidós, SAICE. Recuperado el 11 de OCTUBRE de 2017, de https://tristesantropicos.files.wordpress.com/2013/05/kuper_-_cultura.pdf

- Ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria . (27 de 12 de 2010). Recuperado el 05 de Junio de 2017, de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec046es.pdf>
- López Guzmán, T., & Sánchez Cañizares, S. M. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 575-584. Recuperado el 05 de Junio de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88124507012>
- Luna, R. B. (15 de febrero de 2013). Publicación digital de Historia y Ciencias Sociales. *Revista de Claseshistoria*, 24. Recuperado el 11 de octubre de 2017, de <file:///C:/Users/USER/Documents/Downloads/Dialnet-ElConceptoDeLaCultura-5173324.pdf>
- OMT. (14 de 05 de 2015). *Recursos Turisticcos*. Recuperado el 08 de 11 de 2017, de Recursos Turisticos: <http://www.entornoturistico.com.ec.edu/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- Pierre, D. (12 de 09 de 2015). *SCRIBD*. Recuperado el 08 de 11 de 2017, de SCRIBD: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/Pierre_Defert.pdf
- Pineda, J. A. (22 de abril de 2012). *Kanobosur*. Recuperado el 22 de 04 de 2012, de Kanobosur: <http://www.kanobosur.com/2012/04/antropologia-culinaria.html>
- Tamara, V. (13 de abril de 2010). *Repositorio de la ESPOCH*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2318/1/84T00068.pdf>
- Torres Esteve y Martin. (14 de 09 de 2006). *Virtual utpc*. Obtenido de Virtual utpc: <file:///C:/Users/USER/Documents/Downloads/1157-1140-1-PB.pdf>
- Trigo, A. P. (07 de 04 de 2012). *Consumer*. Recuperado el 27 de 10 de 2017, de Consumer: http://www.consumer.es/web/es/viajes/ideas_y_consejos/2012/04/07/208626.php
- Tylor, E. B. (2 de 10 de 2011). *LICEUS*. Recuperado el 11 de OCTUBRE de 2017, de LICEUS: <http://www.liceus.com/cgi-bin/aco/ant/01001.asp>
- Universidad San Francisco de Quito. (23 de 08 de 2014). *Portal educativo*. Recuperado el 08 de 11 de 2017, de Portal educativo: https://www.usfq.edu.ec/programas_academicos_en_curso/colegios/cociba/quitoambiente/temas_ambientales/recursos_naturales/Paginas/default.aspx

Vayreda, E. P. (2007). La antropología de la alimentación. En E. P. Vayreda, & I. B. Rambla del Pobleno (Ed.), *La antropología de la alimentación* (diciembre de 2007 ed., pág. 97). Barcelona: UOC.

ANEXOS

ANEXO 1: Formato de la ficha para la investigación de campo

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC <small>Instituto Nacional de Patrimonio Cultural</small>		INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		CÓDIGO IM-04-05-54-004-10-000002
1. DATOS DE COLOCACIÓN						
Provincia:		Cantón:				
Parroquia:		Urbana		Rural		
Localidad:						
Coordenadas						
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL						
Descripción de la fotografía:						
Código fotográfico:						
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Denominación			Otra (s) denominación (es)			
			D1			
			D2			
Grupo Social			Lengua (s)			
			L1			
			L2			
Sub ámbito			Detalle del sub ámbito			

Breve reseña						
4. DESCRIPCIÓN						
Fecha o período	Detalle de la periodicidad					
Anual						
Continua						
Ocasional						
Otro						
Alcance	Detalle del alcance					
Local						
Provincial						
Regional						
Nacional						
Internacional						
5. PORTADORES / SOPORTES						
Tipo	Nombre	Edad/tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad	
Individuos						
Colectividades						
Instituciones						
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia				
Padres - hijos						
Maestro - aprendiz						
Centro de Capacitación						
Otro						
6. VALORACIÓN						
Importancia para la comunidad						

Sensibilidad al cambio				
Alta				
Media				
Baja				
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
8. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audios	
9. OBSERVACIONES				
10. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora:				
Inventariado por:		Fecha de inventario:		
Revisado por:		Fecha de revisión:		
Aprobado por:		Fecha de aprobación:		
Registro fotográfico:				

ANEXO 2 FOTOS

Tabla 16: Fotos de muestra

FOTO HELADERIA VANNESA	FOTO ENTREVISTA
	
FOTO HELADERIA	FOTO ENTREVISTA 6
	

Elaborado por: TONATO, Manfred (2017)

Antropología Culinaria Como Recurso Turístico En El Cantón Salcedo

Culinary Anthropology As Tourist Resource In Canton Salcedo

*Manfred Alexander Tonato Cedeño
Lic.Mg. Camilo Francisco Torres Oñate*

manfredtonato@gmail.com

ARTÍCULO ACADÉMICO

Resumen

Surge actualmente el desarrollo turístico gastronómico en Ecuador y es una potencia turística en los últimos años, es por ello que actividad turística con la debida planificación y control se desarrollara en varios años, sin embargo existe poco interés en la historia detrás de un producto gastronómico, y para evitar sucesos negativos que influyan en la atención y servicio al cliente, que afecten a la verdadera antropología y producción de un plato típico.

El presente artículo pretende dar a conocer un suceso de creación y elaboración artesanal, de esta manera se busca la mejora continua de todo lo que involucra, desde acceso a la información hasta el servicio en cada lugar o tienda del Cantón Salcedo, y el determinar falencias de conocimiento para la mejora continua de los productos, de esta manera comprender la importancia de brindar una información real y llamativa para el turista, cumpliendo con todas las expectativas del mismo, y de la misma manera las personas que deseen utilizar la información con nuevos turistas.

El artículo contó con el apoyo de autoridades, emprendedores y artesanos de la rama de la gastronomía, además los platos típicos cuentan con años de elaboración y

degustación al público, necesarios para cumplir el estudio y de esta manera contribuir al desarrollo del turismo, mediante experiencias enriquecedoras de conocimiento, cultura e historia, por ello fortalecerá la experiencia de consumo de un plato típico, considerando a la antropología culinaria como aporte necesario para el mejoramiento de información y leyendas gastronómicas.

Palabras Claves: Antropología alimenticia, gastronomía, Turismo gastronómico

Abstract

The gastronomic tourism development in Ecuador is currently being developed and is a tourist power in recent years, that is why the tourist activity with due planning and control is developed over several years, however there is a little interest in the history of a product gastronomic, and to avoid negative events that influence the attention and customer service, that affect the true anthropology and production of a typical dish.

The present article pretends to present an event of creation and craftsmanship, in this way seeks the continuous improvement of everything that involves, from the access to the information to the service in each place or the store of the Salcedo Canton, and the determination the knowledge shortcomings for the continuous improvement of the products, in this way to understand the importance of providing a real and striking information for the tourist, to fulfill all the expectations of the same, and in the same way the people who wish to use the information with new tourists

The article counted on the support of the authorities, entrepreneurs and artisans of the gastronomy branch, besides the typical dishes, it has years of preparation and tasting to the public, it is necessary to comply with the study and in this way it contributes to the development of tourism, through the enriching experiences of knowledge, culture and history, for example, the experience of consumption of a typical dish, considering

the culinary anthropology as a necessary contribution to the improvement of information and gastronomic legends.

Keywords: Food anthropology, gastronomy, gastronomic tourism

Introducción

La antropología trata de aspectos biológicos, sociales y humanos y dentro de estos aspectos esta su alimentación y cultura alimentaria (Boza, 2015, pág. 1), por lo tanto la antropología aborda todos los aspectos que la alimentación a causado en el ser humano a lo largo de a historia.

De acuerdo con la Dra. Aguirre, la antropología habla sobre la posibilidad que impone al ser humano en una condición de omnívoro, es lo que hace al ser humano único mediante la diversidad de productos que forman para de cada individuo de acuerdo a lo que decida cada uno, tanto acerca de lo que comemos y el lugar importante que ocupa la alimentación en el ser humano y define quienes somos, por lo tanto la historia de la alimentación es un principio básico para conocer sobre la identidad de un grupo de individuos y por ende la cultura de una nación, la gastronomía mueve masas de personas yy crea grandes flujos turísticos debido a que como seres humanos estamos inmersos en un mundo en el cual la amplia variedad de historia alimenticia y cultura gastronómica crece aceleradamente y permite al ser humano conoce nuevos alimentos con historia de cada lugar no solo por el hecho de comer un alimento sino por lo que el mismo representa para el lugar, pueblo o nación del cual se está degustado.

Por lo tanto la cultura también proporciona normas o estancia sobre los alimentos, según el tipo de sociedad y muchas de las veces leyes que se crean debido a que no todo lo que es legalmente consumible en un país lo será en otro, es por esto que la antropología culinaria toma los aspectos íntimos de los alimentos, es decir no verlo como un platillo simple sino la historia y la parte social que lleva cada alimento, por lo tanto la antropología culinaria dentro de Salcedo permite ahondar en temas históricos y lo que el producto representa en este caso el helado de Salcedo es reconocido a nivel

nacional e internacional, por su exclusiva fórmula que le hace exquisito para su paladar y nutritivo para su organismo, ideal para eventos y toda ocasión, son elaborados con productos naturales frutas y lácteos no contienen productos químicos.

La imagen nos muestra el típico helado de Salcedo con sus cuatro sabores, crema, mora, naranjilla y taxo con mermelada al centro, su distribución y venta de los deliciosos helados de Salcedo para todo el Ecuador, por lo tanto para el artículo se utilizó la metodología de encuesta mediante una ficha de patrimonio cultural inmaterial del INPC validada, y mediante una exploración in-situ, obteniendo resultados específicos para conocer los lugares o establecimientos turísticos que aun poseen el legado y tradición del legendario helado de Salcedo y su manera de producción.

Estado del Arte

En diversos estudios y trabajos previos revisados se ha podido analizar sobre la antropología culinaria, tomada desde otros aspectos como antropología de la alimentación (Ravanelli, 2016), en dichos conceptos hace referencia a cómo los estilos culturales, las rutinas y gustos personales condicionan el comer, el deseo de comer y el poder comer, re-creando escenarios múltiples, (Astudillo, 2014) por lo cual la antropología ahonda más allá de producto en físico y finalizado, estudia la historia del producto el origen y a tradición que conlleva creando expectativas mayores en el turista haciendo referencia a un estilo único de alimentación el alimentarse por gustos culturales e históricos.

Estas miradas son las que le otorgan un valor complementario para crear oportunidad de cuestionarse y no sólo informarse sobre el producto físico, por otra parte que el turismo gastronómico la antropología culinaria en el turismo busca concebir una dimensión simbólica de la alimentación, (Marzzoti, 2016) es decir conocer sobre lo que representa el plato gastronómico para la cultura de un lugar su preparación y cuales aspectos están ligados al mismo, es por esta razón que diversos enfoques teóricos y metodológicos de la antropología de la alimentación han participado directa e indirectamente de los procesos de construcción de políticas e intervención alimentaria en América Latina, (Carrasco, 2007) creando un mejoramiento de lo que comemos y

por qué lo consumimos y el crear en el turista la misma reacción. El análisis de las políticas alimentarias constituye actualmente para la antropología (Carrasco, 2007) un análisis de la interrelación entre los ámbitos biológicos y sociales, y un campo para la puesta a prueba de los contrapuntos monistas y dualistas entre la naturaleza y la cultura. Considerar a las políticas alimentarias como objeto de análisis antropológico permite desarrollar los simbolismos de la comida y todos aquellos aspectos que las políticas alimentarias implica. La definición sociológica (Molar R. , 2015) es la acción de alimentarse mantiene aún sus bases en los aportes de Mauss. (Conicyt Explora, 2015) por lo cual el trasfondo de este concepto es su potencial de revelarnos la dinámica social (Araceta, 2016) que involucra a la acción de alimentarse, toda vez que el hecho alimentario se organizaría según estructuras sociales locales, refiriendo roles y estatus, además de la propia concepción cultural del comer.

El desarrollo de los estudios antropológicos sobre alimentación humana (Molar R. , 2015) ha considerado diferentes unidades de análisis, según condiciones de tipo epistemológico, teórico y disciplinario. En efecto, en la finitud del desarrollo antropológico más clásico la formulación de los problemas era de contenido fundamentalmente etnológico, (Unesco, 1998), donde se abordan los hábitos y costumbres alimentarias en tanto unidades aislables dentro de un sistema social total. Etnográficamente, la alimentación podía quedar reducida a la dieta, en cambio la moderna antropología aplicada es entendida como antropología de los problemas humanos contemporáneos la cual responde, tanto a las demandas externas al propio quehacer cultural como el cuerpo teórico y metodológico.

Por lo tanto la comida de diferentes lugares o naciones es un medio de comunicación, (Colombia Antropología, 2014) de constitución de vínculos afectivos, y de identificación y diferenciación social. (Sarmiento, 2015) También hace parte de un mundo de relaciones, intereses y tensiones en la esfera pública y en el ámbito privado, la concepción de ser humano es dinámica y cambia de acuerdo a la época (Castro, 2017), las diferentes culturas donde se desarrolle, para así generar un proceso educativo exitoso que dé cuenta de las variables sociales, políticas y culturales mediante su alimentación y si el conocer la historia de un producto cambiar hábitos de consumo

(Freitas, 2016) a través de la comunicación que transmiten o simplemente, insertar en ellos publicidad sobre sus propios productos, patrocinados o marcas publicitarias, lo que resulta interesante, para poder saber y comprobar, hasta qué punto existe veracidad y autenticidad por parte de los dueños de empresas de restauración.

Metodología

Se planteó una revisión sistemática con un diseño descriptivo. Este diseño metodológico se realizó a base de una ficha validada por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural por lo cual se especificó las propiedades importantes de personas, comunidades o fenómenos que fueron sometidos a análisis. Se utilizó la metodología propuesta por INPC, en cuanto a revisiones sistemáticas de tipo exploratorio. Para el desarrollo de esta investigación se tuvieron como criterios de inclusión: un periodo de años de los establecimientos, como elemento inicial y temas de observación in-situ.

El siguiente paso del proceso fue la pesquisa en los descriptores de la ficha del INPC mediante 10 parámetros de control de la ficha, se tomó en cuenta las características individuales de los turistas ya sean positivas o negativas que definan la antropología culinaria como un recurso turístico para el cantón Salcedo.

Table1. Locales de helados de Salcedo para la muestra

LOCAL	PROPIETARIO	TELEFONO
HELADOS SALCEDO	JAIME JIJON	0990636686
HELADERIA DANNY	SILVIA COQUE	0987260435
HELADOS DE SALCEDO	PACO HINOJOSA	0992834176
HELADERIA ROYAL	ELIZABETH PERDOMO	0987112345
HELADOS MALVINA	MALVINA BAUTISTA	0938472338
HELADOS DE SALCE	BLASCO SANCHEZ	27262064

Resultados

El análisis de la ficha aplicada a los actores involucrados en la actividad comercial de venta de “Helados de Salcedo” del Cantón Salcedo dio como resultado que el 93% de los establecimientos hablan español y solamente el 7% hablan inglés y español,

también que el 73% de los turistas adquiere los helados de manera continua el 27% de manera ocasional, el 100% de las ventas de los helados de salcedo poseen un alcance nacional e internacional, y el 93% de las empresas son adquiridas de generación en generación.

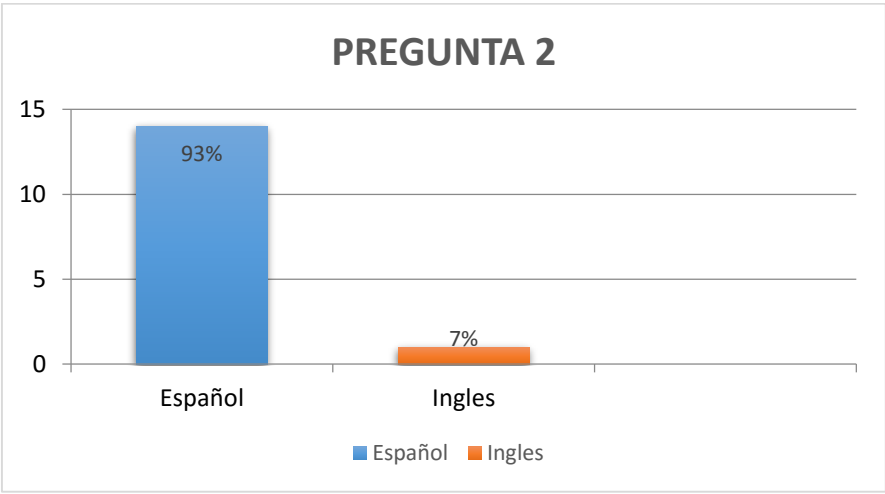


Fig.1 Idioma de atención al turista

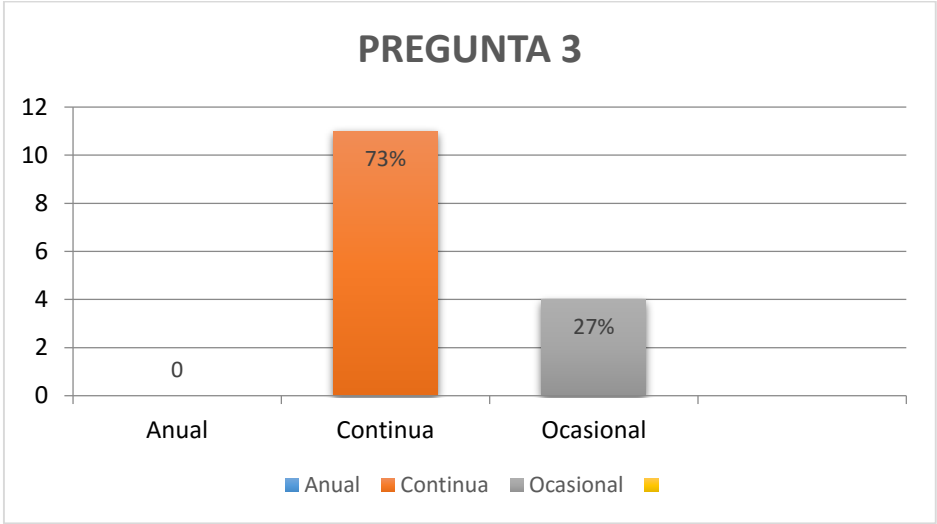


Fig.2 Frecuencia de adquisición

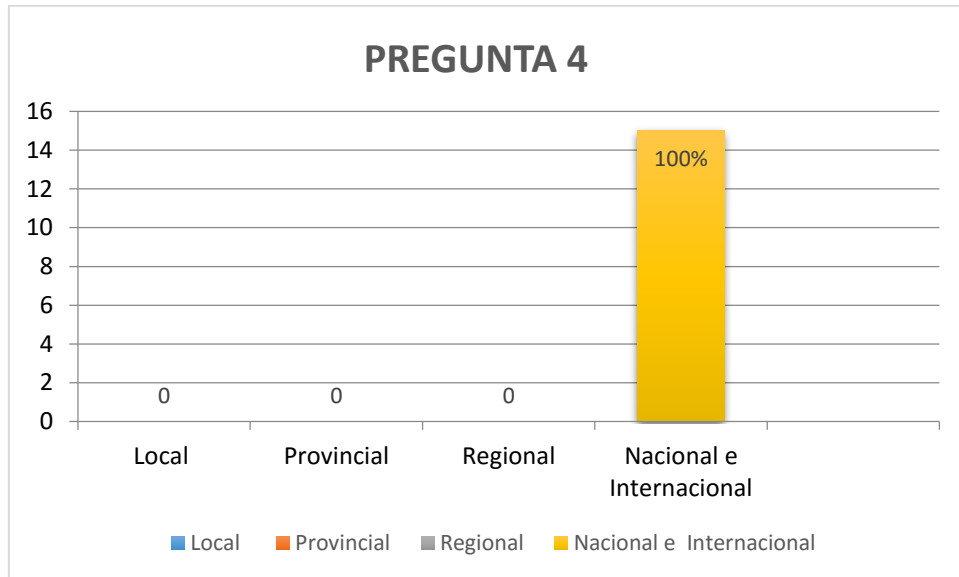


Fig.3 alcance de la venta de los helados

Discusión

La antropología culinaria se encuentra basada en los aspectos íntimos y profundo de un producto gastronómico tal y como se refiere (Boza, 2015) que explica que los condicionantes que influyen en la alimentación pueden ser: biológicos, ecológicos, culturales, políticos, religiosos y saludables es por esto que la elección del turista cuando visita un lugar por turismo gastronómico no debe ser solo el experimentar nuevos sabores gustativos sino ahondar en la parte histórica del producto basando su elección de los alimentos según la sociedad cultura y distintos temas involucrados al consumo de productos de cada país, conservando métodos rudimentarios que cuenten una historia o leyenda a base de su manera de preparación, destacando un producto de otro y haciendo de esta manera productos con experiencias intimas con el turista enriqueciendo en conocimientos e historia al cliente.

Table2. Aspectos dentro de la antropología culinaria

S. No	Parametros	Valores antropologicos
1	Antropologia culinaria	Cultura
2		Política
3		Religion

Conclusiones

- Los condicionantes que influyen en la alimentación pueden ser: biológicos, ecológicos, culturales, políticos, religiosos y saludables, es por esto la elección del turista cuando visita un lugar por turismo gastronómico
- Se ha determinado el nivel de influencia de la antropología culinaria mediante fichas técnicas, donde se pudo apreciar que varias personas conocen los procesos de elaboración del helado de Salcedo, sin embargo carecen de conocimiento antropológico del mismo, provocando una pequeña falencia al momento de generar información para los turistas.
- Mediante el análisis de los resultados de la investigación se elaboró la propuesta que permite mitigar los aspectos negativos en el desconocimiento antropológico culinario en el Cantón.

Recomendaciones

- Cuando un turista visita el Cantón Salcedo es necesario tener en cuenta las distintas condicionantes que hace que el turista adquiera un producto, como: la religión, cultura y tradición.
- Los locales que poseen gastronomía típica de Salcedo deben contar con información para dar a conocer el procedimiento y la historia que encierra el helado, hornado y pinol.

- Es necesario el manejo de una revista de Antropología Culinaria para dar a conocer todo lo que ofrece el Cantón y se pueda difundir el conocimiento a los turistas.

Referencias

- Araceta, J. (05 de 02 de 2016). *Periodismo y alimentación. Influencia de los medios de comunicación en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario*. Obtenido de Periodismo y alimentación. Influencia de los medios de comunicación en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario: <https://addi.ehu.es/handle/10810/18487>
- Astudillo, C. (2014). La divulgación selectiva y orientada sobre prácticas de alimentación: un potencial escenario para diseñar innovaciones y promover el debate en la educación en ciencias. *Revista de Educacion en Biologia*, 17(2), 126-131.
- Boza, J. (2015). La antropología de la alimentación. *TRIPOD*, 1-17.
- Carrasco, N. (2007). Desarrollos de la antropología de la alimentación en América Latina: hacia el estudio de los problemas alimentarios contemporáneos. *Scielo*, 15(30).
- Castro, L. (2017). Educación para la salud: una mirada desde la antropología. *Redalyc*, 145-163.
- Colombia Antropología. (2014). Introducción: Comida, cultura y política. *Scieo*, 50(2).
- Conicyt Explora. (15 de Junio de 2015). *Acercando la ciencia y tecnología a la comunidad*. Obtenido de Antropología culinaria: <http://www.explora.cl/388-ambitos-de-la-ciencia/sociedad/poblacion/videos-poblacion/5923-antropologia-culinaria>
- Freitas, A. C. (2016). Comunicación, alimentación y consumo: los blogs en el sector de la alimentación. *UVA Biblioteca Universitaria*.
- Marzzoti, I. C. (2016). Textos y videos sobre la alimentación || Texts and Videos on Food. *Razon y Palabra primera revista digital en iberoamericana especializada en comunicologia*, 20, 94.
- Molar, R. (2015). Alimentación y reproducción social: biografía de alimentos en contextos aldeanos tempranos del Valle del Tafí (2000 AP-1000 AP). *Scielo Argentina*.
- Molar, R. (2015). Alimentación y reproducción social: biografía de alimentos en contextos aldeanos tempranos del Valle del Tafí (2000 AP-1000 AP). *Scielo*, 13.
- Ravanelli, B. (2016). Diaeta. *Scielo*, 34, 155.

Sarmiento, P. (2015). Caracterización del marco antropológico subyacente en la Declaración Universal. *Redalyc* , 227-244.

Unesco. (1998). *Antropología y desarrollo*. Obtenido de Revista interacional de ciencias sociales : <http://UNESCO.org/issj/rics154/escobarspa.html>