

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

Informe final de graduación, previo a la obtención del Título de Licenciado en
Turismo y Hotelería

Tema:

**“LA CULTURA GASTRONÓMICA Y SUS EMOCIONES, CASO DE
ESTUDIO LA FIESTA DEL INTI RAYMI EN EL CANTÓN CAYAMBE”**

AUTOR: Kevin Marcelo Sánchez Pinango

TUTOR: Lcdo. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate

AMBATO-ECUADOR

2020

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

Yo, Camilo Francisco Torres Oñate con C.c. 1830318169 en mi calidad de tutor del Trabajo de Titulación, sobre el tema “LA CULTURA GASTRONÓMICA Y SUS EMOCIONES, CASO DE ESTUDIO LA FIESTA DEL INTI RAYMI EN EL CANTÓN CAYAMBE”, desarrollado por el estudiante egresado Kevin Marcelo Sánchez Pinango, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, con el fin de ser sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

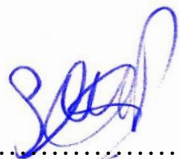


Lcdo. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate

C.c. 1803318169

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

Dejo 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.



.....

Kevin Marcelo Sánchez Pinango

C.c 1720176732

AUTOR

APOBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal receptor del Trabajo de Investigación precedido por el Doctor Segundo Víctor Hernández del Salto, Magíster e integrado por los señores Ingeniera María Fernanda Viteri, Magíster; el Ingeniero Jorge Almeida, Magíster; designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: “LA CULTURA GASTRONÓMICA Y SUS EMOCIONES, CASO DE ESTUDIO LA FIESTA DEL INTI RAYMI EN EL CANTÓN CAYAMBE”, elaborado y presentado por el señor Kevin Marcelo Sánchez Pinango para optar por el Grado Académico de Licenciado en Turismo y Hotelería; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Investigación el Tribunal aprueba remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



Firmado electrónicamente por:

**MARIA
FERNANDA
VITERI TORO**

Ing. Mg. María Fernanda Viteri

Miembro del Tribunal



Firmado electrónicamente por:

**JORGE ARMANDO
ALMEIDA
DOMINGUEZ**

Ing. Mg. Jorge Almeida

Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico primordialmente a mis padres Nelly Pinango y Marcelo Sánchez por darme su apoyo incondicional, moral y económico durante toda mi trayectoria. A mi hermana por ser mi motor para continuar superándome.

A mis amigos y allegados en Ambato que me acompañaron durante este camino brindándome su compañía y alentándome cada día a seguir adelante ante las adversidades.

A mi familia en general y personas de gran confianza que tengo mucha estima, han sido de gran ayuda y me han alumbrado en momentos necesarios para poder culminar esta etapa.

AGRADECIMIENTOS

Dando mis sinceros agradecimientos a la Universidad Técnica de Ambato por abrirme las puertas y haberme permitido ser parte de ella, de la misma forma a todos los docentes que me cultivaron con sus conocimientos y apoyo para aprender cada día.

Agradezco a mi tutor el Lic. Mg. Francisco Torres por brindarme sus conocimientos y paciencia durante esta etapa y saber guiarme para culminar de la mejor manera este trabajo.

También agradecer a aquellas personas que haya logrado conocer en este tiempo y que de alguna manera hayan podido iluminarme con su apoyo y cariño en todo momento.

A mis compañeros que a pesar de las adversidades han sido parte de mi formación académica.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	ii
TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	iii
APOBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTOS	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRAFICOS	x
ÍNDICE DE IMÁGENES	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCION	1
CAPÍTULO I	2
MARCO TEÓRICO.....	2
1.1 Antecedentes investigativos	2
Cultura gastronómica	2
1.2 Descripción de los objetivos.....	4
Gastronomía tradicional	4
Emociones.....	5
Herramienta virtual	7
CAPÍTULO II.....	9
METODOLOGÍA	9
2.1 Materiales.....	9
Instrumento de evaluación sensorial.....	9
Instrumento de medición emocional.....	9
Software	10

Equipos y utensilios en la elaboración de los platillos.....	10
Población	10
Métodos	11
2.2 Niveles de Investigación	11
Investigación experimental.....	11
Investigación exploratoria	11
2.3 Modalidad de la Investigación.....	11
Modalidad de campo	11
Investigación bibliográfica – documental.....	12
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	13
3.1 Análisis e interpretación de resultados	13
3.1.1 Parámetro Sensorial.....	13
3.1.2 Parámetro Emocional	19
3.2 Verificación de hipótesis	24
CAPITULO IV	26
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	26
4.1 Conclusiones	26
4.2 Recomendaciones.....	27
Bibliografía.....	29
ANEXOS	31

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Percepción del color y significado emocional	6
Tabla 2 Equipos y utensilios en la elaboración de los platillos.....	10
Tabla 3 Análisis emocional. Parámetro 1	19
Tabla 4 Análisis emocional. Parámetro 2	20
Tabla 5 Análisis emocional. Parámetro 3	21
Tabla 6 Análisis emocional. Parámetro 4	22
Tabla 7 Análisis emocional. Parámetro 5	23

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Categoría Aroma.....	13
Gráfico 2. Categoría Sabor.....	15
Gráfico 3. Categoría Color.....	16
Gráfico 4. Categoría Textura.....	17
Gráfico 5. Categoría Apariencia	18
Gráfico 6. Análisis emocional. Parámetro 1	19
Gráfico 7. Análisis emocional. Parámetro 2	20
Gráfico 8. Análisis emocional. Parámetro 3	21
Gráfico 9. Análisis emocional. Parámetro 4	22
Gráfico 10. Análisis emocional. Parámetro 5	23
Gráfico 11. Prueba de Friedman. Análisis de dos vías de Friedman de varianza por rangos de muestras relacionadas	25

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Propuesta. Portada.....	36
Imagen 2. Propuesta. Contenido.....	36
Imagen 3. Propuesta. Contenido.....	36
Imagen 4. Propuesta. Contenido.....	37
Imagen 5. Propuesta. Contenido.....	37
Imagen 6. Propuesta. Glosario	37
Imagen 7. Degustación.....	40
Imagen 8. Degustación.....	40
Imagen 9. Degustación.....	40
Imagen 10. Degustación.....	41
Imagen 11. Degustación.....	41
Imagen 12. Degustación.....	41
Imagen 13. Degustación.....	42
Imagen 14. Degustación.....	42
Imagen 15. Degustación.....	42
Imagen 16. Degustación.....	43
Imagen 17. Degustación.....	43
Imagen 18. Degustación.....	43
Imagen 19. Degustación.....	44
Imagen 20. Degustación.....	44
Imagen 21. Degustación.....	44
Imagen 22. Degustación.....	45
Imagen 23. Degustación.....	45
Imagen 24. Degustación.....	45
Imagen 25. Degustación.....	46
Imagen 26. Degustación.....	46
Imagen 27. Degustación.....	46
Imagen 28. Degustación.....	47
Imagen 29. Degustación.....	47
Imagen 30. Degustación.....	47
Imagen 31. Degustación.....	48
Imagen 32. Degustación.....	48
Imagen 33. Degustación.....	48

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LA CULTURA GASTRONÓMICA Y SUS EMOCIONES, CASO DE ESTUDIO LA FIESTA DEL INTI RAYMI EN EL CANTÓN CAYAMBE”

AUTOR: Kevin Marcelo Sánchez Pinango

TUTOR: Lic. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate

El presente proyecto de investigación tiene como fin desarrollar una herramienta digital para promocionar la gastronomía tradicional del Inti Raymi en el cantón Cayambe, a la vez se intenta brindar información sobre los diferentes platos tanto preparación como el significado de sus ingredientes, todo esto enfocado a las emociones que logran transmitir estas preparaciones mediante su autenticidad y peculiaridad.

Mediante este trabajo se recopila los platillos más relevantes y consumidos de la festividad que están hechos con los principales ingredientes, el maíz, diferentes granos, tubérculos, además de bebidas ancestrales, y de esta forma incentivar a las personas a conocer más sobre la gastronomía tradicional y que se alienten a degustar los diferentes platos.

La herramienta digital está desarrollada en una aplicación de diseño web con comandos automatizados que permiten una libre personalización, donde se puede insertar imágenes, videos, texto, animaciones, para un mejor desempeño creativo. Además de ser un servicio gratuito permite la publicación de dichos diseños en las diferentes redes y plataformas.

La finalidad de este trabajo de investigación es que las personas locales tanto como los posibles turistas obtengan un mayor conocimiento y puedan orientarse cuando visiten el cantón durante la época de fiesta, y que se identifiquen con el lugar situándolo en un destino para regresar.

Siente Cayambe, es la denominación de este trabajo de investigación, este mismo se activa mediante el potencial gastronómico que tiene el cantón, además de las técnicas y maneras de usar los alimentos que brinda la tierra contrastado con el colorido ambiente del Inti Raymi.

Descriptor: gastronomía tradicional, herramienta digital, bebidas ancestrales, Inti Raymi, emociones

ABSTRACT

TITLE: “LA CULTURA GASTRONÓMICA Y SUS EMOCIONES, CASO DE ESTUDIO LA FIESTA DEL INTI RAYMI EN EL CANTÓN CAYAMBE”

AUTHOR: Kevin Marcelo Sánchez Pinango

DIRECTED BY: Lic. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate

The purpose of this research project is develop a digital tool to promote the traditional gastronomy of Inti Raymi in Cayambe’s village, while it tries to provide information of the different dishes, both preparation and the meaning of their ingredients, all focused on emotions that get transmit these preparations through their authenticity and peculiarity.

Through this work, the most relevant and consumed dishes of the feast are compiled, which are made with the main ingredients, corn, different grains, tubers, as well as ancestral drinks, and in this way encourage people to learn more about traditional gastronomy and they will aniamte to taste the different dishes.

The digital tool is developed in a web design application with automated commands that allow free customization, where you can insert images, videos, text, animations, for better creative performance. In addition to being a free service, it allows the publication of such designs on different networks and platforms.

The purpose of this research work is that local people as well as the possible tourists obtain a greater knowledge and they can orient themselves when they visit the canton during the festive season, and that they identify theirself with the place placing it in a destination to return.

Siente Cayambe, is the name of this research work, it is activated by the gastronomic potential of the canton, in addition with the techniques and ways of using the food provided by the land contrasted with the colorful atmosphere of the Inti Raymi.

Descriptors: traditional gastronomy, digital tool, ancestral drinks, Inti Raymi, emotions

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación se centra en una herramienta digital “Siente Ecuador”, que se enfoca en describir preparaciones mediante emociones reales que puede experimentar una persona al degustar un plato en concreto. También se explica meticulosamente los objetivos específicos, características, modalidades de trabajo, conclusiones y recomendaciones. Su planificación respectiva, está diseñada por capítulos los cuales son:

CAPÍTULO I Se considera los antecedentes de la investigación, el marco teórico con sus respectivas fundamentaciones, además de detallar los objetivos.

CAPÍTULO II Se plantea la metodología por la cual se realizará al levantamiento de la información requerida a nivel de análisis de investigación de las variables, técnicas e instrumentos de recolección de datos; se detalla los materiales que se han utilizado para culminar el proyecto de investigación.

CAPÍTULO III Hace referencia al análisis de los resultados, análisis e interpretación de resultados con sus respectivas tablas y graficas estadísticas direccionadas a la comprobación de la hipótesis.

CAPÍTULO IV Conclusiones y recomendaciones, obtenidas a partir del análisis estadístico de la investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

Esta investigación está realizada de forma cronológica ordenando los estudios y catalogándolos en función de sus variables; su distribución también exhibe en cada variable su evidencia, además de exponer diferentes soluciones que respondan a los problemas que se presentan en el proyecto.

Cultura gastronómica

Enfocados a la cultura gastronómica, se halla una investigación llamada **“Gastronomía y Turismo – Diseño de indicadores, Políticas y Cultura”**, en la cual se puede describir el término cultura para llegar a un consenso con la gastronomía. Por una parte la cultura engloba un conjunto de comportamientos, hábitos, costumbres, etc. teniendo en cuenta que se van transmitiendo a lo largo del tiempo, señalando que difieren de acuerdo al entorno social en el que se han engendrado. En este sentido se puede decir que la cultura cubre aquellas conductas que el hombre toma por suyas y las hace trascendentales ante la sociedad, agregando que tienen un valor simbólico (Gómez & Leyva , 2018).

Por otro lado la gastronomía desde sus inicios ha tomado una trascendencia social siendo primero enfocada desde un acto de simple consumo, el ser humano come para no morir, partiendo desde esta simple premisa el término ha ido cobrando relevancia a lo largo del tiempo. En otro nivel de evolución, principios del siglo XVII, tenemos que la gastronomía se representa como método de adquisición de nutrientes esenciales para el humano. Partiendo de esto se añaden nuevas concesiones al término, tales como higiene, tecnología, innovación, diseño; en este apartado la investigación titulada **“Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo”**, infiere que la gastronomía, partiendo de las definiciones

anteriores, explora diferentes ámbitos como el consumo correcto de ciertos alimentos, la temporalidad en que ingiere determinados alimentos y las razones por las que se realiza dicho acto. Esto nos lleva a cambiar radicalmente el hecho de que el hombre come por necesidad, y se le agrega que existen diferentes contextos por los cuales el hombre se alimenta siendo así un acto de expresión cultural y comunicación **(Guerra, Reyes, & Quintero, 2017)**.

Arraigando aún más la gastronomía en el ámbito cultural se encuentra la investigación **“Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario”**, que enfoca al término como un símbolo tanto de cultura como naturaleza, encauzado a un lugar en específico. La gastronomía asociada a cada territorio muestra una ventana hacia su identidad, se puede ver en su forma de cultivo, sus diferentes productos y platos que se elaboran a través de ellos, formas de consumo, etc. Por ello la gastronomía se considera un elemento fundamental que vincula la alimentación, el territorio y la cultura convirtiéndose así en un transmisor de aquellas expresiones propias de una sociedad **(Fusté-Forné, 2016)**.

Partiendo de estos dos conceptos por separado, ahora se encuentra la cultura gastronómica como término en sí, la investigación llamada **“La Cultura Gastronómica - Una mirada crítica”**, expone que la noción presenta conflictos; el primero referido a la gastronomía como expresión artística y el otro como el consenso que ha tomado el término en el contexto social. Esto se puede explicar cómo la gastronomía en el ámbito académico y artístico, y como el significado e interpretación que la sociedad le ha dado. En el mundo del arte la gastronomía ha tomado varias formas, ya no solo es elaborar un plato, ahora se juega con las texturas, formas, colores, estados, etc. lo que le da un plus y provoca placer el hecho de consumir un alimentos con dichas características. Por otro lado en el contexto social el consumidor que se está formando en un mundo tecnológico y vivencial busca capturar esta experiencia para la posteridad, aquí es donde entra en juego las redes y la aceptación social. Por lo tanto la cultura gastronómica sigue una patrón que se compone por la economía, la industria, el consumismo, el marketing y el sujeto social **(Bosch, 2019)**.

Por ende se puede concluir que la cultura gastronómica se ha adherido al factor mercantil de tal manera que el mismo término ha tomado otra dirección llegando a

ser que el alimento se vea más como un arte que se transmite en vez de una necesidad para vivir. En la investigación **“La gastronomía, la cultura y el patrimonio para un turismo sostenible”**, se recalca que este proceso de transformación y definición del concepto, se ha dado por una evolución tanto social como histórica en el consumo de las personas. Todo esto construido sobre unas bases predeterminadas, idealizadas hacia el consumidor, que prometen una experiencia utópica, definida y excepcional **(Real & Utrera, 2020)**.

Emociones

A lo largo de la evolución, así como ha sido la cultura y la gastronomía, las emociones se han transmitido a través del tiempo. Estas han sido las que nos han moldeado durante miles de años siendo una característica propia del ser humano. Se debe recalcar la investigación titulada **“Educación emocional: retos para alcanzar un desarrollo sostenible”**, la cual explica que sin las emociones el ser humano sería asocial con tendencias psicópatas, ya que al momento de decidir o actuar el factor emociones tiene tanto peso o igual que la razón, siendo que dependiendo del tipo de emoción que se dé continuará a una acción inmediata, aclarando que en algún momento de la evolución el sistema de emoción-acción quedó impregnado en el sistema nervioso, siendo este método decisivo para la supervivencia del hombre **(Collado, 2016)**.

Siguiendo la premisa de que las emociones guían nuestro día a día, se dice que estas influyen directamente a nuestra salud y apuntando a un factor en concreto se determina que afecta directamente en la alimentación. En la investigación **“Construcción de una escala de alimentación emocional”**, se explica que un desorden emocional da como efecto un desorden alimenticio. Por lo tanto debe existir un control emocional que guíe tanto nuestras decisiones como nuestra ingesta de nutrientes, cabe resaltar que el factor emocional va de la mano con el contexto social. Es decir que cuanto más fructífero sea nuestro desenvolvimiento social tendremos mejor manejo emocional, esto desemboca a un pleno rendimiento físico y mental. Entonces al mantener un control emocional debido y una alimentación correcta, más alejada estará la posibilidad de tener un desorden o trastorno **(Ramírez & García, 2017)**.

Entrando más profundo en la alimentación y las emociones, se puede hablar de que la ingesta no está impulsada solamente por el “comer para vivir”, el ingerir nutrientes para subsistir o tener un buen desempeño energético; más allá de estas premisas existe un nuevo significado al que se llamará “comer por placer”. En la investigación **“El placer de comer – Una mirada biopsicosocial”**, se entiende que en la actualidad la ingesta de alimentos toma un rol más trascendental sujeto a las emociones que puede producir dicha acción. Siguiendo el hilo del anterior concepto sobre cultura gastronómica, hoy en día el consumidor ha evolucionado a tal punto que busca vivir experiencias en un alimento, esta experiencia va de la mano con las emociones que se pueden recrear con un alimento **(Pérez, 2019)**.

Se puede inferir más en las emociones, el porqué de su importancia y la causa de que sean tan relevantes en la actualidad. La investigación **“Relaciones entre afrontamiento del estrés cotidiano, autoconcepto, habilidades sociales e inteligencia emocional”**, explica que las emociones al ser estados afectivos que el ser humano experimenta dependiendo de experiencias pasadas, el aprendizaje o de un momento en concreto, resultan propias o que se han adquirido. Esto se sustenta con el entorno social ya que las emociones tienen una función adaptativa, nos permiten socializar con el resto. Y es por esto que el consumidor de la actualidad está en busca de experiencias cada vez más personalizadas que brinden emociones placentera **(Morales, 2017)**.

En cuanto a transmitir emociones mediante la gastronomía de un lugar, se puede decir que la comida representa una ramificación de la cultura que identifica una comunidad o población y la hace única, otorgando una pertenencia a un grupo y generando relaciones sociales hacia el exterior enseñando su paso a través del tiempo. En la investigación **“Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable”**, expresa que la gastronomía tradicional define la historia y la cultura del pueblo englobando el conocimiento, las emociones y las sensaciones que han trascendido a lo largo de la historia. De esta manera las comunidades son capaces de enlistar los alimentos tradicionales con sus beneficios y que a la vez se le atribuye un significado propio, tanto por sus propiedades nutricionales la identidad que le brindan. Al conocer la comida tradicional se puede identificar el estilo de vida y la interacción social que mantienen los pobladores, además de su movimiento

económico como productivo. Por esta razón es que se está creando esta nueva oferta al consumidor, la oportunidad de brindarle una experiencia a través de un alimento de manera que genere emociones que lo lleven a entender el sentido de pertenencia y se identifique con la comunidad en la que se encuentre **(Troncoso, 2019)**.

Teniendo en cuenta el resumen que se ha hecho de las presentes investigaciones se puede concluir que para transmitir de manera correcta las emociones según una cultura gastronómica definida, se debe seguir un esquema predefinido que recolecte los ingredientes, el territorio, la forma de preparación, los instrumentos que se pueden usar, y una presentación capaz de atraer al consumidor y técnicas tradicionales se logró ofrecer un alimento que englobe todas las tradiciones de la comunidad y que muestre la identidad del lugar a aquellos que lo prueben.

1.2 Descripción de los objetivos

Identificar la gastronomía tradicional de la festividad del Inti Raymi

La fiesta del Inti Raymi se da en el Ecuador, durante el solsticio de verano, como motivo de valorización hacia el pueblo indígena, recuperación de antiguas tradiciones, sentir la interculturalidad y crear un Estado plurinacional. Esta festividad se da para agradecer la fertilidad del suelo, la abundancia de los cultivos y el alza del Sol que cubre la tierra para bendecirla. En Ecuador, en las diferentes zonas de la región Sierra se festeja con bailes y ritos, además de comida y bebida que se brinda a los moradores **(Tuaza, 2017)**.

El Inti Raymi nace sujeto de la tradición Inca y su fiesta de la Cosecha, en la cual se rendía culto y veneraba al maíz. Debido a la globalización que se vive hoy en día el sentido real de la festividad se ha ido disgregando y ha perdido su significado en mayoría. En esta celebración es muy común usar granos para elaborar tanto comidas como bebidas, ya que son estos mismo los que se dan en las cosechas fructíferas que proporciona la tierra **(Pinto & Abad, 2017)**.

El Cantón Cayambe es uno de los territorios en el cual se da mucho énfasis la celebración del Inti Raymi. Cabe la posibilidad de que coincide con la fiesta de San Pedro, por lo cual se da una mezcla entre las dos festividades celebrando festejando

así el lado religioso como el espiritual. Durante este tiempo se dan bailes y ritos con vestimentas típicas, coloridas y diferentes roles de bailes; la música juega un papel importante ya que es diseñada únicamente para la ocasión **(Torres, 2018)**.

Una parte muy importante de la fiesta es la gastronomía que pertenece a la zona andina y se basa la mayoría en grano y productos del maíz, estos se consumen principalmente en la festividad, de las cuales hacen bebidas como la chicha, el guarango, las cuales se fermentan con anticipación. Además de hacen granos cocinados como mote, frejol, habas, choclo; del maíz salen muchos derivados como las humitas, tamales, tortillas, coladas. Hay que tener en cuenta que en el Inti Raymi se realiza una pambamesa, la cual ha trascendido a lo largo del tiempo y consta de un espacio en el cual se comparte todos los alimentos para todos los comensales, es un símbolo de unión y cooperación **(Mediavilla, 2018)**.

Otro aspecto a tomar en cuenta en estos platos son las tradiciones culinarias las cuales son aspectos culturales propios del lugar, en que se destaca la identidad y costumbres dándose a conocer y generando conciencia tanto en sus pobladores como visitantes. Por el afán que se ha dado en los últimos tiempos de dejar atrás estas tradiciones y sumado a la globalización, se está optando por recoger todas estas técnicas ancestrales para salvar su identidad gastronómica y difundirla con el fin de acrecentar su consumo y producción tanto en la gente natural del lugar como en los foráneos que lo visitan **(Morejón, 2016)**.

Determinar las emociones que se experimenta por el consumo de comida

Dependiendo del tipo de emoción se genera diferentes acciones o pensamientos, existe una variedad de emociones las cuales parten de unas bases, cada una de estas produce una reacción diferente, puede ser que la alegría nos de bienestar y satisfacción, al contrario que la tristeza produce aversión o pesimismo, la sorpresa se mantiene ante la expectativa sobre algo que pasará, la ira genera irritabilidad o restricción, mientras que el miedo produce inseguridad o incertidumbre **(de Marlangeon, 2017)**.

Para ligar el contexto cultural con las emociones se debe entender que estas mismas son las portadoras del significado social y cultural en el que se han desarrollado, por ende estas mismas seleccionan el momento y lugar en que se darán cada una de ellas.

Por esto decimos que son creadas o transmitidas en base a las relaciones sociales y el paso del tiempo. A pesar de decirse que las emociones incitan acciones y suceden espontáneamente ante una causa objetiva, sin embargo cada vez se incurre más en que las emociones están sujetas por el pensamiento según el grado de conciencia que se sostenga (**Torices, 2017**).

Si se sostiene que las emociones se pueden determinar y en cierto punto controlar conscientemente, se llega a un punto en que se pueden clasificar según indicadores que las puedan producir. Para ello se exhibe una tabla que asocia colores y estados emocionales:

Tabla 1. Percepción del color y significado emocional

Color	Descripción
Rojo	La más alta estimulación. Genera excitación y poder. El rojo aumenta el pulso, ya que aumenta la presión sanguínea, y estimula el apetito.
Naranja	El naranja es más amigable que el rojo, pero puede estimular el apetito y llamar la atención. Las compañías usan el color naranja como color principal, dulce y atractivo. El color perfecto por los dulces.
Amarillo	Color consolador. También puede significar fuerte y picante, conectados a algunos tipos de salsas o condimentos para alimentos.
Verde	Significado de fresca y naturaleza. Conectado a las verduras, que es el medio de salubridad para el consumidor. El verde es un color delicado, ya que si no se utiliza en el entorno correcto no es atractivo y se puede rechazar. Véase la reacción de los niños con las verduras.
Azul	Asociado con el mar y la tranquilidad del cielo, sugieren la confianza y la serenidad. Los tonos azul hielo se refieren a pureza y fresca, este es el color ideal para los productos como el agua embotellada.
Blanco	Es el color básico, ya que pone de manifiesto todo lo demás. En un restaurante, el blanco se utiliza en las todas partes donde el cliente espera limpieza (platos, cocina, etc.).
Negro	En un envase, el negro es símbolo de la calidad y la sobriedad. Como es el color más oscuro, se utiliza para crear exclusividad.

Fuente: (Sotelo & Perea)

Autor: Kevin Sánchez (2020)

En este punto se debe inferir que el consumidor elige un producto en base a la apariencia visual y el color que presente, superando a otros factores como el olor o la textura. Por ello la promoción de un producto es sumamente importante para cautivar al cliente. Se puede concluir que las emociones juegan un rol importante tanto en el momento de ingerir el producto como antes de adquirirlo. Se es consciente desde un principio del efecto que nos producirá un alimento y esto controla nuestro consumo **(Troncoso, Alarcón, & Amaya, 2019)**.

En cuanto a las emociones y las festividades que representan un momento de alegría y jolgorio en el cual hay mucho desgaste de energía, lo que se busca es sustentar este desgaste con platos fuertes con una riqueza nutricional importante. Al tratarse de la región sierra y los productos que se dan aquí, debido a la estacionalidad y la posición geográfica en la que se encuentra, los alimentos son óptimos y tienen técnicas de elaboración propias. Ya que estas festividades tienen un rango amplio y se extienden a lo largo del día, existen platos para cada momento del día y el tipo de estacionalidad que se da en ese momento **(Baquero, 2018)**.

Elaborar una herramienta virtual sobre la gastronomía del Inti Raymi en Cayambe y las emociones

El mundo digital es un gran terreno que se expande cada vez más y tiene mayor alcance según se van desarrollando las poblaciones, hoy en día una gran mayoría es capaz de usar y tener acceso a dichas herramientas. Con la evolución tecnológica estas herramientas van desplazando a las tradicionales, posicionándose en el mercado y siendo necesarias en todo tipo de labor. Cada vez se van mejorando estas herramientas haciéndolas más eficaces y satisfaciendo la demanda de una manera personalizada **(García, 2017)**.

En el mundo gastronómico estas herramientas han sido de gran utilidad, existen recetarios, revistas, periódicos, etc. En el ámbito turístico que va de la mano con la gastronomía, se ha visto la necesidad de implementar estas nuevas tecnologías creando un producto o servicio turístico que genere un crecimiento junto con la promoción de los sectores dedicados al turismo. Por esta razón se está creando nuevas herramientas a través de la innovación que permiten ofrecer un servicio de calidad, aumentando así la demanda y mejorando la calidad de la oferta,

incrementando el beneficio del sector turístico **(Simó, Lagarón, & Rodríguez, 2020)**.

En el transcurso de desarrollar una herramienta de esta índole se debe enfocar en generar mayor oferta para el turismo gastronómico. Se realiza de manera que en dicha herramienta se defina las características de los platos describiéndolo de acorde que el consumidor lo analice y seleccione el adecuado en razón a sus gustos y expectativas. Cabe resaltar que existen muchos platos tradicionales los cuales no cuentan con suficiente difusión a través de estas herramientas, pero que sin embargo cuentan con la calidad y el potencial de ser reconocidos, es aquí donde entra en juego estos aplicativos que pueden aumentar la expansión de dichos platos y posicionarlos en los más conocidos **(Zurita & Monge, 2018)**.

Dentro de este contexto entra también los teléfonos inteligentes, los cuales resultan indispensables hoy en día. Se ha diseñado como un instrumento de información y comunicación, y ha desbocado por convertirse en un método de entretenimiento. Esto ha llevado a que todas las empresas busquen tener compatibilidad con dichos teléfonos, bancos, centros de aprendizaje, creación, arte, gastronomía, etc. Se puede decir que una empresa que este a la vanguardia con la tecnología móvil, permanecerá en auge mientras se mantenga en constante evolución **(Páez, Torres, Viteri, & Porras, 2020)**.

La creación de una herramienta que recoja los platos tradicionales, especificando sus ingredientes, forma de preparación y además vinculando esto a las emociones, podría resultar en un gran potenciador para el turismo gastronómico, además de tener en cuenta la temporalidad de fiestas que es en la que existe mayor recepción de turistas. Las herramientas que se pueden tener en cuenta en la elaboración de este aplicativo pueden ser la creación de catálogos virtuales que permitan la edición libre e inserción de imágenes que muestren el plato junto con un escrito en el cual se detalle los sabores que se van a experimentar y los tipos de emociones que puede experimentar, dejando a libre elección del consumidor **(Irrazabal, Olea, Edwin, & Leonidas, 2016)**.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

El siguiente capítulo habla sobre los diferentes métodos y técnicas utilizados en la obtención de datos e información que ayuden a sustentar la investigación; recoge tanto modalidades y procesos que intervienen directamente, permitiendo esclarecer los registros obtenidos, señalando también los diferentes materiales utilizados durante el proceso.

2.1 Materiales

Instrumento de evaluación sensorial

A través de este instrumento se logra medir la percepción sensorial del sujeto con el platillo específico mediante un rango de aceptación que comprende: me encanta, me gusta, parece bueno, es tolerable, no me gusta. Incluyendo diferentes características organolépticas como son: aroma sabor, color, textura y apariencia.

Todo esto se da con la finalidad de conocer y analizar la percepción del individuo ante los platos propuestos, de tal forma que se logre realizar una tabulación adecuada recogiendo las diferentes opiniones durante la degustación.

Instrumento de medición emocional

Este instrumento de medición emocional se centra en recolectar las diferentes reacciones anímicas a las que se ve expuestos los encuestados durante la degustación de los platillos analizando la primera impresión y el resultado después de degustar mediante una selección de entre varias emociones como: alegría, sorpresa, ira, tristeza, asco o miedo.

Software

Se usará la aplicación en línea Joomag, especializada en realizar catálogos, revistas, folletos, boletines; cuenta con un control libre en el que se puede publicar, distribuir, monitorear y monetizar las publicaciones. Incorpora plantillas predeterminadas o la posibilidad de modificar manualmente cualquier aspecto, de la misma forma cuenta con diversas fuentes de escritura, animaciones, e interacciones que se pueden añadir en cada página, al contar con un espacio digital libre permite la adición de fotos y videos y es compatible su reproducción en el mismo sitio web.

Equipos y utensilios en la elaboración de los platillos

Tabla 2. Equipos y utensilios en la elaboración de los platillos

Equipos	Utensilios
Materia prima	Vajilla
Cocina	Cubertería
Horno	Mantelería
Licuada	Ollas y sartenes

Fuente: Sánchez, K. (2020)

Autor: Sánchez, K. (2020)

Población

Ya que hoy en día el acercamiento social no es posible en su totalidad, la tecnología juega un papel importante dando la posibilidad de cuestionar a la población del cantón Cayambe sobre las técnicas y platos que se pueden encontrar en el medio, de esta manera se determinará su conocimiento previo y los ítems que se pueden agregar en la herramienta virtual para facilitar el aprendizaje de las personas que lo observen. De esta forma se cuestionará a un total de 20 individuos al azar del cantón Cayambe con un criterio formado que comprenda una edad entre 18 – 42 años. En general los interrogantes a proponer trata sobre que tipos de emociones se les transmite con los platos que se dan durante la festividad del Inti Raymi, y de qué manera pueden mejorar las preparaciones o presentaciones que presentan los productos durante esta época.

Métodos

El presente proyecto de investigación cuenta con un enfoque cualitativo ya que se interpretará a través de registros la cultura gastronómica en un contexto social, a través de la misma población. Se dará analizando el lenguaje, comportamiento y las representaciones simbólicas que existan durante la fiesta del Inti Raymi, como la manera en que se pueden mejorar recolectando toda esta información y sintetizándola.

2.2 Niveles de Investigación

Investigación experimental

Este enfoque experimental en la investigación nos permite ver detalladamente las reacciones de la población ante la gastronomía planteada de tal forma que se puede analizar los ingredientes utilizados y de que forma se puede desarrollar una receta logrando mejorar las cualidades del plato e impulsando su consumo.

Investigación exploratoria

La presente investigación se encarga de desarrollar el aspecto emocional dentro de la gastronomía ayudando a la población en general a obtener aprendizaje y a desarrollar nuevas formas de implementar los platos tradicionales a través de la herramienta virtual. Generándose así una convivencia más cercana con la tecnología despertando el interés en la población sobre lo tradicional y lo que esto le puede aportar como experiencia vivencial.

2.3 Modalidad de la Investigación

Modalidad de campo

Para realizar el estudio se aplicó la modalidad de campo; realizado en un espacio privado, recreando los platos de la gastronomía del cantón Cayambe en relación a las fiestas mediante presentaciones elaboradas, promocionando también la gastronomía tradicional del lugar usando las recetas típicas que han trascendido a lo largo del tiempo.

Investigación bibliográfica – documental

El proyecto de investigación cuenta con una modalidad bibliográfica-documental porque para desarrollar el contenido científico la información será obtenida en libros, folletos, documentos de diferente autoría, con el fin de conocer los propósitos y así poder contribuir en la concesión de la información logrando fundamentar el presente proyecto.

Para la obtención de información se procederá a utilizar el método de encuesta en el cual se presentan los diferentes platos con un listado de características a evaluar con el fin de obtener datos precisos.

CAPITULO III

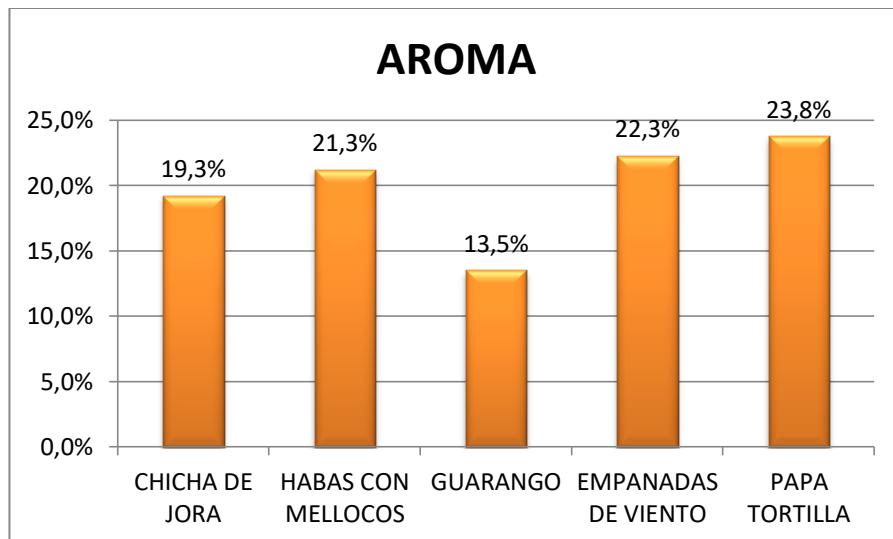
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis e interpretación de resultados

Objetivo: Identificar el conocimiento de los pobladores del cantón Cayambe sobre la gastronomía tradicional de la fiesta del Inti Raymi además de las emociones que presentan a través de la degustación, también se pretende analizar e interpretar la información que se arroja mediante las encuestas representando por medio de gráficos la aceptabilidad y las diferentes cuestiones que se requieran de manera eficiente y clara.

3.1.1 Parámetro Sensorial

Gráfico 1. Categoría Aroma



Elaborado por: Sánchez, K (2020)

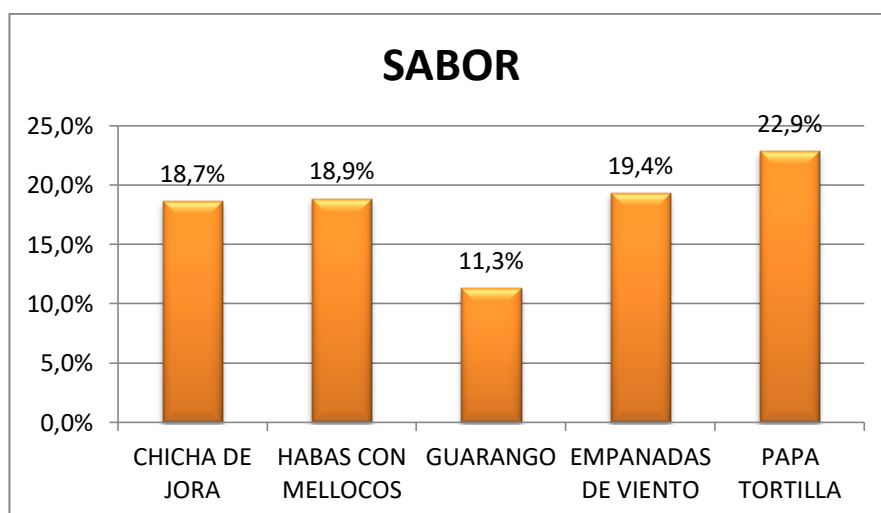
Análisis

El análisis sensorial aplicado a un total de 20 personas en la categoría de aroma arroja los siguientes niveles de aceptabilidad: chicha de jora con 19,3; un 21,3% habas con mellocos; guarango tiene un 13,5%, empanadas de viento con 22,3% y un 23,8% para papa tortilla; dando un total del 100% en la franja de aceptabilidad

Interpretación

Haciendo referencia a la categoría aroma, se puede deducir que el platillo papa tortilla tiene mayor aceptabilidad en cuestión del aroma debido a que se trata de un plato fuerte compuesto por varios alimentos contrastando cada uno de los olores con los otros; por el lado contrario el guarango es el que tiene un valor más bajo debido a que se trata de una bebida fermentada con un aroma no tan agradable.

Gráfico 2. Categoría Sabor



Elaborado por: Sánchez, K (2020)

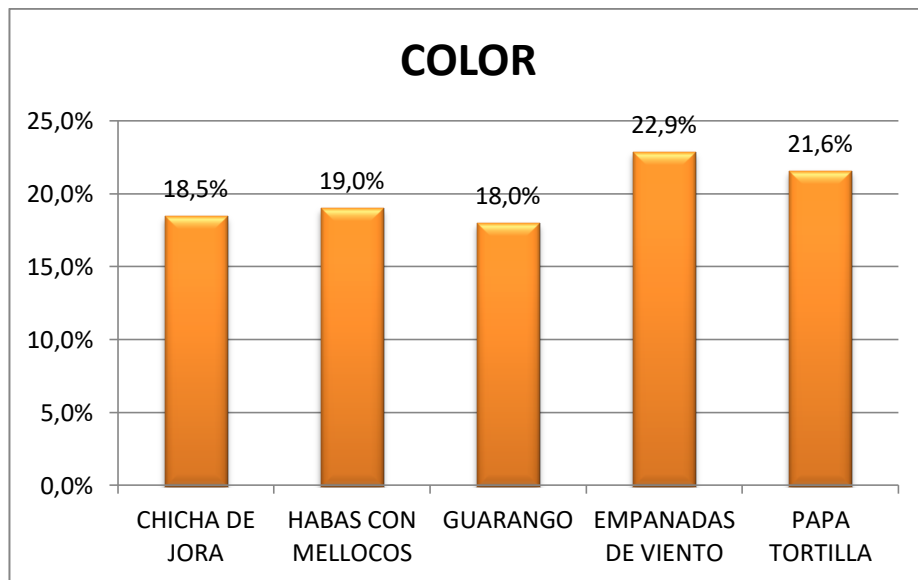
Análisis

El análisis sensorial aplicado a un total de 20 personas en la categoría de sabor arroja los siguientes niveles de aceptabilidad: chicha de jora con 18,7; un 18,9% habas con mellocos; guarango tiene un 11,3%, empanadas de viento con 19,4% y un 22,9% para papa tortilla; dando un total del 100% en la franja de aceptabilidad

Interpretación

Haciendo referencia a la categoría sabor el platillo de papa tortilla encabeza la categoría con un 22,9% ya que su composición de varios ingredientes le da una variedad de sabores, tanto la proteína como el carbohidrato acompañados de vegetales hacen un contraste en el paladar; mientras que el plato con más decadencia es el guarango, esto se debe a que su sabor ácido no resulta grato en la mayoría de paladares.

Gráfico 3. Categoría Color



Elaborado por: Sánchez, K (2020)

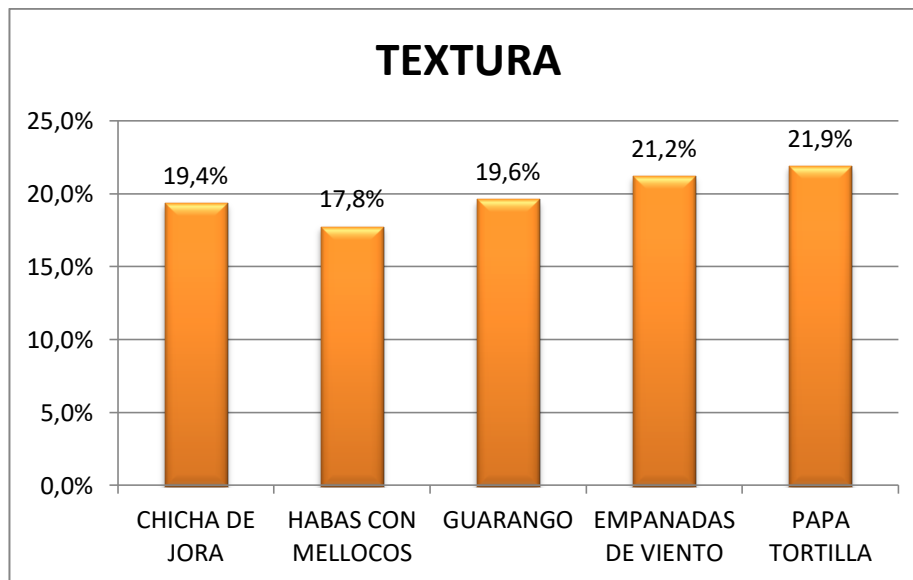
Análisis

El análisis sensorial aplicado a un total de 20 personas en la categoría de color arroja los siguientes niveles de aceptabilidad: chicha de jora con 18,5; un 19% habas con mellocos; guarango tiene un 18%, empanadas de viento con 22,9% y un 21,6% para papa tortilla; dando un total del 100% en la franja de aceptabilidad

Interpretación

Haciendo referencia a la categoría color el platillo que más resalta y es vistoso para la gente son las empanadas de viento ya que la técnica de cocción usada es la fritura y esta le da un brillo singular a la preparación; por otro lado la preparación que resulta menos llamativa es el guarango ya que presenta un color blanquecino opaco que no resalta demasiado

Gráfico 4. Categoría Textura



Elaborado por: Sánchez, K (2020)

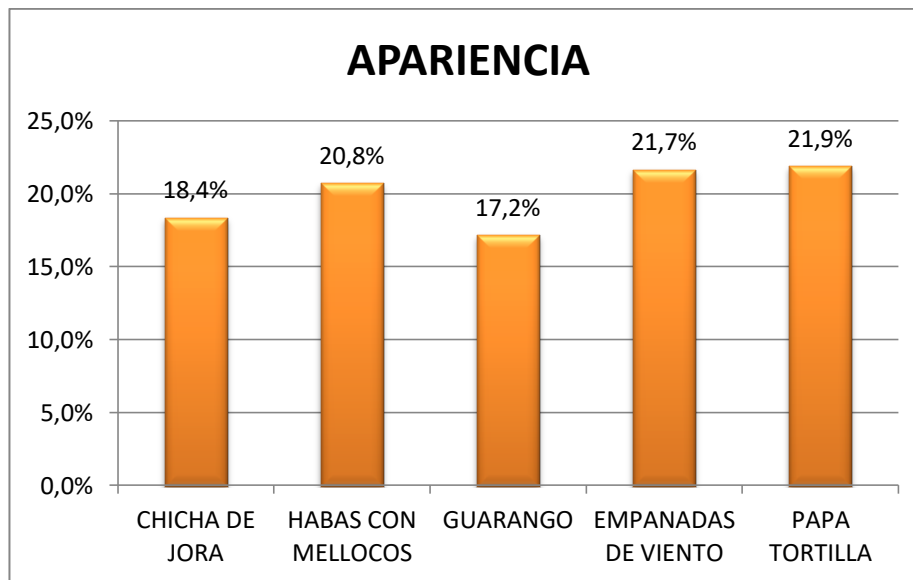
Análisis

El análisis sensorial aplicado a un total de 20 personas en la categoría de textura arroja los siguientes niveles de aceptabilidad: chicha de jora con 19,4; un 17,8% habas con mellocos; guarango tiene un 19,6%, empanadas de viento con 21,2% y un 21,9% para papa tortilla; dando un total del 100% en la franja de aceptabilidad

Interpretación

Haciendo referencia a la categoría textura el platillo más relevante es papa tortilla ya que la textura de las tortillas de papa es suave y se deshace sutilmente en la boca, de igual manera la carne resulta tierna y la remolacha junto a la lechuga le da un toque fresco; mientras que la preparación que tiene el nivel de aceptabilidad más bajo en textura es las habas con melloco, debido a que como en plato en sí necesita de aditivos externos como sal y ají que se le deben añadir constantemente para que resulte agradable al paladar.

Gráfico 5. Categoría Apariencia



Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Análisis

El análisis sensorial aplicado a un total de 20 personas en la categoría de apariencia arroja los siguientes niveles de aceptabilidad: chicha de jora con 18,4; un 20,8% habas con mellocos; guarango tiene un 17,2%, empanadas de viento con 21,7% y un 21,9% para papa tortilla; dando un total del 100% en la franja de aceptabilidad

Interpretación

Haciendo referencia a la categoría apariencia en cuanto a la presentación del plato con todos sus elementos, el que mayor aceptación es papa tortilla ya que resulta un plato fuerte con múltiples elementos con diferentes texturas y colores que pueden darse en una elaboración más detallada resaltando cada uno de los ingredientes; sin embargo el platillo que menor aceptación tiene es el guarango ya que es una bebida que generalmente resulta alcohólica y resulta difícil acompañarla con algún otro alimento debido a su acidez, por ende se consume sola y no tiene mayor presentación mas que servirla en un pilche.

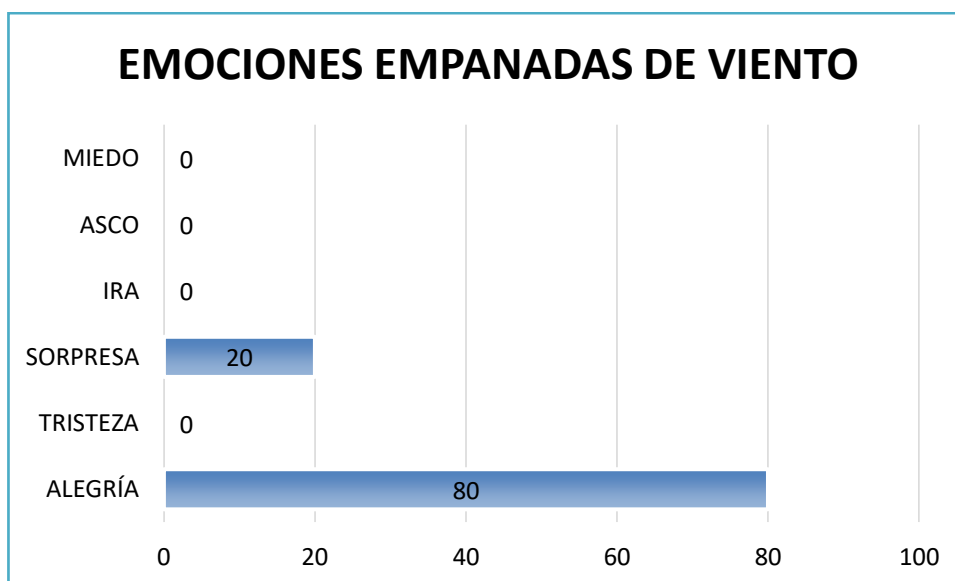
3.1.2 Parámetro Emocional

Tabla 3. Análisis emocional. Parámetro 1

Emoción	Elecciones	Porcentaje
Alegría	16	80
Tristeza	0	0
Sorpresa	4	20
Ira	0	0
Asco	0	0
Miedo	0	0
Total	20	100

Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Gráfico 6. Análisis emocional. Parámetro 1



Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Análisis

De un total de 20 personas encuestadas se determinó que al 80% les provocó alegría y al 20% les sorprendió.

Interpretación

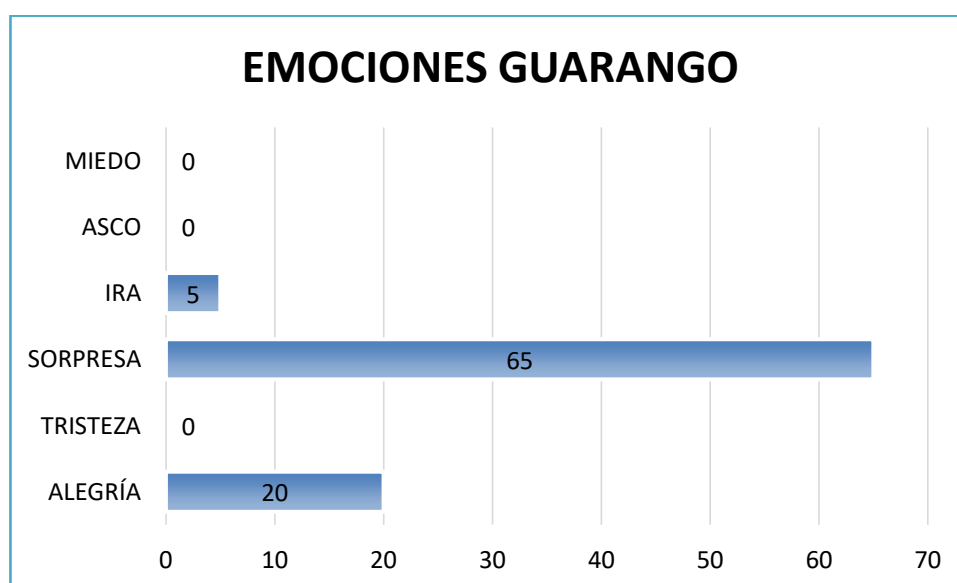
Con respecto a las emociones provocadas por las empanadas de viento se determina que la mayor es alegría debido a que esta preparación provoca sensación de júbilo y festejo y siempre recuerda a épocas de fiesta popular.

Tabla 4. Análisis emocional. Parámetro 2

Emoción	Elecciones	Porcentaje
Alegría	4	20
Tristeza	0	0
Sorpresa	13	65
Ira	1	5
Asco	0	0
Miedo	0	0
Total	20	100

Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Gráfico 7. Análisis emocional. Parámetro 2



Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Análisis

De un total de 20 personas encuestadas se determinó que al 5% les provocó ira, al 65% les sorprendió y al 20% les dio alegría.

Interpretación

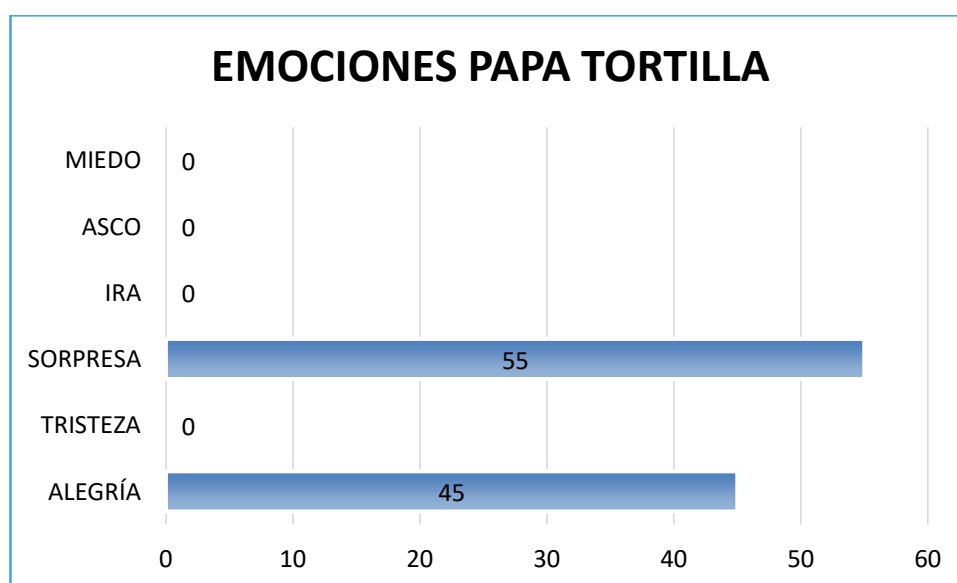
Con respecto a las emociones provocadas por el guarango se determinó que esta bebida causará emociones diferentes dependiendo del paladar, ya que puede generar sorpresa por su preparación y su sabor peculiar, así como ira si la persona es sensible a los sabores amargos o ácidos.

Tabla 5. Análisis emocional. Parámetro 3

Emoción	Elecciones	Porcentaje
Alegría	9	45
Tristeza	0	0
Sorpresa	11	55
Ira	0	0
Asco	0	0
Miedo	0	0
Total	20	100

Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Gráfico 8. Análisis emocional. Parámetro 3



Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Análisis

De un total de 20 personas encuestadas se determinó que al 55% les provocó sorpresa y al 45% les alegró.

Interpretación

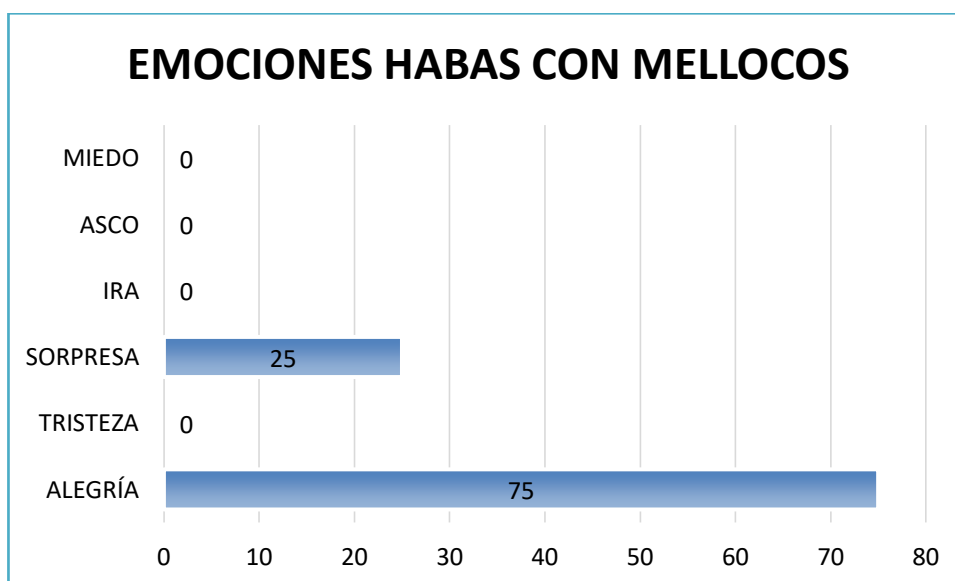
Con respecto a las emociones provocadas por la papa tortilla se puede decir que en su mayoría esta preparación causa gusto y maravilla, ya que la emoción sorpresa se da porque el platillo impresiona cuando es degustado y a su vez da alegría y gozo.

Tabla 6. Análisis emocional. Parámetro 4

Emoción	Elecciones	Porcentaje
Alegría	15	75
Tristeza	0	0
Sorpresa	5	25
Ira	0	0
Asco	0	0
Miedo	0	0
Total	20	100

Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Gráfico 9. Análisis emocional. Parámetro 4



Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Análisis

De un total de 20 personas encuestadas se determinó que al 25% les provocó sorpresa y al 75% les alegró.

Interpretación

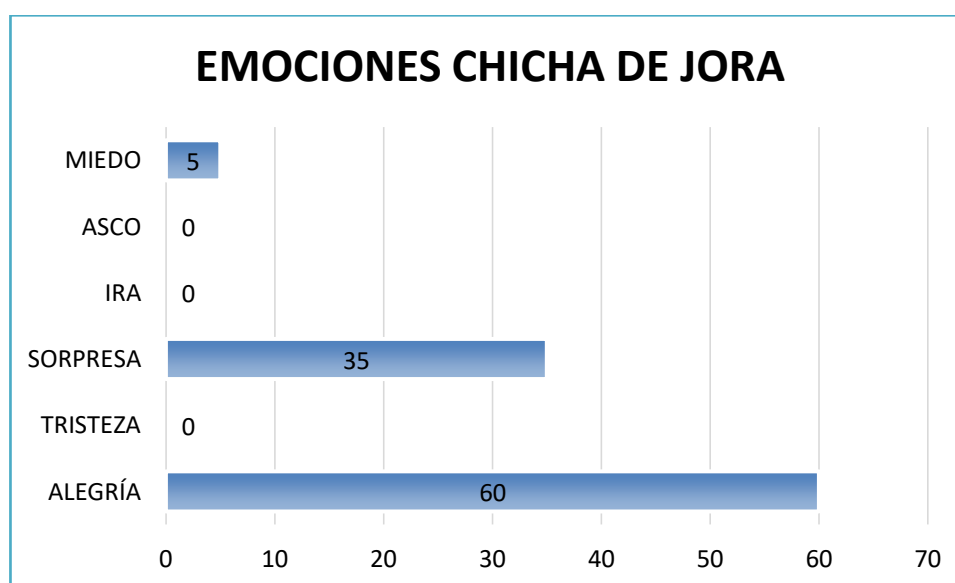
Con respecto a las emociones provocadas por las habas con mellocos se logra determinar que esta preparación resulta un bocadillo ameno que se puede tomar en cualquier hora del día ya que no es un plato fuerte y tiene sabores cálidos que alegran y dan paz.

Tabla 7. Análisis emocional. Parámetro 5

Emoción	Elecciones	Porcentaje
Alegría	12	60
Tristeza	0	0
Sorpresa	7	35
Ira	0	0
Asco	0	0
Miedo	1	5
Total	20	100

Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Gráfico 10. Análisis emocional. Parámetro 5



Elaborado por: Sánchez, K (2020)

Análisis

De un total de 20 personas encuestadas se determinó que al 5% les provocó miedo, al 35% les sorprendió y al 60% les dio alegría.

Interpretación

Con respecto a las emociones provocadas por la chicha de jora se puede resaltar que es una bebida con mayor aceptación en comparación al guarango, puede ser que se trate también de una bebida fermentada pero esta tiene un sabor más amigable con el paladar y causa en su mayoría sensaciones buenas.

3.2 Verificación de hipótesis

A través de las encuestas realizadas a 20 personas no entrenadas del cantón Cayambe que comprenden edades entre 18 – 42 años, se realizó la verificación de la hipótesis ingresando los datos en un programa SPSS, dicho programa informático muestra estadísticas que permiten analizar y gestionar resultados mediante el acceso a la información; se utilizó el test de Friedman, se trata de una prueba no paramétrica que compara tres o más muestras relacionadas, el método es capaz de determinar que la diferencia no se aleatoriamente, es decir que dicha diferencia sea estadísticamente significativa.

Fórmula estadístico Friedman

$$X_r^2 = \frac{12}{H K (K + 1)} \Sigma R_c^2 - 3H (K + 1)$$

En la fórmula anterior:

x_r^2 = estadístico calculado del análisis de varianza por rangos de Friedman

H = representa el número de elementos o de bloques

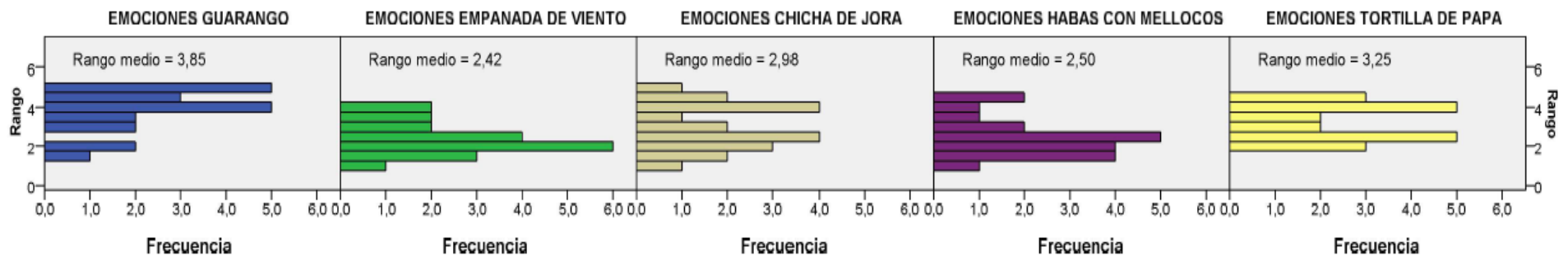
K = el número de variables relacionadas

ΣR_c^2 = es la suma de rangos por columnas al cuadrado

Resultado

Con la prueba de Friedman se puede rechazar la hipótesis nula y da aprobación a la hipótesis alternativa, por concluyente se puede decir que el nivel de significancia es menor o igual a 0,05 por esta razón se rechaza la hipótesis nula y se determina que hay evidencia necesaria para establecer que la cultura gastronómica de la Fiesta del Inti Raymi SI se relaciona con las emociones.

Gráfico 11. Prueba de Friedman. Análisis de dos vías de Friedman de varianza por rangos de muestras relacionadas



N total	20
Probar estadística	17,845
Grados de libertad	4
Sig. asintótica (prueba de dos caras)	,001

Fuente: Programa estadístico SPSS

Autor: Sánchez, K (2020)

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Se logró identificar las características de la gastronomía típica durante el Inti Raymi componiéndose esta en su mayoría de derivados del maíz como son el mote, tostado, chicha de jora con cierto toque de fermentación, tamales, humitas, tortillas de tiesto; destacando también otros granos y tubérculos como papas, mellocos, habas; entre las bebidas y preparaciones con harinas se encuentran coladas de dulce y sal, y empanas de viento. Es también muy importante el consumo de carne de los animales que se crían a lo largo del año como cuyes, gallinas, cerdos; otro punto de vital importancia es las bebidas ancestrales y ceremoniales como el guarango que resulta del agua de la planta de penco, un dato importante de esto es que el penco debe tener más de 15 años para extraer el mishque el cual será fermentado por al menos dos días para tener el guarango; a su vez la chicha de jora que resulta de maíz germinado por 7 días con panela en una vasija de barro. Estos diferentes alimentos son tomados en su gran mayoría de la madre tierra, a través de los cultivos y representan una fuente de energía capaz de dar energía mientras se danza festejando estas fechas.
- En el consumo de comida es importante tener un conocimiento previo de lo que se va a ingerir y como esto nos puede afectar tanto biológica como emocionalmente; dependiendo de la ingesta que realicemos se debe tener en cuenta que esto nos puede afectar de manera positiva y negativa y existe una escala de emociones básicas que podremos sentir tales como alegría, tristeza, temor, disgusto, sorpresa o frustración. De entre los diferentes alimentos que existen, los diferentes sabores o gustos que transmiten ya sea dulzura, acidez, amargura, salado, agrío, picante, dependerá el nivel de satisfacción que

retribuya. Si un mal sabor nos puede afectar emocionalmente de forma negativa, un buen sabor nos ofrecerá una experiencia inigualable emocionalmente hablando.

- Se implementó un medio de información digital que contiene datos explicativos sobre los platillos, significancia y procedencia; un recetario con ingredientes y procesos; la idea de fomentar y rescatar dichas preparaciones mediante imágenes y recetas sobre todo en época de fiestas resulta la forma más eficaz de dar a conocer o reivindicar estos platos que forman parte de un patrimonio gastronómico de un lugar en específico, y que cada lugar lo hace suyo según su forma de preparar o ingredientes que contengan. A través de la herramienta digital se impulsará el conocimiento fomentando a que nos apropiemos de nuestra cultura.

4.2 Recomendaciones

- Utilizar técnicas ancestrales de preparación de alimentos como son las fermentaciones de las bebidas o la utilización de vasijas de barro con el fin de mantener el sabor característico de los alimentos y dando conocer estos datos que resultan relevantes en la gastronomía del lugar. De igual manera mantener la materia de prima de estos platos y respetar los tiempos de preparación sin modificar radicalmente su composición.
- Desarrollar presentaciones de platos elaboradas que contrasten con el sabor y llamen la atención desde el primer momento antes del consumo, esto generaría una sinergia junto al factor sabor brindando una experiencia positiva y potenciando de manera significativa la emoción que provoque el platillo, de esta manera nos instauramos sólidamente en la mente del consumidor como un potencial gastronómico.
- Inferir en el uso de la herramienta virtual como un medio de información turística que promocioné el Inti Raymi mediante redes sociales y plataformas turísticas durante la época del Inti Raymi complementando de esta manera la promoción turística del cantón Cayambe dando auge a la entrada de turistas para que sean conocedores tanto del programa de festividades como de la gastronomía tradicional.

- Generar más énfasis en el desarrollo de marketing digital como método de promoción del destino turístico aprovechando las nuevas herramientas digitales que nos proporciona el avance tecnológico, dando cursos básicos de manejo y diseño y ofrecer estas oportunidades a nuevas generaciones de profesionales en turismo.
- Incentivar a la población local a mejorar su manejo y conocimiento de dichas tecnologías tanto para promocionar sus establecimientos como para ser consumidores de dichas técnicas, de manera que se mejore la oferta turística que tiene el cantón.

Bibliografía

- Baquero, Y. El papel de las emociones en la construcción de identidades. *El papel de las emociones en la construcción de identidades*. Universidad de Cartagena, Cartagena.
- Bosch, M. *Cultura Gastronómica. Una mirada crítica*. Universitat de les Illes Balears, Islas Baleares.
- Collado, J. *Educación Emocional: Retos para alcanzar un desarrollo sostenible*. Barquisimeto, Venezuela.
- de Marlangeon, S. *Tipos de descortesía verbal y emociones en contextos de cultura hispanohablante*. Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina.
- Fusté-Forné, F. Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*. Universitat de Girona, Montevideo.
- García, F. Uso de herramientas digitales para investigación y publicación. *Uso de herramientas digitales para investigación y publicación*. Universidad de Salamanca, Salamanca.
- Gómez, A. S., & Leyva, K. O. *Cultura Gastronómica. Gastronomía y Turismo - Diseño de Indicadores, Políticas y Cultura*. Universidad Autónoma del Estado de México, México.
- Guerra, E., Reyes, A., & Quintero, J. Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *El periplo sustentable*. Scielo, Toluca.
- Irrazabal, V., Olea, F., Edwin, P., & Leonidas, O. Las plataformas de publicación: herramientas open data. *Las plataformas de publicación: herramientas open data*. Santa Elena.
- Lavega, P., Filella, G., Agulló, M. J., Soldevila, A., & March, J. CONOCER LAS EMOCIONES A TRAVÉS DE JUEGOS: AYUDA PARA LOS FUTUROS DOCENTES EN LA TOMA DE DECISIONES. *CONOCER LAS EMOCIONES A TRAVÉS DE JUEGOS: AYUDA PARA LOS FUTUROS DOCENTES EN LA TOMA DE DECISIONES*.
- Mediavilla, V. *Gastronomía relacionada con la fiesta del Inti Raymi y vinculación de los alimentos con la ritualidad indígena de la provincia de Imbabura*. Universidad San Francisco de Quito, Quito.
- Morales, F. *Relaciones entre afrontamiento del estrés cotidiano, autoconcepto, habilidades sociales e inteligencia emocional*.
- Morejón, S. *Registro de las tradiciones culinarias típicas del cantón Cayambe como patrimonio cultural inmaterial, año 2015*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.

- Páez, C., Torres, F., Viteri, M. F., & Porras, M. E. M-learning as Support Tool in the Diffusion of the Traditional Food: Case Study Ambato. *The Impact of the 4th Industrial Revolution on Engineering Education*. Ambato, Ecuador.
- Pérez, M. El placer de comer: una mirada biopsicosocial. *El placer de comer: una mirada biopsicosocial*. Universidad del País Vasco, País Vasco.
- Pinto, M., & Abad, A. *Valor cultural del maíz y tecnologías ancestrales en la parroquia Caymbe de Ecuador*. Riobamba.
- Ramírez, A., & García, M. Construcción de una escala de alimentación emocional. *Construcción de una escala de alimentación emocional*. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Real, E., & Utrera, A. La gastronomía, la cultura y el patrimonio para un turismo sostenible. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*.
- Simó, V., Lagarón, D., & Rodríguez, C. El papel de las herramientas digitales en el desempeño de prácticas científicas, ingenieriles y matemáticas. *Educación STEM en y para el mundo digital*. Universidad de Murcia, Murcia.
- Sotelo, D., & Perea, J. *Importancia del color en los empaques y envases de alimentos y bebidas, la percepción del sabor y las emociones del consumidor*. Universidad Santo Tomás, Colombia.
- Torices, J. *Emoción y Percepción: Una aproximación ecológica*. Universidad de Granada.
- Torres, K. *Investigación del patrimonio cultural gastronómico de la fiesta del Inti Raymi en la localidad de Cayambe*. Universidad de las Américas, Quito.
- Troncoso, C. *Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable*. Universidad Católica de la Santísima Concepción.
- Troncoso, C., Alarcón, M., & Amaya, A. Significado emocional de la alimentación en personas mayores. *Significado emocional de la alimentación en personas mayores*. Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile.
- Tuaza, L. *La fiesta del Inti Raymi en la construcción del Estado plurinacional en el Ecuador*. Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba.
- Zurita, S., & Monge, P. *Redes sociales y plataformas tecnológicas como herramientas de difusión de la gastronomía ecuatoriana y negocios restauranteros*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta aplicada a personas del cantón Cayambe

Género: Hombre ___Mujer___

Edad: _____

Instrucción: Analice cada platillo y a través de su degustación califique del 1 a 5 según el nivel de agrado; por consiguiente indique el puntaje que le otorga a cada característica del platillo del 1 a 5, teniendo en cuenta que 1 es el valor mínimo y 5 es el máximo; para finalizar señale el tipo de emoción que le genera el platillo.

1. EMPANADAS DE VIENTO	PUNTUACIÓN		VALORACIÓN	
	5	Me encanta		
	4	Me gusta		
	3	Parece bueno		
	2	Es tolerable		
	1	No me gusta		

CARACTERÍSTICAS A EVALUAR	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
AROMA					
SABOR					
COLOR					
TEXTURA					
APARIENCIA					

DESTAQUE LA EMOCIÓN QUE MÁS RESALTA EN SU DEGUSTACIÓN:

ALEGRÍA	SORPRESA	IRA
TRISTEZA	ASCO	MIEDO

Género: Hombre ___Mujer___

Edad: _____

Instrucción: Analice cada platillo y a través de su degustación califique del 1 a 5 según el nivel de agrado; por consiguiente indique el puntaje que le otorga a cada característica del platillo del 1 a 5, teniendo en cuenta que 1 es el valor mínimo y 5 es el máximo; para finalizar señale el tipo de emoción que le genera el platillo.

1. CHICHA DE JORA	PUNTUACIÓN	VALORACIÓN
	5	Me encanta
	4	Me gusta
	3	Parece bueno
	2	Es tolerable
	1	No me gusta

CARACTERÍSTICAS A EVALUAR	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
AROMA					
SABOR					
COLOR					
TEXTURA					
APARIENCIA					

DESTAQUE LA EMOCIÓN QUE MÁS RESALTA EN SU DEGUSTACIÓN:

ALEGRÍA	SORPRESA	IRA
TRISTEZA	ASCO	MIEDO

Género: Hombre ___Mujer___

Edad: _____

Instrucción: Analice cada platillo y a través de su degustación califique del 1 a 5 según el nivel de agrado; por consiguiente indique el puntaje que le otorga a cada característica del platillo del 1 a 5, teniendo en cuenta que 1 es el valor mínimo y 5 es el máximo; para finalizar señale el tipo de emoción que le genera el platillo.

1. HABAS CON MELLUCOS	PUNTUACIÓN	VALORACIÓN
	5	Me encanta
	4	Me gusta
	3	Parece bueno
	2	Es tolerable
	1	No me gusta

CARACTERÍSTICAS A EVALUAR	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
AROMA					
SABOR					
COLOR					
TEXTURA					
APARIENCIA					

DESTAQUE LA EMOCIÓN QUE MÁS RESALTA EN SU DEGUSTACIÓN:

ALEGRÍA	SORPRESA	IRA
TRISTEZA	ASCO	MIEDO

Género: Hombre ___Mujer___

Edad: _____

Instrucción: Analice cada platillo y a través de su degustación califique del 1 a 5 según el nivel de agrado; por consiguiente indique el puntaje que le otorga a cada característica del platillo del 1 a 5, teniendo en cuenta que 1 es el valor mínimo y 5 es el máximo; para finalizar señale el tipo de emoción que le genera el platillo.

1. PAPA TORTILLA	PUNTUACIÓN	VALORACIÓN
	5	Me encanta
	4	Me gusta
	3	Parece bueno
	2	Es tolerable
	1	No me gusta

CARACTERÍSTICAS A EVALUAR	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
AROMA					
SABOR					
COLOR					
TEXTURA					
APARIENCIA					

DESTAQUE LA EMOCIÓN QUE MÁS RESALTA EN SU DEGUSTACIÓN:

ALEGRÍA	SORPRESA	IRA
TRISTEZA	ASCO	MIEDO

Género: Hombre ___Mujer___

Edad: _____

Instrucción: Analice cada platillo y a través de su degustación califique del 1 a 5 según el nivel de agrado; por consiguiente indique el puntaje que le otorga a cada característica del platillo del 1 a 5, teniendo en cuenta que 1 es el valor mínimo y 5 es el máximo; para finalizar señale el tipo de emoción que le genera el platillo.

<p>1. GUARANGO</p> 	PUNTUACIÓN	VALORACIÓN
	5	Me encanta
	4	Me gusta
	3	Parece bueno
	2	Es tolerable
	1	No me gusta

CARACTERÍSTICAS A EVALUAR	VALORACIÓN				
	1	2	3	4	5
AROMA					
SABOR					
COLOR					
TEXTURA					
APARIENCIA					

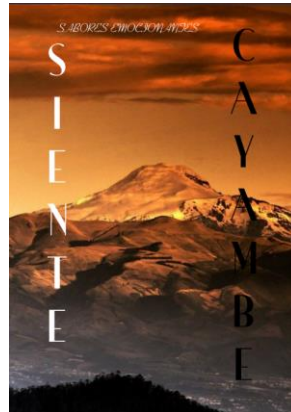
DESTAQUE LA EMOCIÓN QUE MÁS RESALTA EN SU DEGUSTACIÓN:

ALEGRÍA	SORPRESA	IRA
TRISTEZA	ASCO	MIEDO

Fuente: (Lavega, Filella, Agulló, Soldevila, & March)

Anexo 2. Propuesta

Imagen 1. Propuesta. Portada



Autor: Sánchez, K (2020)

Imagen 2. Propuesta. Contenido



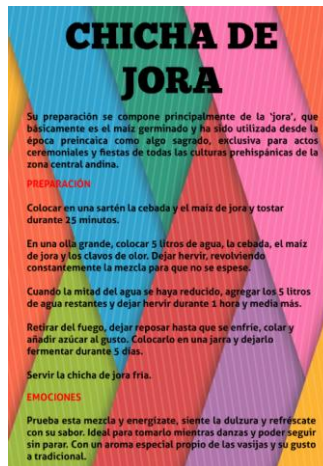
Autor: Sánchez, K (2020)

Imagen 3. Propuesta. Contenido



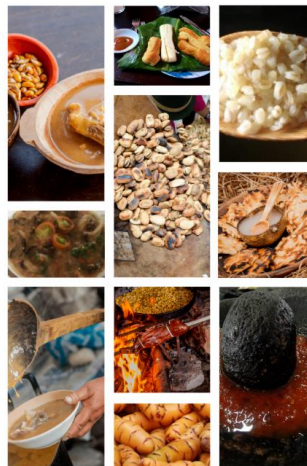
Autor: Sánchez, K (2020)

Imagen 4. Propuesta. Contenido



Autor: Sánchez, K (2020)

Imagen 5. Propuesta. Contenido



Autor: Sánchez, K (2020)

Imagen 6. Propuesta. Glosario



Autor: Sánchez, K (2020)

Fichas de los principales platos típicos del cantón Cayambe

Plato		Empanadas de viento	
Pax	10		
Cantidad	Unidad	Ingredientes	
450	g	Harina de trigo	
15	g	Polvo de hornear	
115	g	Mantequilla	
100	g	Cebolla blanca	
250	g	Queso fresco	
100	g	Azúcar	
500	ml	Aceite	
50	ml	Achiote	

Plato		Chicha de Jora	
Pax	10		
Cantidad	Unidad	Ingredientes	
200	g	Harina de jora	
2000	ml	Agua	
175	g	Panela	
c/n	g	Canela	
c/n	g	Clavo de olor	
c/n	g	Anís	
c/n	g	Anís estrellado	
c/n	g	Ishpingo	
120	ml	Alcohol puro	

Plato		Habas con mellocos	
Pax	10		
Cantidad	Unidad	Ingredientes	
350	g	Habas	
250	g	Mellocos	
500	g	Queso Fresco	
-	-	Sal	

Plato	Papatortilla		
Pax	10		
Cantidad	Unidad	Ingredientes	
200	g	Papa	
100	g	Lechuga	
75	g	Remolacha	
200	g	Carne de res	
125	g	Aguacate	
75	ml	Achiote	
50	ml	Aceite	
100	g	Cebolla blanca	

Plato	Guarango		
Pax	10		
Cantidad	Unidad	Ingredientes	
500	ml	Mishque	

Plato	Uchu Jacu		
Pax	10		
Cantidad	Unidad	Ingredientes	
500	g	Maíz	
500	g	Frejol	
500	g	Habas	
500	g	Lenteja	
500	g	Quinoa	
500	g	Morocho	
50	g	Achiote	
60	g	Ajo	
500	g	Trigo	
500	g	Arveja	
80	g	Comino	

Anexo 3 Fotografías Encuesta

Papatortilla

Imagen 7. Degustación



Autor: Sánchez, K (2020)

Imagen 8. Degustación



Autor: Sánchez, K (2020)

Imagen 9. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 10. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 11. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 12. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Chicha de Jora

Imagen 13. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 14. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 15. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 16. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 17. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Habas con mellocos

Imagen 18. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 19. Degustación



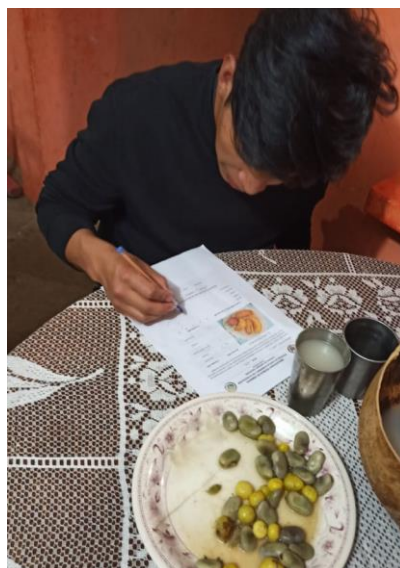
Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 20. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 21. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 22. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Empanadas de viento

Imagen 23. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 24. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 25. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 26. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 27. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 28. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Guarango

Imagen 29. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 30. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 31. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 32. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)

Imagen 33. Degustación



Autor: Sánchez, K. (2020)