



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

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en
Turismo

Tema: “El turismo 2.0 y la cocina tradicional en el cantón Ambato”

Autor: Torres Toctaguano Jonathan Torres

Tutor: Ing. Alicia Mercedes Porras Angulo, Mg.

Ambato - Ecuador
Junio, 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“Tema: “El turismo 2.0 y la cocina tradicional en el cantón Ambato”

de alumno Torres Toctaguano Jonathan Alexander, estudiante de la carrera de Turismo, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Junio 2023

EL TUTOR

.....
Ing. Alicia Mercedes Porras Angulo, Mg.

C.C.: 0502279474

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación **“El turismo 2.0 y la cocina tradicional en el cantón Ambato”** como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de éste trabajo de grado.

Ambato, junio 2023



.....
Jonathan Alexander Torres Toctaguano

C.C: 2803706561

AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, junio 2023



.....
Jonathan Alexander Torres Toctaguano

C.C: 2803706561

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**“El turismo 2.0 y la cocina tradicional en el cantón Ambato”**” de Jonathan Alexander Torres Toctaguano, estudiante de la carrera de Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, mes y año

Para constancia firman

Mg. María José Mayorga Ases

C.C.: 1804855912

Diego Fernando Melo Fiallos

C.C.: 1803017365

DEDICATORIA

A mis padres, Nelson Torres y Martha Toctaguano por saberme educar y apoyarme hasta este momento de mi vida.

A mis hermanos Erika y Matías Torres por darme el valor de seguir adelante con nuestra familia y ser mis eternos compañeros de vida.

A mí, por saber seguir adelante frente a todas las adversidades que se me han presentado, por ser perseverante y fiel a quien soy, por no perder mi esencia y dejar por adelante de cualquier situación y personas mis ideales firmes, por ser capaz y autosuficiente, por trabajar en mejorar mi persona constantemente.

A la vida, el universo y dios por darle cumplimiento a esta etapa de mi vida.

Jonathan Alexander Torres Toctaguano.

AGRADECIMIENTO

A los docentes y conjuntamente a la Universidad Técnica de Ambato quienes supieron inculcar y mantener mi pasión por la carrera de turismo.

A mi tutora Ing. Alicia Porras quien por su apoyo y gran paciencia supo guiarme en esta etapa académica.

A mi hermana Erika Torres por brindarme el apoyo único que solo una hermana puede otorgar.

A mi mejor amigo David Chamorro quien se convirtió de compañero de aula a compañero de vida apoyándonos conjuntamente en muchos aspectos de nuestras vidas.

Agradezco enormemente a Jonathan Torres, mi persona, por no rendirme por ser la persona que siempre quise llegar a ser y por seguir alcanzando cada una de las metas que siempre busque llegar.

Jonathan Alexander Torres Toctaguano.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-------------|
| PORTADA | I |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR | II |
| AUTORÍA DEL TRABAJO | III |
| DERECHOS DE AUTOR | IV |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO | V |
| DEDICATORIA | VI |
| AGRADECIMIENTO | VII |
| RESUMEN EJECUTIVO | XIII |
| ABSTRACT | XIV |

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

| | |
|---|----|
| 1.1 Antecedentes investigativos | 1 |
| Desarrollo teórico de la variable independiente: Cocina Tradicional | 6 |
| Desarrollo Teórico de la Variable independiente: Turismo 2.0 | 12 |

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

| | |
|----------------------------|----|
| 2.1 Materiales | 19 |
| 2.2 Métodos | 20 |
| Enfoque | 20 |
| Diseño | 21 |
| Alcance | 21 |
| Delimitación del área..... | 22 |

| | |
|--------------------------|----|
| Población y muestra..... | 22 |
| Población | 22 |
| Muestra..... | 23 |
| Técnicas | 24 |
| Instrumentos..... | 24 |

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

| | |
|---|----|
| 3.1 Análisis y discusión de los resultados | 27 |
| 3.1.1 Encuestas | 27 |
| Pregunta 3.- Considero que la cocina tradicional ayuda a potenciar la identidad gastronómica de un lugar. | 29 |
| | 35 |
| 3.1.2 Fichas INPC..... | 42 |
| Fichas INPC análisis..... | 54 |
| Discusión | 55 |
| 3.2 Verificación de hipótesis | 57 |

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|-------------------------------|----|
| 4.1 Conclusiones | 59 |
| 4.2 Recomendaciones | 60 |
| Propuesta | 60 |
| Título de la propuesta | 60 |
| Objetivo de la propuesta..... | 60 |
| Justificación..... | 61 |

| | |
|--|----|
| Desarrollo de la Propuesta..... | 61 |
| C. MATERIALES DE REFERENCIA..... | 62 |
| ANEXOS..... | 66 |
| Anexo A. Carta Compromiso..... | 66 |
| Anexo B. instrumento de recolección de información..... | 66 |
| Anexo C. Carta de entrega recepción del producto beneficiario..... | 76 |
| Anexo D. Evidencias..... | 77 |
| Anexo E. Validación de encuestas por expertos..... | 79 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Platos Regiones | 6 |
| Figura 2 Cocina ecuatoriana ancestral | 8 |
| Figura 3: Gastronomía como Identidad | 11 |
| Figura 4 Atocha - Ficoa | 21 |
| Figura 5 Medios digitales | 27 |
| Figura 6 Promoción turística..... | 28 |
| Figura 7 Identidad gastronómica | 29 |
| Figura 8 Promoción digital | 30 |
| Figura 9 Plataformas web | 31 |
| Figura 10 Publicidad gastronómica | 32 |
| Figura 11 Interés medios digitales | 33 |
| Figura 12 Redes sociales confiables | 34 |
| Figura 13 Comentarios redes sociales..... | 35 |
| Figura 14 Incentivos promociones..... | 36 |
| Figura 15 Información actual..... | 37 |
| Figura 16 Precios expuestos | 38 |
| Figura 17 Empanadas de viento..... | 39 |
| Figura 18 Colada morada..... | 40 |
| Figura 19 Cuy preparación | 41 |
| Figura 20 Helados Ficoa..... | 42 |
| Figura 21 Hipótesis..... | 58 |
| Figura 22 Código QR video promocional:..... | 61 |
| Figura 23 Recolección de información..... | 66 |
| Figura 24: Encuestas dirigidas a los consumidores habituales de los locales gastronómicos típicos de la parroquia Atocha – Ficoa..... | 77 |
| Figura 25: Encuestas dirigidas a los consumidores habituales de los locales gastronómicos típicos de la parroquia Atocha – Ficoa..... | 78 |
| Figura 26: Levantamiento de información para el fichaje INPC sobre los consumidores habituales de los locales gastronómicos típicos de la parroquia Atocha – Ficoa..... | 78 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Recursos y materiales..... | 19 |
| Tabla 2 Tabla de estadísticas de fiabilidad..... | 26 |
| Tabla 3 Pruebas de chi-cuadrado | 57 |

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación estudia al turismo 2.0 y, en cómo está es una herramienta para la promoción de la cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa. La misma cuenta con una variada oferta culinaria que expone diferentes tradiciones y legados patrimoniales propios. Se utilizó una metodología de carácter mixto, puesto que se entiende como un proceso que analiza, recolecta y evidencia datos cualitativos y cuantitativos dentro de un estudio común, con un método deductivo. Los resultados fueron dados mediante la aplicación de instrumentos que justifiquen la metodología mixta, se aplicó encuestas para los aspectos cuantitativos y la aplicación de las fichas del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), para el ámbito cualitativo. Se implementó un análisis de Alfa de Cronbach que reflejo una fiabilidad de 0,84 considerada favorable, mientras que para el segundo instrumento se recopiló datos de las principales preparaciones de comida tradicional del área de estudio, obteniendo una hipótesis comprobada por medio el programa estadístico SPSS dando como resultado un valor de chi cuadrado de 0,001 reflejando la aceptación de hipótesis alternativa. Se refleja que el 75,37% de la población encuestada estuvo muy de acuerdo en que los medios digitales son indispensables para la promoción turística, siendo la colada morada con un 62,07% la principal preparación relevante de este sector. Al ser una preparación posicionada su difusión carece, se plantea la creación de un video promocional destacando su legado cultural mediante herramientas del turismo 2.0 como códigos QR para su mejor difusión dentro de esta parroquia del cantón Ambato.

**PALABRAS CLAVE: TURISMO 2.0, COCINA TRADICIONAL,
PROMOCIÓN DIGITAL, GASTRONOMÍA TÍPICA, ATOCHA - FICOA.**

ABSTRACT

This research studies tourism 2.0 and how it is, it is a tool for the promotion of the traditional cuisine of the Ambato canton specifically within the Atocha - Ficoa parish. This parish has a varied culinary offer that exposes different traditions and heritage legacies of its own. A mixed methodology was used, since it is understood as a process that analyzes, collects and evidences qualitative and quantitative data within a common study, with a deductive method. The results were given through the application of instruments that justify the mixed methodology, making use of surveys for the quantitative aspects and the application of the INPC sheets for the qualitative field. An analysis of Cronbach's Alpha was implemented that reflects a reliability of 0.84 considered favorable, while for the second, data from the main traditional food preparations within the Atocha - Ficoa sector were collected, obtaining a hypothesis verified through the SPSS statistical program resulting in a chi square value of 0.001 reflecting the acceptance of alternative hypotheses. It is reflected that 75.37% of the surveyed population strongly agreed that digital media are indispensable for tourism promotion, with the purple laundry with 62.07% being the main relevant preparation of this sector. Being a prepared positioned, its dissemination lacks, the creation of a promotional video highlighting its cultural legacy through tourism 2.0 tools as QR codes for its better dissemination within this parish of the Ambato canton is proposed.

KEYWORDS: TOURISM 2.0, TRADITIONAL CUISINE, DIGITAL PROMOTION, TYPICAL GASTRONOMY, ATOCHA -

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

-Investigaciones antecedentes

En esta investigación se tomaron antecedentes de datos e información de los presentes trabajos de investigación:

En su investigación titulada "Ecuador Ancestral", **Carvajal (2016)** se propuso revalorizar, rescatar y promover ciertos productos tradicionales del país, así como recuperar los antiguos métodos de cocción utilizados en Ecuador. El objetivo era destacar lo mejor de cada uno de estos productos, de manera que al probar un plato o ingrediente, la persona experimentara una sensación de viaje en el tiempo y recordara los alimentos y sabores que formaron parte de la dieta diaria. Además, se buscaba fomentar el desarrollo de hábitos alimenticios que identificaran a Ecuador en la competencia gastronómica hispanoamericana.

Por otro lado, en su estudio titulado "La gastronomía Ambateña y su influencia en el estudiante de la escuela de alta cocina L'escoffier en el año 2009", **Manquero (2009)** de la Universidad Técnica de Ambato destaca que durante su investigación encontró una falta considerable de conocimientos sobre la cocina ambateña entre los instructores y estudiantes, ya que se mostraban más interesados en conocer la gastronomía de otros países. Mediante este proyecto, el autor logró recopilar información sobre el tema con personas dentro de la misma institución, con el fin de fortalecer la tradición gastronómica y llevar a cabo una investigación que arrojara resultados precisos. El objetivo principal de este estudio era demostrar la relevancia de la gastronomía ambateña en los estudiantes, concluyendo que dar prioridad al uso de ingredientes nacionales de alta calidad, los cuales están en peligro de desaparecer, podría comenzar enviándolos junto con los aperitivos y animar a las personas a que los incluyan en su dieta, destacando su valor patrimonial.

En su estudio titulado "Los principios de la cocina tradicional ecuatoriana" **López (2014)**, exploró la conexión entre la cocina tradicional del país, los principios culinarios, las especias y la cocina local en instalaciones turísticas y actividades relacionadas en general. A través de un análisis teórico bibliográfico, el autor revela varios elementos, incluyendo el estudio de la cocina tradicional ecuatoriana, los ingredientes y la cocina de Palamós, así como la influencia de la cultura Chagra en la cocina de la región. Estas investigaciones proporcionan pautas para comprender la relación entre la gastronomía local y el desarrollo turístico. En conclusión, se destaca que el cantón Mejía posee un valioso legado gastronómico con platos que abarcan desde la época prehispánica hasta la moderna, lo cual demuestra que uno de los principales atractivos para los turistas que visitan esta zona rural es disfrutar de su gastronomía.

En su estudio de licenciatura titulado "Gastronomía y el impacto del turismo en la ciudad de Ambato", **López (2010)** destaca la importancia de la influencia de la gastronomía de la provincia de Ambato en el turismo de Tungurahua. El autor enfatiza que esta influencia juega un papel clave en el crecimiento socioeconómico de la sociedad y tiene como objetivo promover la participación de la población en la promoción de este fenómeno, ya que crea más oportunidades de empleo. El estudio concluye que el potencial turístico de la gastronomía desempeña un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad, al aprovechar los recursos gastronómicos como un atractivo turístico, lo que fortalece la relevancia de Ambato en comparación con otros cantones de Tungurahua.

Turismo 2.0

En el estudio titulado "El turismo 2.0. Un nuevo modelo de promoción turística en Madrid" realizado por **Sánchez (2018)**, se plantea el objetivo de promover la participación de los turistas en la promoción turística. El autor argumenta que, con el avance de la sociedad y la tecnología, el perfil del cliente ha experimentado cambios constantes, lo que ha dado lugar a nuevos conceptos como el productor, consumidor y anunciante. Estos conceptos pueden aplicarse al nuevo cliente de la web 2.0, que se caracteriza por su participación en la promoción y consumo de diferentes productos y servicios. La investigación busca responder a interrogantes sobre cómo las empresas turísticas se adaptan a este tipo de clientes y cómo pueden beneficiarse de las nuevas formas de promoción. Se destaca la importancia de adaptarse a estos cambios para garantizar la relevancia de los servicios turísticos actuales y su futuro desarrollo.

En su estudio titulado "Guía de viaje y turismo 2.0" en Maracaibo, **Calvi (2016)**, se propuso generar una base de viajes a través de la promoción en línea. El autor argumenta que en las últimas décadas, la comunicación a través de Internet ha tenido un impacto significativo en las características del consumidor demandante, lo que ha llevado a cambios en las formas tradicionales de promoción. El objetivo del estudio es analizar y evaluar las transformaciones más relevantes relacionadas con el turismo 2.0, utilizando textos de turismo recientes. Como resultado de la investigación, se observa el cambio en el entorno virtual actual, la cantidad de información que se transmite y su distribución, y se considera su importancia para el nuevo horizonte de expectativas futuras y la era de promoción digital.

En su texto "Promoción turística 2.0. Análisis de las redes sociales de los gobiernos iberoamericanos", **Benítez, López y González (2016)**, destacan el turismo como un fenómeno de crecimiento masivo a nivel mundial. Su objetivo es analizar a 22 repúblicas de países iberoamericanos que han implementado la comunicación 2.0 para difundir y promover propuestas turísticas. El estudio utiliza una combinación de

metodologías que incluyen el análisis de la interacción de los turistas con los medios promocionales gubernamentales a través de portales web. El resultado es una hipótesis sobre la convergencia digital de la comunicación entre el turista y el proveedor de servicios turísticos.

Siguiendo con esto, **en** su estudio "Comunicación turística 2.0 en Ecuador - Análisis de las empresas públicas y privadas", **Benítez, Gutiérrez y Ordóñez (2018)**, señalaron que la industria turística de Ecuador ocupa el tercer lugar en términos de ingresos en la economía, y se espera que se convierta en la principal fuente de divisas en los próximos años. El objetivo de su investigación fue promover la promoción del turismo tanto a nivel nacional como internacional. Como resultado, se identificó y evaluó el nivel de comunicación 2.0 en las empresas públicas y privadas de Ecuador. Los hallazgos reflejaron la importancia de darle una convergencia a la comunicación turística 2.0 en los medios sociales para aumentar su impacto y efectividad.

En su estudio "Turismo 2.0 como herramienta para promocionar los atractivos culturales de Guayaquil", **Brunett, Verdesoto y López (2017)**, argumentan que la sociedad se encuentra en constante desarrollo, lo que implica el uso de nuevas tecnologías. El objetivo de su investigación es contribuir al desarrollo de diversos sectores económicos en la ciudad, especialmente el sector manufacturero y el turismo. En el contexto de sus argumentos, se encontraron resultados que destacan la importancia de resaltar la convergencia entre los procesos digitales y los procesos de globalización. Esto se hace con el fin de comprender el papel de la tecnología como una parte integral de las industrias mencionadas, y cómo esta revolución de la información tiene un impacto significativo en la transformación real del sector turístico.

Teoría, modelo o posición filosófica

El desarrollo de este proyecto de investigación se basa en la teoría según los fenómenos estudiados:

En el marco del modelo socio-psicológico del turismo de Iso Ahola, se plantea que los turistas tienen dos áreas de interés o motivación en su tiempo de ocio: los factores psicológicos personales y las relaciones sociales interpersonales (**Panosso & Lohmann, 2012**). En este sentido, la investigación se basará en este modelo, considerando que en algunos casos, la gastronomía local representa el principal motivo de visita a una determinada región, contribuyendo así a los atractivos y recursos turísticos de dicha zona. Los turistas buscan generar nuevas experiencias que beneficien tanto su desarrollo personal como el desarrollo socioeconómico del lugar que visitan.

Por otra parte, la teoría de la mirada del turista propuesto por **Urry (1996)** se centra en las características históricas y sociológicas que revelan las actividades ocultas de la sociedad. Según esta teoría, la elección de un destino turístico se basa en expectativas específicas que permiten al turista adquirir conocimientos e información histórica sobre el lugar visitado. En este sentido, la investigación empleará esta teoría, analizando un período de varios años y centrándose en los cambios relevantes desde el punto de vista histórico que han involucrado al turista. Esto se vinculará con el turismo 2.0 y cómo, con el avance de la sociedad y los medios de promoción turística, ha habido una evolución y cambio constantes impulsados por las nuevas tecnologías.

Desarrollo teórico de la variable independiente: Cocina Tradicional

Principales platos

Según **Ávila (2018)**, dentro de las recetas típicas ecuatorianas se pueden encontrar platos como el aguado (caldo con bolitas de plátano verde), los llapingachos (tortitas de papa con queso y mantequilla de maní), las empanadas blancas y la fanesca (guiso de maíz, arvejas, frijoles, lentejas y guisantes). También se mencionan los mariscos, como langosta, camarones y diversas frutas tropicales exóticas y deliciosas como mango, maracuyá, papaya, piña y melón.

El autor destaca que en Ecuador existen varias regiones donde la comida varía en función de la cultura de la población local y los ingredientes disponibles en cada área. Cada región cuenta con ingredientes propios, siendo Ecuador privilegiado al tener acceso a tres fuentes culinarias diferentes: pescados de la costa del Pacífico y las Islas Galápagos, productos de los Andes y alimentos de la selva amazónica. Los platos típicos de cada región se basan en estas tres fuentes de ingredientes, lo que permite una amplia variedad de preparaciones locales.

Figura 1: Platos Regiones



Nota: Platos típicos por regiones del ecuador

En cuanto a las bebidas típicas ecuatorianas, se mencionan las preparaciones con aguardiente de caña, como el renombrado "pájaro azul", que es una mezcla de aguardiente de caña de azúcar con cáscara de naranja, la cual cambia de color al hervir. También se menciona la chicha, una bebida elaborada a base de yuca, mote o maíz, y el canelazo.

Cocina ecuatoriana ancestral

Según un informe de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación en Ecuador en noviembre de 2001, se señala que Ecuador es un país muy diverso, con una flora y fauna de gran riqueza que influyen en la producción de alimentos y en la dieta de su población. Estos alimentos se caracterizan por ser altamente nutritivos y económicos. Sin embargo, en la actualidad se ha adoptado un patrón dietético perjudicial para la salud y la calidad de vida. Se opta por alimentos con una preparación poco saludable y sin valor patrimonial, impulsados por la globalización y las grandes franquicias de comida rápida.

En este sentido, es importante mantener un consumo saludable de los recursos gastronómicos culturales, los cuales, combinados con otros alimentos, resultan beneficiosos para la salud humana y la comunidad. **Ávila (2019)**, menciona algunas recetas típicas ecuatorianas, como el aguado (caldo con bolitas de plátano verde), los llapingachos (tortitas de papa con queso y salsa de maní), las empanadas de maíz blanco y la fanesca (guiso elaborado con maíz, guisantes, frijoles y lentejas). También se destacan los mariscos, como langosta y camarones, así como las frutas tropicales exóticas y deliciosas, como mango, maracuyá, papaya, piña y melón. Estos alimentos ofrecen numerosos beneficios para la salud. Por ejemplo, el pescado, consumido de diversas formas en las regiones costeras, orientales e insulares, es una fuente de proteínas fácilmente digestibles. Su contenido de omega 3 es beneficioso para la salud cardiovascular, y el selenio que contiene actúa como un poderoso antioxidante que retarda el envejecimiento celular.

El pollo, por su parte, es una carne blanca de fácil digestión, con altos niveles de magnesio, que es un mineral esencial para la contracción y relajación muscular, además de desempeñar un papel en la mineralización de huesos y dientes al ayudar a fijar el calcio y el fósforo.

En cuanto al cerdo, se considera una carne blanca debido a su baja concentración de mioglobina, y también es una fuente de potasio, mineral que desempeña un papel importante en el mantenimiento de la presión arterial normal.

Las frutas, por su parte, son alimentos de fácil digestión y poseen un alto contenido de agua, así como hidratos de carbono (fructosa), ácidos orgánicos, vitaminas (especialmente del grupo A, C y B), fibra y minerales. **Villacrés (2017)**, destaca el valor nutricional de la comida ecuatoriana y cómo los alimentos de los antepasados fortalecen y nutren el cuerpo, protegiéndolo de diversas enfermedades.

Figura 2: *Cocina ecuatoriana ancestral*



Nota: Cocina ancestral ecuator

Patrimonio gastronómico

La UNESCO (2016), define el patrimonio inmaterial como aquello que está vivo, arraigado en el pensamiento y se manifiesta a través del cuerpo. Estas expresiones se transmiten de generación en generación, interactúan con la naturaleza y la historia, otorgan identidad a las comunidades, promueven el respeto por la diversidad y son compatibles con los derechos humanos. Este patrimonio abarca tradiciones orales, música, danza, teatro, usos sociales, rituales, festividades, saberes, técnicas artesanales y, por supuesto, la gastronomía local.

En su investigación sobre la asociación de chefs ecuatorianos, Pazos (2018), destaca que para ser considerada tradicional, la gastronomía ecuatoriana de la región ecuatorial debe tener al menos cien años de antigüedad. Este patrimonio no solo es parte de la historia, sino que también puede ser una fuente importante de ingresos. Como explica Armendáriz (2015), la gastronomía juega un papel fundamental como atractivo turístico en el país. El patrimonio gastronómico es una identidad que promueve a productores, comerciantes y restaurantes.

Según la investigación de Masía (2018), titulada "Patrimonio Gastronómico como base de comida típica", este se refiere al valor cultural que el ser humano agrega a los alimentos a través de su cultivo, empaquetado, preparación, presentación, fechas u ocasiones en las que se consumen, lugares, artefactos, recetas, rituales, que responden a expectativas tácitas, forman parte de una memoria común y generan sentimientos o emociones similares con solo mencionarlos, evocarlos o consumirlos.

Patrimonio cultural alimentario

Apolo (2016), proporciona una definición del patrimonio cultural alimentario como un comportamiento colectivo estándar que surge de la adaptación de los miembros de sociedades históricas a su entorno natural. En otras palabras, el patrimonio cultural no es algo fijo y universal, sino una técnica desarrollada para cumplir un propósito específico en un momento y lugar concretos, a través de un proceso colectivo. Además, este patrimonio puede evolucionar históricamente en función de nuevos criterios o intereses que determinen nuevas metas en circunstancias cambiantes, según la definición del grupo al que pertenezca (**Laguna, 2007**).

También se puede entender el patrimonio cultural alimentario como un conjunto de elementos tangibles e intangibles relacionados con la herencia social de un lugar específico. Estos elementos incluyen productos agrícolas, conocimientos, experiencias y artesanías. Tanto las identidades como el patrimonio son expresiones construidas socialmente y están sujetos a un constante proceso de transformación, influenciado por las tradiciones del pasado y la modernidad, que contribuyen a la creación de identidades culturales en el presente.

Gastronomía como identidad.

La geografía, el medio natural, la estructura social, las costumbres, la historia, la riqueza natural y la biodiversidad son factores distintivos que varían de una región a otra y que influyen en la imagen de un país. Entre estos componentes, la gastronomía, gracias a su gran riqueza, es un legado inherente que se ha transmitido de generación en generación, preservando así la identidad de cada región y su entorno natural. La gastronomía como identidad engloba todas las preparaciones alimentarias que utilizan prácticas y conocimientos específicos, los cuales tienen un importante valor cultural y simbólico para un lugar determinado.

Cuando hablamos de gastronomía como identidad, nos referimos a las diferentes gastronomías que se consideran platos típicos y relevantes, que poseen un valor histórico tanto en su forma de preparación como en los ingredientes que los componen. Estas gastronomías emplean diversas técnicas que han sido transmitidas culturalmente a lo largo del tiempo. Además, no se limita únicamente a la elaboración de bebidas o platos tradicionales, sino que también abarca los productos mismos que son consumidos por los miembros de una sociedad en particular.

Identidad alimenticia local.

La gastronomía se encuentra intrínsecamente vinculada a los conocimientos sobre la naturaleza dominante que la rodea, y su utilización adopta diversas formas que le confieren un valor evidente. No obstante, esta importancia no puede ser dissociada por completo de su estructuración social. En virtud de este hecho y debido al constante cambio en la transmisión de saberes, que ha sido influenciado por el progreso constante de la sociedad, se ha observado una disminución en la relevancia del pensamiento escrito y oral. Esta situación plantea una problemática para la valoración adecuada de lo que corresponde a la identidad alimentaria local (Moreira, 2006).

Figura 3: Gastronomía como Identidad



Nota: Identidad gastronómica

Desarrollo Teórico de la Variable independiente: Turismo 2.0

Turismo 2.0

Al navegar por Internet, encontramos que la convergencia del turismo y la Web 2.0 es conocida como "Travel 2.0" o, en otras palabras, "Viajar 2.0". Existe una clara transformación en varios sectores debido a la constante evolución de Internet, entre ellos el turismo. Según el informe citado, el notable progreso en este sector se debe principalmente a dos características: el uso intensivo de información para la planificación del viaje y la comercialización de servicios en lugar de bienes físicos.

Con los cambios constantes en la sociedad y el aumento del uso de plataformas web y redes sociales, se ha influido en la concepción del turismo. El concepto tradicional de turismo masivo ha dado paso a la segmentación en nuevos mercados que buscan satisfacer las necesidades específicas de la demanda. Existe una creciente demanda de los turistas por pasar de ser meros observadores a ser participantes activos, donde se convierten en viajeros que forman parte de la experiencia al involucrarse en diversas actividades según sus preferencias e intereses. Según **Hernández (2015)**, el viaje ha evolucionado y ahora implica sumergirse en la realidad cultural y social del destino visitado.

En este sentido, el turismo 2.0 no se limita a utilizar Internet como una fuente de información para la planificación del viaje, sino que también se vale de herramientas web y participa en comunidades colaborativas donde se comparten comentarios, posturas, opiniones y sugerencias entre viajeros. La participación es activa, comprometida y voluntaria, lo que se percibe como una forma de promoción turística que genera beneficios económicos a través de las recomendaciones y experiencias compartidas.

Definición de Turismo 2.0

El interés de empresas y organizaciones por determinar la rentabilidad de anunciarse en la Web 2.0 está en constante aumento. Los empresarios son conscientes de que Internet se está convirtiendo en uno de los medios más populares entre el público en general. Como resultado, las empresas están destinando mayores recursos financieros a herramientas publicitarias y de promoción en línea. Los beneficios de tener presencia en Internet son ahora más evidentes que nunca, y entre ellos se pueden destacar los siguientes:

- La interactividad y realimentación. Internet permite estar conectado con los clientes en todo momento, recibiendo así un trato más eficaz y personalizado.
- Información sobre el cliente. Los datos que nos ofrece el cliente en un momento dado pueden ser almacenados en una base de datos y servir para promociones posteriores, enviar información acerca de la empresa, y en definitiva tener localizable al cliente.
- Reducir costes. Gracias a la Red se pueden eliminar intermediarios e incluso personal.

Esto conduce a la reducción de costos y, por lo tanto, a una disminución en el precio, lo que fortalece la competencia frente a otras empresas. Además, ofrece comodidad. Aunque actualmente el porcentaje de compradores en línea es menor que el de las tiendas físicas, esta cifra está en aumento con el tiempo. Aquellos que comienzan a comprar productos en línea rápidamente se dan cuenta de que es mucho más conveniente, especialmente porque no requiere desplazamientos y suele ser más económico, lo que los lleva a repetir la experiencia con facilidad.

Estructura del Turismo 2.0

Dada la vastedad de Internet y la escasez de investigaciones sobre el turismo en línea, resulta complicado establecer una clasificación precisa de lo que se conoce como Turismo 2.0 o E-turismo. En nuestra perspectiva actual, la estructura del Turismo 2.0 puede ser dividida en dos plataformas fundamentales: la computadora personal (PC) y los dispositivos móviles. Es evidente que se incluya la clasificación de la computadora personal, ya que es el principal medio utilizado por los usuarios de Internet para conectarse. Sin embargo, en el último año hemos sido testigos de un rápido desarrollo de los dispositivos móviles en el ámbito de Internet, y según los expertos, están en camino de convertirse en la principal puerta de acceso a la Red. Un estudio realizado por la compañía neoyorquina Nielsen revela que la sorpresa del año ha sido el crecimiento definitivo de Internet a través de dispositivos móviles, liderado por los smartphones de Nokia con su plataforma de conexión Symbian, seguidos por iOS de Apple, Android de Google y el sistema operativo de Blackberry, en ese orden. Según el informe, la sociedad española cuenta con más de 38.4 millones de estos dispositivos móviles, y más de nueve millones se conectan a Internet.

Características del turismo 2.0

Debe presentar el siguiente modelo:

- Hacer énfasis al sector del turismo completamente tomando en cuenta todos los factores de la cadena de valor propias con el objetivo de mejorar la competitividad mediante formas de producción eficaces dotadas por el conocimiento de los destinos y empresas.
- Los elementos mencionados evidencian la productividad de cambio a las plataformas web dónde se relacionen en torno de un sistema de redes intercomunicadas entre sí.

- Tiene como motor principal la transferencia de conocimiento en la red teniendo una guía y desarrollo independiente en base a la aportación de las personas ligadas entre sí.

En este contexto, el sector turístico se encuentra compuesto por múltiples elementos, lo que genera una interrelación más sólida en su funcionamiento. Para comprender de manera adecuada los efectos y las causas del turismo 2.0, es necesario realizar un análisis exhaustivo basado en informes cualitativos respaldados por factores de análisis lineales que evalúen sus beneficios.

Turista 2.0

Los turistas de la era 2.0 se presentan como protagonistas en la organización de sus viajes a través de las redes sociales. **Según López (2013)**, estos turistas exhiben expectativas de viaje más exigentes, dado que posee un mayor dominio de información en comparación con los turistas tradicionales, quienes optan por paquetes de viaje predefinidos que limitan su capacidad de involucrarse en decisiones con terceros. Los turistas 2.0 son viajeros que buscan experiencias emocionales relacionadas con su destino y, asimismo, buscan intercambiar vivencias culturales. Estos turistas adoptan un enfoque más teóricamente preparado a través de la web, lo que facilita la satisfacción de sus necesidades turísticas.

Este tipo de viajero es altamente participativo e informado, comparando y compartiendo consejos de viaje, lo que enriquece el servicio turístico y su presentación en las redes sociales. Estos turistas demandan información anticipada sobre el territorio, enriqueciendo así el proceso de recreación y experiencia turística, y mostrando una voluntad activa de compartir sus vivencias en plataformas virtuales con otros viajeros interesados en temáticas similares. El turismo, de esta manera, promueve la formación de comunidades virtuales en las que los turistas 2.0 se convierten en embajadores del destino turístico, fortaleciendo la imagen de un producto o servicio

específico y desempeñando simultáneamente roles de productor, consumidor y promotor indirecto.

Gestión comunicativa del turismo 2.0

Con el progreso de la sociedad, los destinos turísticos y su publicidad han adquirido una gran importancia (Monzo, 2007). Los medios digitales y la web han experimentado una evolución constante, pasando de la era de la información a la era de la participación, lo que ha modificado la forma en que se comunica con los turistas. Ahora se otorga mayor relevancia a las opiniones y posturas de personas que han consumido o adquirido un producto o servicio en particular, ya que estas referencias influyen en la toma de decisiones. En la actualidad, con la ayuda de meta buscadores, es posible acceder a una gran cantidad de información que, en ocasiones, puede resultar abrumadora debido a su volumen. Según Celaya (2019), "los internautas basan sus decisiones de compra de servicios o productos en la información que visualizan en una página web".

El turismo, como industria, ha experimentado cambios significativos y se ha convertido en un factor importante dentro de la estructura socioeconómica de numerosos países. En este sentido, una estrategia de promoción adecuada es fundamental para mantener este fenómeno y contribuir a su crecimiento, y esto implica aprovechar las diversas formas de promoción disponibles en las plataformas digitales actuales.

Medios sociales para la promoción y difusión turística 2.0

La continua búsqueda de información y la necesidad de compartirla por parte de los turistas ha dado lugar a la aparición de comunidades virtuales que se convierten en referentes a la hora de seleccionar productos o destinos turísticos. Estas comunidades se forman de manera voluntaria y, en la mayoría de los casos, de forma independiente a las empresas turísticas, lo que influye en la forma en que estas organizaciones se

comunican con su público. Para ello, han incorporado Internet y las redes sociales en sus planes y estrategias de comunicación. No obstante, el éxito de la comunicación digital no radica únicamente en tener presencia en el entorno digital o generar información para los turistas, sino en la "búsqueda de formas de gestionarla y hacerla atractiva para los usuarios" (Domínguez, 2012), con el objetivo de acercarse al mercado y generar la necesidad de visitar un lugar o influir en la elección de un producto turístico.

La constante necesidad de información de los turistas y su gusto por compartir información ha contribuido al surgimiento de sociedades virtuales que se han convertido en referentes a la hora de seleccionar productos, servicios o destinos de viaje. Estas sociedades se forman de manera voluntaria y, en la mayoría de los casos, son independientes de las agencias de viajes, lo cual es importante en la forma en que las entidades de viaje se comunican con su público objetivo. Para ello, han adoptado estrategias digitales y aprovechado las redes sociales como pioneras en su implementación, permitiendo a las plataformas de comunicación digital ofrecer opciones y posturas individuales al compartir información de interés común, otorgando a los usuarios el control sobre el entorno en el que operan.

En relación a esto, el turismo 2.0 es un sistema que brinda beneficios favorables al sector económico, ya que representa una revolución empresarial en esta industria al estar vinculado a un nuevo intercambio de ideas que fomenta la promoción cuando se implementa correctamente. Esto conlleva ventajas para quienes participan en él, mejorando la productividad a medida que más personas y empresas se involucran en este ámbito.

1.2 Objetivos

Objetivo general

Plantear al turismo 2.0 como una herramienta para la promoción de la cocina tradicional del cantón Ambato, sector de la parroquia Atocha - Ficoa

Objetivos específicos

- Identificar las principales características de la gastronomía tradicional de la parroquia Atocha – Ficoa

Mediante una observación directa en los establecimientos gastronómicos del área de estudio se identificó las características más relevantes de las principales preparaciones de la gastronomía tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa implementando estrategias de estudio como fichaje y encuestas.

- Conocer cómo ha evolucionado el turismo 2.0 en la promoción turística a nivel global

Se logró evidenciar como a evolucionando el turismo 2.0 con la revisión bibliográfica y recopilación de datos tanto en su promoción a nivel mundial como herramienta de desarrollo promocional para establecimientos turísticos ligados a la gastronomía dentro del sector Atocha - Ficoa.

- Proponer una estrategia de promoción digital de la cocina tradicional de la parroquia Atocha – Ficoa mediante la aplicación de la herramienta de Turismo 2.0.

Por medio de la creación de un video promocional que se enfoque en la información de la tradición e historia patrimonial de la oferta gastronómica “Colada Morada” de la parroquia Atocha - Ficoa, implementando una herramienta QR que hace parte de lo que corresponde a el turismo 2.0 de logra un mejor alcance para el conocimiento de lo expuesto.

CAPÍTULO II
METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Tabla 1 Recursos y materiales

| <i>RECURSOS</i> | <i>DETALLE</i> |
|-------------------------------|--|
| <i>Institucionales</i> | - Universidad Técnica de Ambato |
| | - GAD Atocha- Ficoa |
| <i>Tecnológicos</i> | - Computador |
| | - Internet |
| <i>Materiales</i> | - |
| | - Suministros de oficina (Papelería, copias, impresiones) |
| | - Materiales de oficina (Resma de papel, esferos, cuadernos) |
| <i>Económico</i> | - |
| | - Transporte |

Nota: Tabla de recursos utilizados durante el periodo de investigación.

2.2 Métodos

Enfoque

El enfoque de esta presente investigación tiene un carácter mixto, para un mejor entendimiento de este se expone las siguientes definiciones:

Según **Tashakkori y Teddlie (2003)**, el enfoque mixto se refiere a un proceso en el cual se recopilan, analizan y combinan datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. En el presente texto, se utiliza un enfoque mixto, ya que la variable dependiente "cocina ancestral" se analiza utilizando investigación cuantitativa, mientras que la variable dependiente "turismo 2.0" se aborda desde una perspectiva cualitativa para interpretar y medir los datos.

La investigación cualitativa se enfoca en explorar y comprender los motivos y razones detrás de diferentes aspectos de comportamiento. En otras palabras, busca comprender el por qué y el cómo se utilizan determinados conceptos y las decisiones que se toman. Por otro lado, la investigación cuantitativa busca respuestas a preguntas como quién, dónde, cuándo, cuánto, etc. Se basa en una muestra más grande y utiliza métodos estadísticos para analizar y probar hipótesis previamente formuladas.

Fernández y Baptista (2014) mencionan que el método cuantitativo se basa en la investigación cuantitativa, la cual asume que el conocimiento debe ser objetivo y se obtiene a través de un proceso deductivo en el cual se prueban hipótesis utilizando mediciones numéricas y análisis estadístico. Este enfoque se relaciona comúnmente con las prácticas y normas de las ciencias naturales y el positivismo. Se busca obtener resultados generalizables a partir de casos "tipo" utilizados en la investigación.

Diseño

El enfoque de investigación no experimental se caracteriza por no manipular deliberadamente las variables independientes. Los diseños de investigación transversal, por ejemplo, recopilan datos en un momento específico. Su principal objetivo es describir las variables y analizar su influencia durante un período de tiempo determinado (Agudelo, 2008).

Alcance

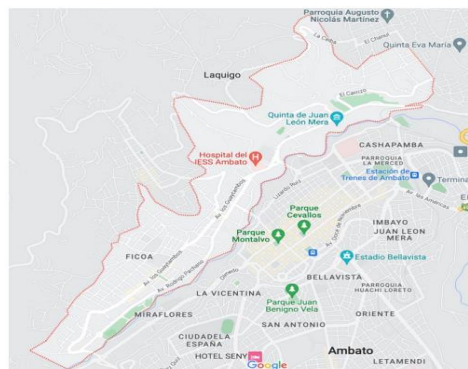
-Alcance investigativo

Según Álvarez (2020), el alcance descriptivo mide y define, como de igual forma asé énfasis en la singularidad de cada población e individuo que forma parte de la investigación de tal manera que muestra y cuantifica cada dimensión de los contextos o fenómenos analizando cada una de las variables. Es así que es escogió este alcance investigativo a razón de la necesidad de describir ámbitos tanto sociales y de variables de estudio, cocina típica y turismo 2.0, para determinar cuáles son los recursos de promoción digital y platos típicos con que se trabaja guiándose de tal manera que se da una mejor dirección a la investigación mediante cada una de estas para lograr los resultados buscados.

-Alcance territorial

La presente investigación se dará en los locales y puestos de comida tradicional de la parroquia Atocha-Ficoa del cantón Ambato

Figura 4: Atocha - Ficoa



Nota: parroquia Atocha Ficoa Fuente: Google Maps

6.5 Delimitación del área

- **Parroquia Atocha - Ficoa Latitud:** -1,2343
- **Parroquia Atocha - Ficoa Longitud:** -78,6328
- **Nombre:** parroquia atocha - Ficoa, Ambato, ecuador
- **Tipo:** Sub localidad
- **País:** Ecuador
- **Estado:** Tungurahua
- **Distrito:** Cantón Ambato
- **Localidad:** Ambato
- **Sub-Localidad:** Parroquia Atocha - Ficoa

Población y muestra

Consumidores de los establecimientos gastronómicos de cocina tradicional dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa del cantón Ambato, al no haber la posibilidad de determinar una cantidad exacta de los principales comensales de dichos establecimientos, se aplica una forma de población indeterminada a una probabilística al azar.

Población

La investigación se centra en una población cuantitativa infinita, lo que significa que sus elementos no pueden ser cuantificados ni delimitados, lo que dificulta la construcción de un marco muestral (Carillo, 2015). El estudio se enfoca en los principales proveedores de servicios gastronómicos en los establecimientos que ofrecen comida tradicional en la parroquia Atocha-Ficoa de la ciudad de Ambato. En este contexto, se toma en consideración una parte de los 165,185 habitantes de San

Juan Bautista de Ambato, específicamente dentro de los 489,537 habitantes de la Conurbación metropolitana de Ambato.

6.7 Muestra

La investigación presentada tiene una muestra de carácter probabilístico, según **Carillo (2015)** todos los elementos del mundo contienen la misma probabilidad de ser parte de resultados con respecto a una muestra. Es así que de igual forma se empleara un muestreo al azar simple para la recolección de los datos necesarios con los establecimientos más representativos.

Es así que se aplicara la fórmula que se le emplea cuando se desconoce el total de población actual de un sector que es la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 * p * q}{d^2}$$

Donde:

Z= nivel de confianza (1.96)

p= probabilidad de éxito, o proporción esperada (0.05)

q= probabilidad de fracaso (0.95)

d= precisión (error máximo admisible en términos de proporción) (3%)

$$\frac{(1.96)^2 * 0.05 * 0.95}{(0.03)^2}$$

$$n = 203$$

Resultados de la fórmula empleada.

Se considera una muestra de 203, a razón de que es el número de análisis dados mediante las encuestas proporcionadas en relación a la parroquia Atocha - Ficoa, siendo la respuesta de la población estudiada con sus posturas frente a el turismo 2.0 y la cocina típica Ambateña.

Técnicas

- **Observación.**

La técnica de observación será utilizada en este estudio, ya que permite recopilar datos de manera directa, lógica y visual de los participantes involucrados. Asimismo, se empleará la técnica de encuesta, debido a que es un proceso estandarizado que facilita la obtención rápida y factible de datos, permitiendo realizar un análisis y explicación de los fenómenos que se puedan encontrar. Además, la encuesta puede ser aplicada de manera amplia a la población en general.

Instrumentos

- **Cuestionario**

Este tipo de método de recolección de datos utilizado en la investigación se caracteriza por incluir una serie de preguntas predefinidas y un análisis sistemático. Se empleará esta técnica debido a su capacidad de proporcionar una recopilación rápida y confiable de información (García, 2003).

En el desarrollo de esta investigación, se utilizará como referencia la escala de Likert, la cual puede ser verbal o numérica y se utiliza para medir el grado de acuerdo o desacuerdo del posible cliente ante una premisa específica sobre un producto o servicio. Se busca no limitar las respuestas a opciones cerradas, sino permitir una variedad de puntos en una escala que va del 1 al 5, con un punto medio neutral, alto y bajo (**Joshi, 2015**).

La escala de Likert se entiende como una metodología que brinda a la investigación el punto de vista de los turistas que llegan a estos lugares de gastronomía típica dentro de la parroquia Atocha - Ficoa, la información disponible dentro de las plataformas digitales y sus servicios, como de igual forma conocer que tan recurrente se les hace unos a estos medios web para la captación de información de la oferta gastronómica dentro del cantón Ambato.

- **Talonnario de preguntas**

Al utilizar la técnica de investigación mediante encuestas, se hará uso de un talonnario de preguntas o cuestionario para su empleo, la misma que contiene una serie de preguntas de varios tipos estudiados analíticamente para poder sintetizar las generalidades más importantes de la investigación dando como objetivo recolectar la información de manera ordenada sobre la población analizada ligadas a las variables de investigación. De esta manera, al ser una técnica estandarizada, nos permite obtener datos de manera rápida y realizar un análisis que nos permita explicar o describir las características elegidas por los individuos encuestados. Es una técnica que puede ser aplicada a gran escala para obtener resultados significativos (**Casas, 2003**).

- **Fichas**

Las fichas especializadas representan una herramienta homologadas por parte del instituto nacional de patrimonio cultural (INPC), las cuales permiten el correcto inventario o registro del patrimonio cultural inmaterial, bienes inmuebles y bienes muebles. Es así que con el correcto uso de estas fichas se puede levantar información de los distintos platos de la cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa pertenecientes al cantón Ambato (Jiménez y Calderón, 2011).

Tabla 2 *Tabla de estadísticas de fiabilidad*

Estadísticos de fiabilidad

| <i>Alfa de Cronbach</i> | N de elementos |
|-------------------------|----------------|
| ,849 | 16 |

Nota: Análisis de Alfa de Cronbach **Fuente:** Programa estadístico SPSS

Al estudiar los resultados obtenidos del Alfa de Cronbach, se generó un valor de 0,849 lo que es considerado FAVORABLE, es así que, el instrumento de evaluación aplicado es viable. El instrumento mencionado cuenta con 16 cuestionamientos que fueron aplicados a una muestra o población de 203 individuos que tengan relación con el consumo de la gastronomía tradicional de la parroquia Atocha – Ficoa

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

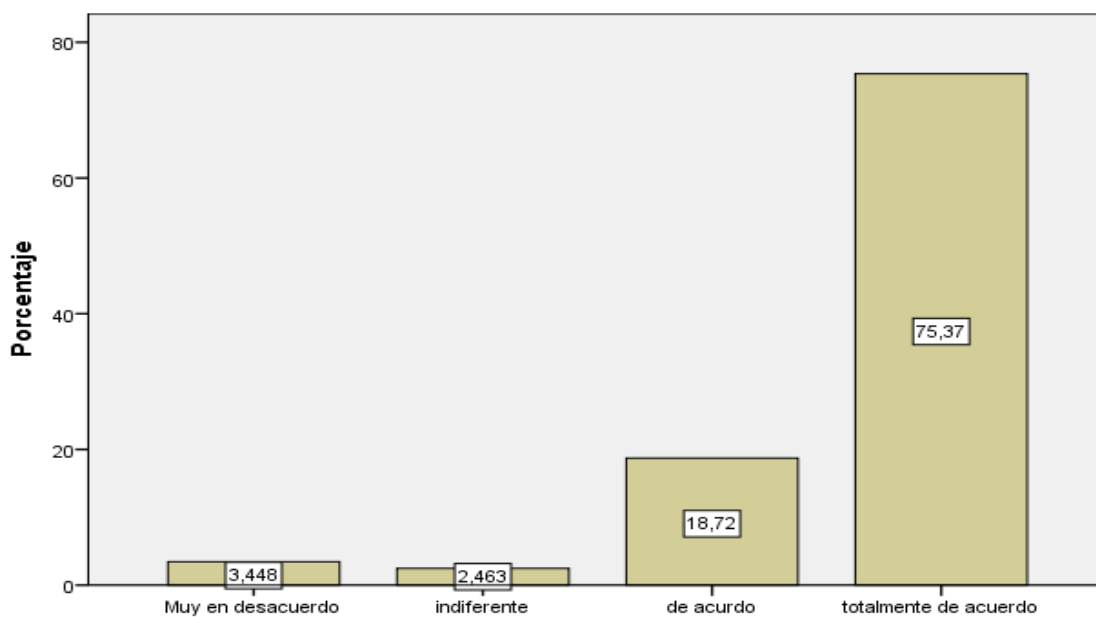
3.1 Análisis y discusión de los resultados

Análisis de resultados

3.1.1 Encuestas

Pregunta 1.- Considero que los medios digitales son indispensables para la promoción turística de un lugar

Figura 5 *Medios digitales*



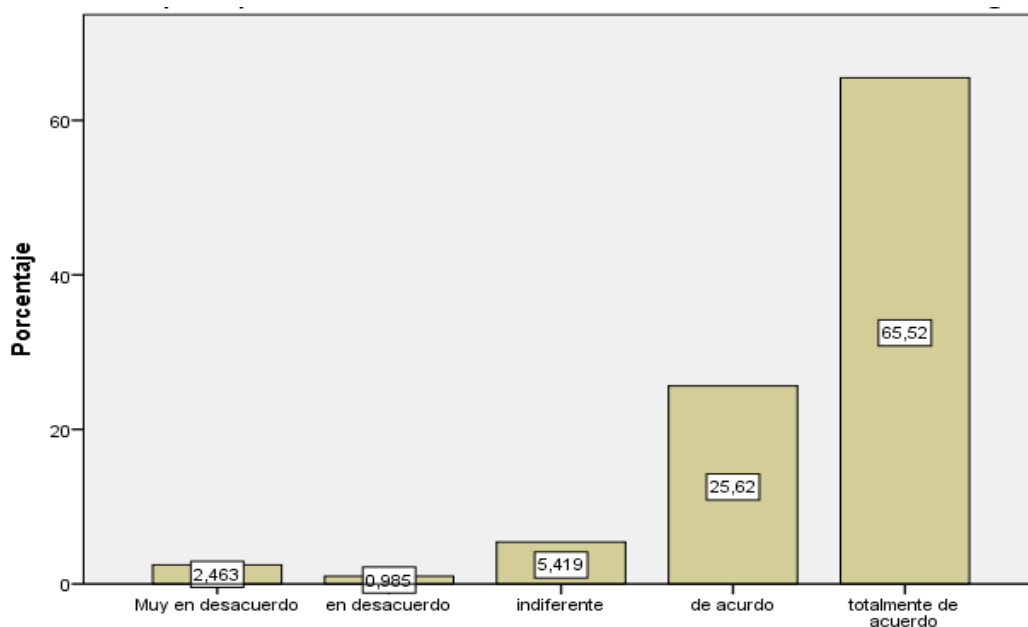
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico.

Análisis

El 75.37% de las personas encuestadas manifiestan que los medios digitales son indispensables para la promoción turística de un lugar, siendo este el mayor porcentaje de respuestas lo que refleja que la web y consigo el turismo 2.0 son un importante canal de promoción ya que con el avanzar de la sociedad está se ve en una constante modernización y consigo la tecnología abre nuevos campos para la promoción en sí, lo que se sustenta con el 3.44% de persona que consideran que dichos medios digitales no son indispensables para la promoción de un lugar turístico al estar muy en desacuerdo.

Pregunta 2.- Considero que la promoción turística ha cambiado con avanzar de la tecnología

Figura 6 Promoción turística



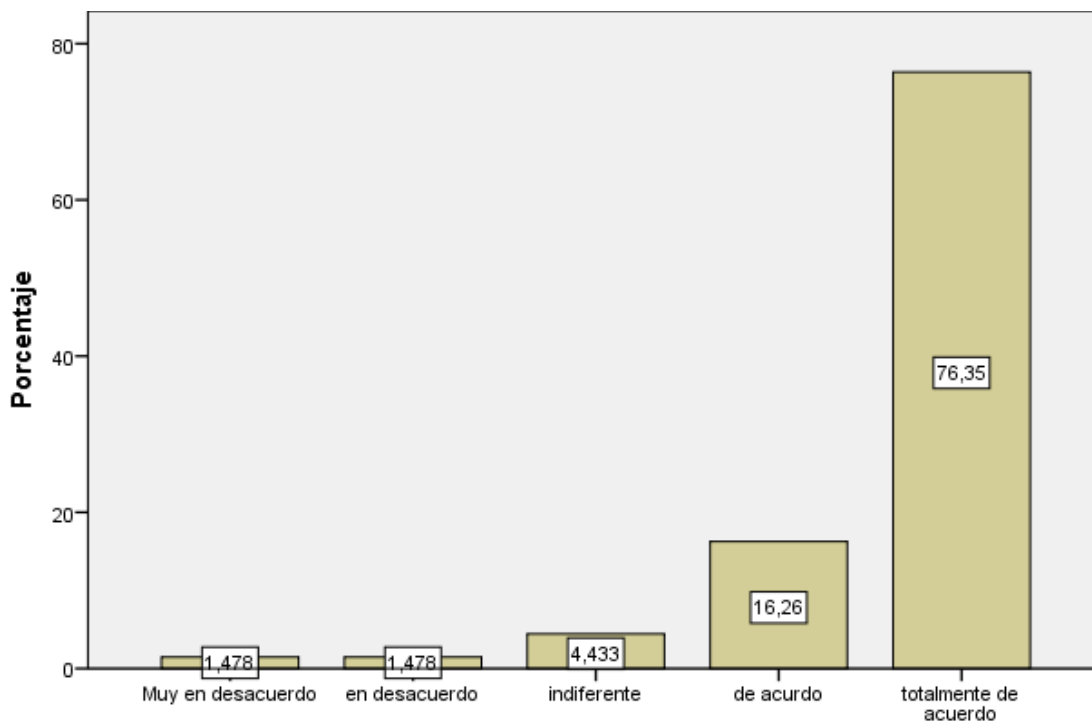
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

Con un 65.52% de personas evaluadas consideran que la promoción turística ha tenido un cambio con el avance de la tecnología, esto se sugiere en los distintos mecanismos a los cuales las grandes empresas han tenido que adaptarse con el pasar de los tiempos, la sociedad está en un constante desarrollo y las nuevas herramientas e intereses de las generaciones actuales y futuras se apoyan notoriamente en estrategias que guarden relación con la tecnología. El siguiente resultado muestral de un 0.98% y 2.46% respectivamente demuestra que menos de la cuarta parte de personas dan su aporte en desacuerdo sobre que la promoción turística se ve en un cambio con respecto al desarrollo tecnológico.

Pregunta 3.- Considero que la cocina tradicional ayuda a potenciar la identidad gastronómica de un lugar.

Figura 7 Identidad gastronómica



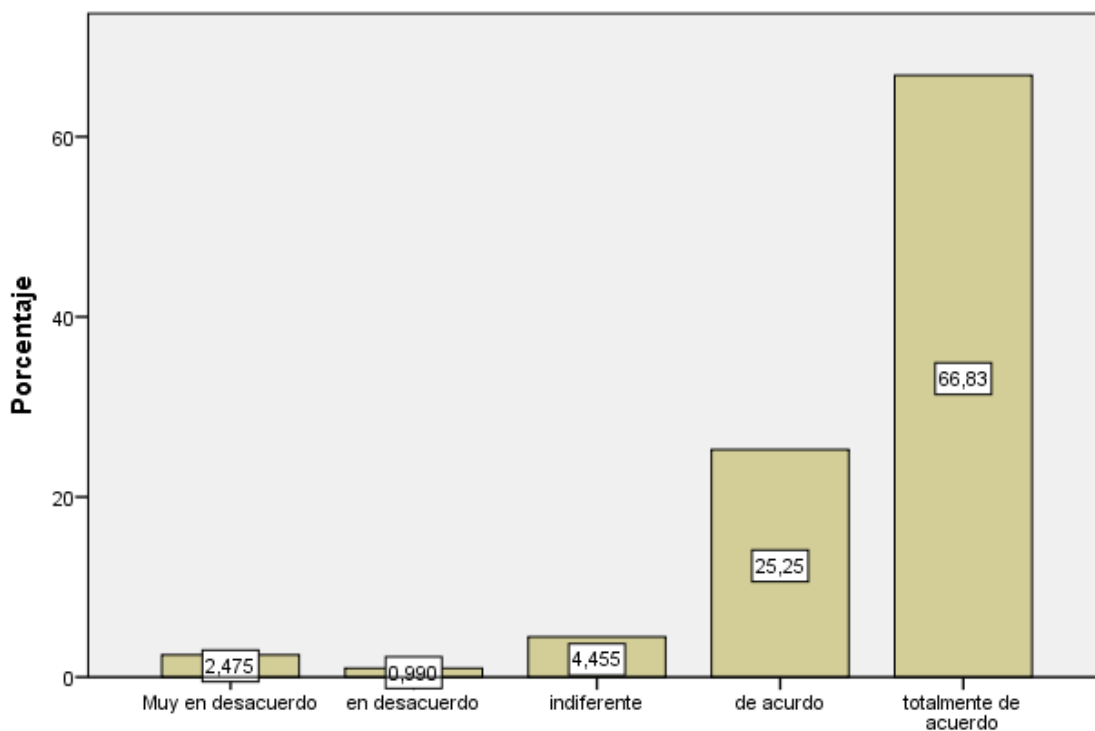
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

El 76.35% de personas encuestadas dan respuesta positiva en el estar descuerdo con que la cocina tradicional potencializa la identidad gastronómica de un lugar, analizando lo expuesto y como se evidencia en la investigación, dentro de nuestro país existe una exquisita variedad de opciones gastronómicas que muchas veces son representativas de los sectores de donde se los producen lo cual se entiende al reflejar el resultado obtenido sobrepasando más de la mitad de respuestas captadas.

Pregunta 4.- Considero que fomentar la promoción digital de la cocina tradicional ayudaría a la difusión y preservación de este tipo de gastronomía.

Figura 8 Promoción digital



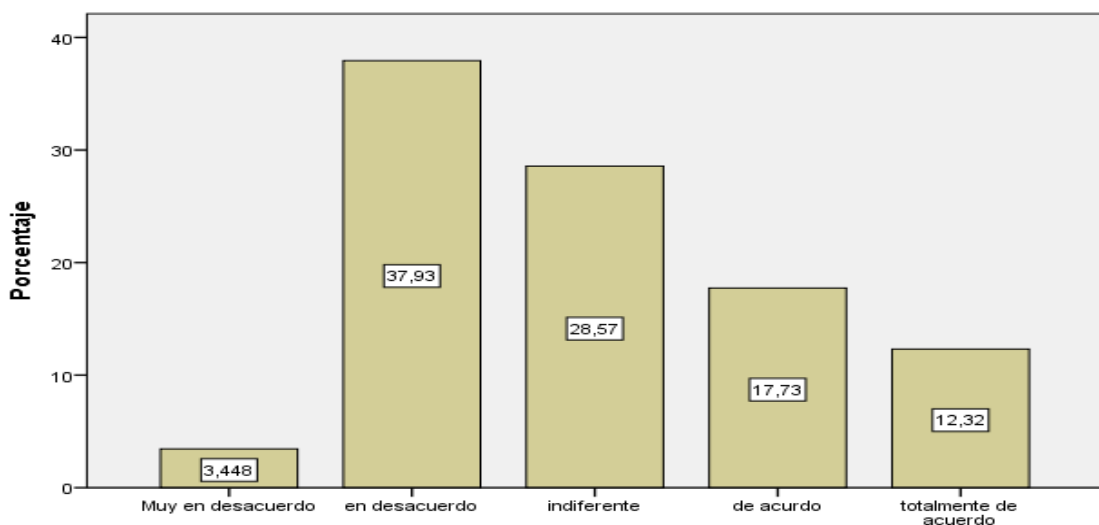
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

Con un 66.83% de personas encuestadas se evidencia que dar fomento a la promoción digital de la cocina tradicional ayudaría a la difusión y preservación de la gastronomía típica, ya que el al mantener presente a este tipo de cocina mediante plataformas digitales ayuda a qué no se olvide ni se pierda con el pasar de los tiempos al estar fija en un área donde actualmente se encuentra una gran variedad de campos como lo es las plataformas digitales, teniendo como contrario un 0.99% que representa la contrariedad sobre el estar de acuerdo con que la promoción digital en la cocina tradicional ayuda a la preservación de la misma.

Pregunta 5.- En las plataformas web existe información suficiente sobre los principales centros gastronómicos (restaurantes) del sector Atocha - Ficoa?

Figura 9 Plataformas web



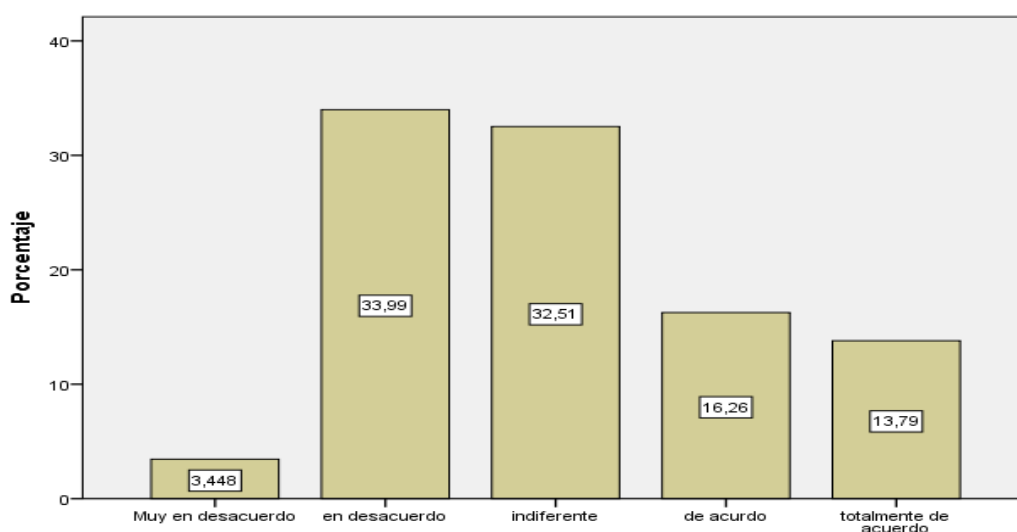
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

El 37.93% y siendo este el mayor porcentaje de evaluación de las personas encuestadas dejan en evidencia que tienen una opinión neutra al cuestionamiento sobre la existencia de información web sobre los centros gastronómicos dentro del sector Atocha - Ficoa, lo cual no es un porcentaje favorable para que esté campo este cubierto ante la necesidad planteada ya que si bien hay información, mucha de esta no es actualizada y es muy general, donde la información de preservación y relevancia histórica no es tomada en cuenta ya que porcentajes de un 24.8% a favor y 19.8% en contra manifiestan contrariamente la dotación de información web de centros gastronómicos del sector Atocha - Ficoa.

Pregunta 6.- Existe publicidad de la gastronomía tradicional de Ambato?

Figura 10 *Publicidad gastronómica*



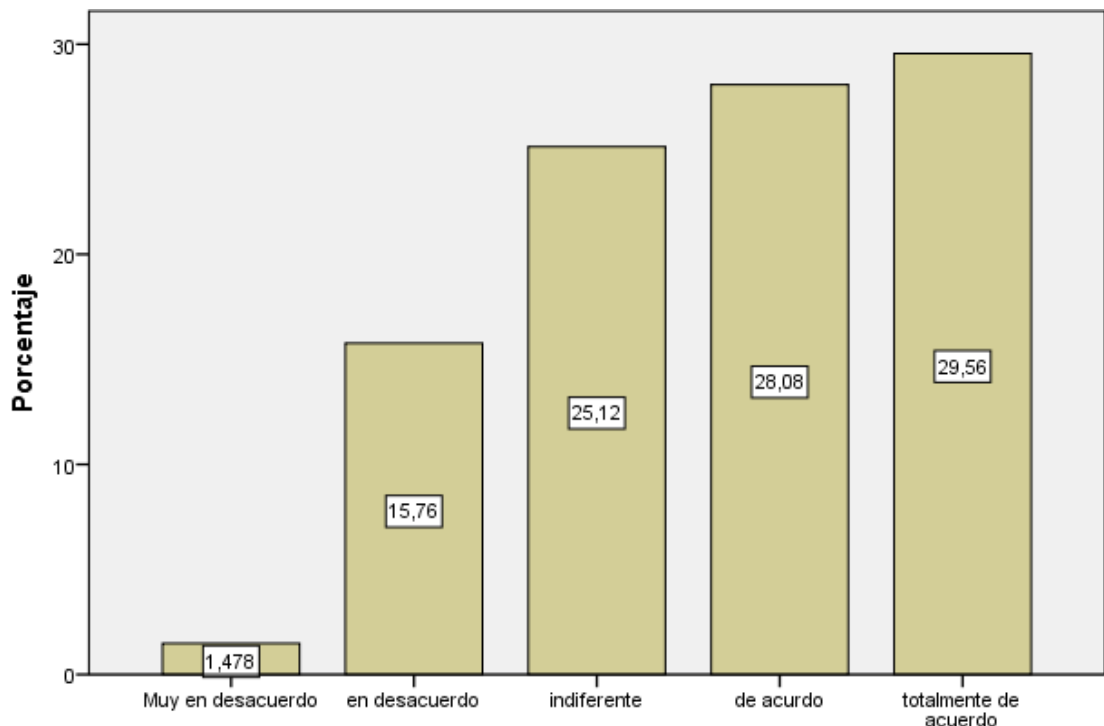
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

Con un 33.99% por bajo de la mitad promedio de personas evaluadas, consideran la existencia de publicidad de gastronomía tradicional de Ambato lo que es evidente si hablamos de platos generales con información general, como se manifestó en la pregunta anterior existe medianamente la gastronomía tradicional de Ambato en lo tradicional, pero se sigue dejando de lado los datos culturales históricos propósitos de sus preparaciones.

Pregunta 7.- Considero que los restaurantes tienen interés de estar presentes en los medios digitales.

Figura 11 *Interés medios digitales*



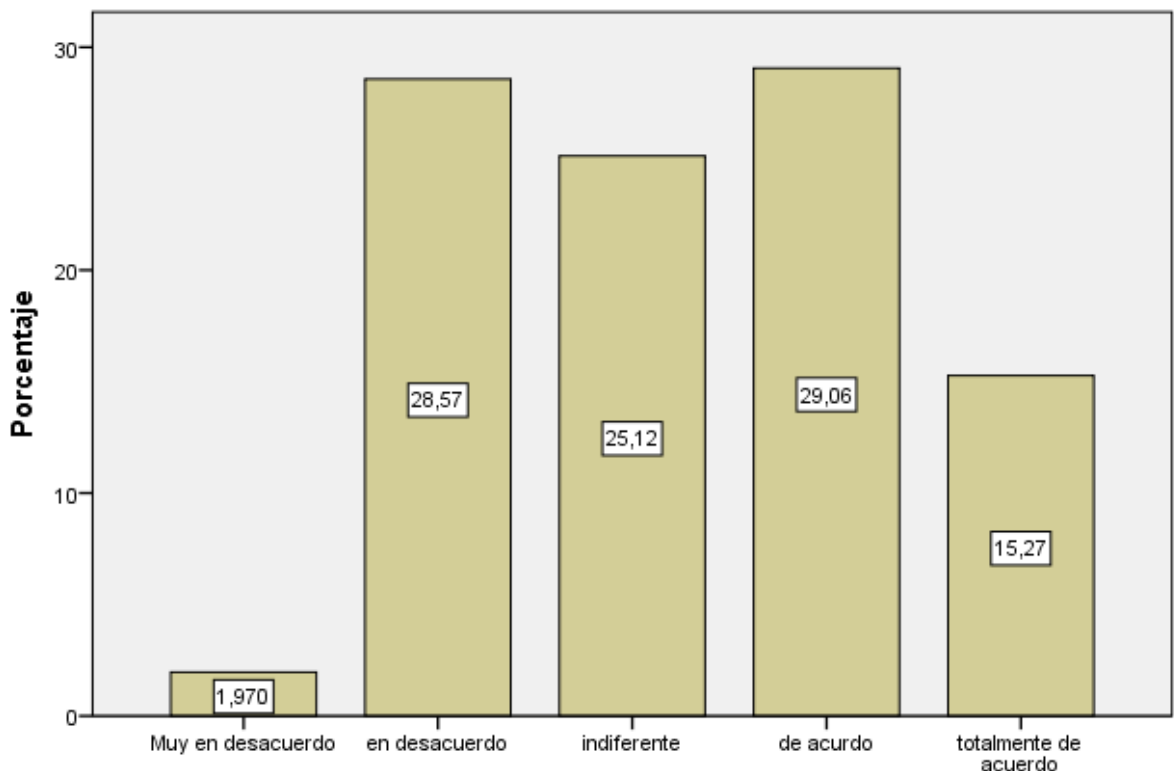
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

Con un 29.56% por bajo de la mitad promedio de personas evaluadas, consideran la existencia de publicidad de gastronomía tradicional de Ambato lo que es evidente si hablamos de platos generales con información general, como se manifestó en la pregunta anterior existe medianamente la gastronomía tradicional de Ambato en lo tradicional, pero se sigue dejando de lado los datos culturales históricos propósitos de sus preparaciones.

Pregunta 8.- Considero que los centros gastronómicos de comida tradicional y su servicio dentro de redes sociales en internet son confiables

Figura 12 *Redes sociales confiables*



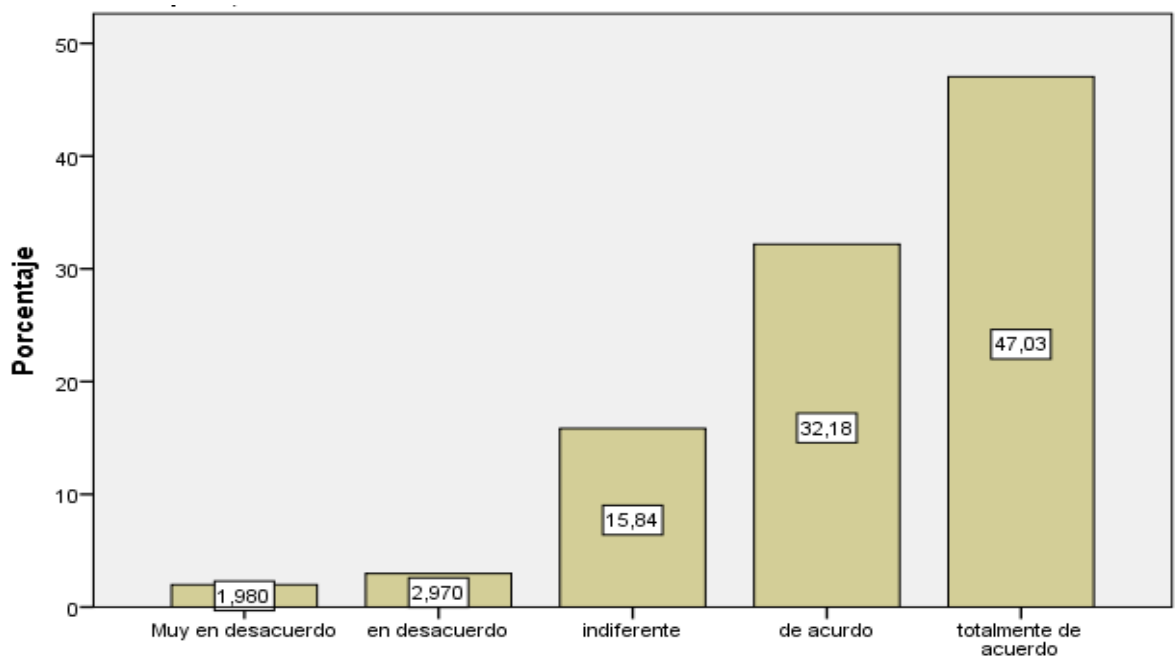
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis:

Con el porcentaje número mayor del 29.06% de respuestas que manifiestan el no estar confiados a la información expuesta de los centros gastronómicos de comida tradicional y los servicios que expone en redes sociales de internet se evidencia que la población analizada no hace uso en criterios positivos de estos medios ya que muchas veces se encuentra información no actualizada que genera problemas a la hora de basarse en estos para la visita de uno de estos establecimientos.

Pregunta 9.- Para una mejor captación de información sobre los centros gastronómicos de comida típica, considero los comentarios en redes sociales de estos sitios.

Figura 13 *Comentarios redes sociales*



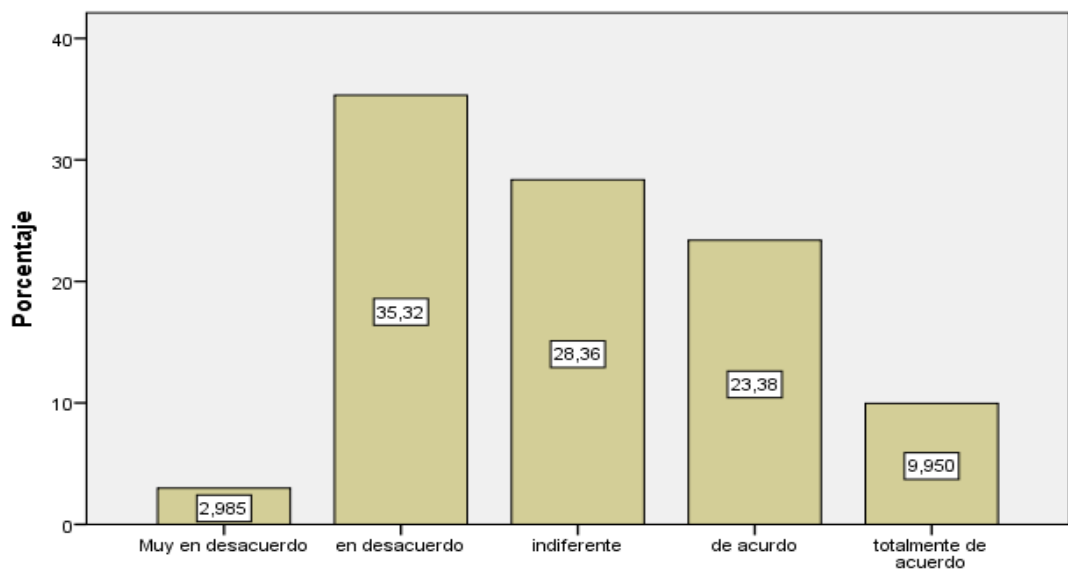
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

Con la respuesta favorable de un 47.03% que están muy de acuerdo en para la captación de información sobre los centros gastronómicos de comida típica se influncian en los comentarios de redes sociales podemos expresar que los medios digitales actuales hacen participe al público consumidor y a su demanda dejándoles ser parte del proceso de promoción, el poder proporcionar sus experiencias, expectativas y atención que llegan a tener es de suma ayuda para poder generar una idea de lo que se puede obtener de un sitio determinado. Los comentarios así en redes sociales son una estrategia importante cuando estos son de empuje al establecimiento.

Pregunta 10.- Los restaurantes de comida tradicional de Atocha - Ficoa desarrollan incentivos (promociones) para motivar el consumo de su oferta gastronómica mediante medios digitales.

Figura 14 *Incentivos promociones*



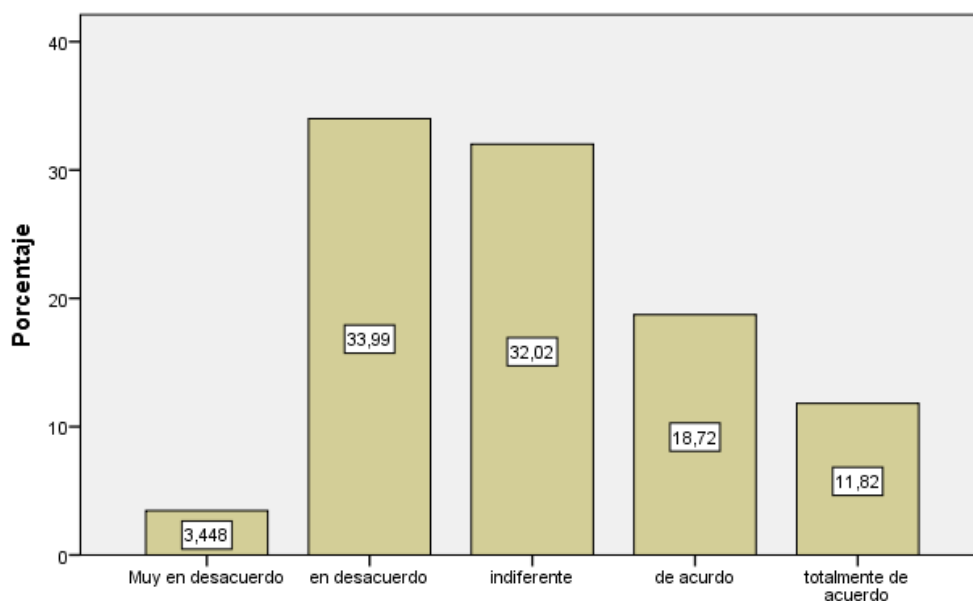
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

Se obtuvo un 35.32% en relación al mayor porcentaje de respuestas que expresan no estar de acuerdo en que los restaurantes de comida tradicional dentro del sector de Atocha - Ficoa implementan promociones para ayudar a la motivación de visita y a el consumo de las ofertas gastronómicas dentro de medios digitales lo cual será una mala estrategia de marketing ya que en la actualidad toda la población maneja redes sociales y es así que muchas veces diferentes promociones que son expuestas en estas ayudan a la visita de las personas a los lugares que hacen uso de esto.

Pregunta 11.- Encuentro información actual en redes sociales y páginas web sobre la ubicación, precios, promociones u otros servicios que brindan los restaurantes en Atocha - Ficoa?

Figura 15 Información actual.



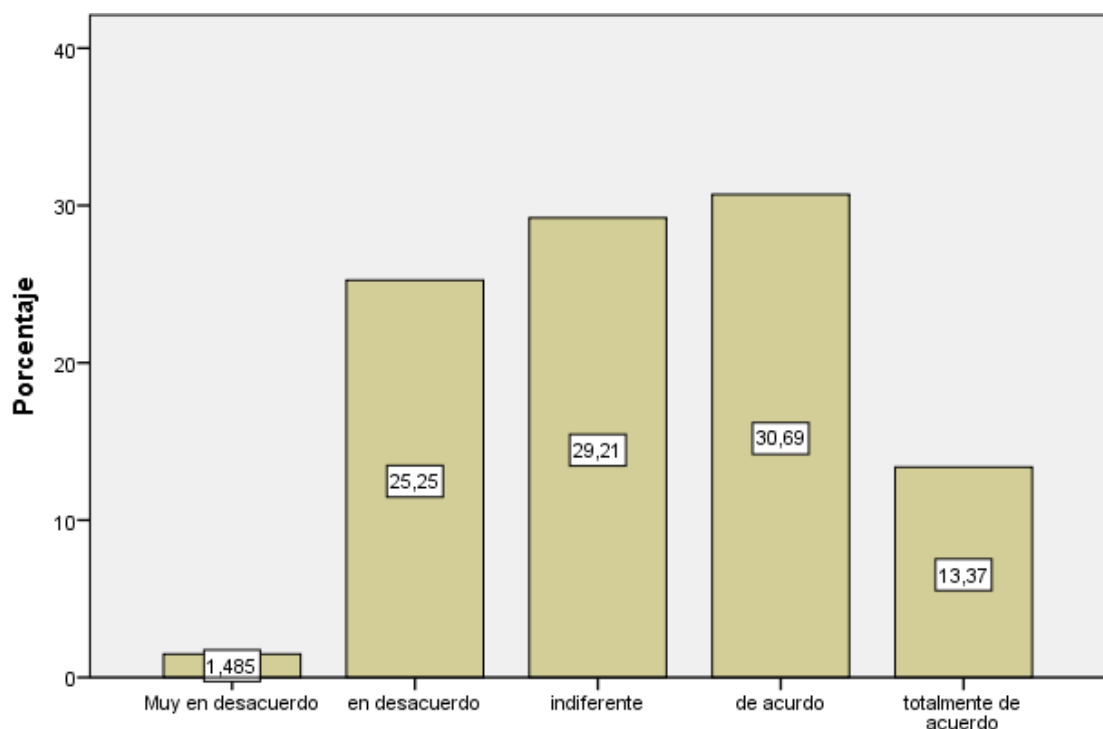
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

El 33.9% de la población evaluada y siendo la mayor cantidad de respuestas manifiestan el no estar de acuerdo en encontrar información actualizada en redes sociales y páginas web sobre aspectos como los precios, promociones y ubicación que brindan los restaurantes dentro del sector Atocha - Ficoa, siendo una enorme problemática ya que personas que no son población local hacen uso únicamente de esta información para poder acercarse a estos establecimientos dejando por muy debajo a el 3.44% que dio respuesta contraria.

Pregunta 12.- Los precios expuestos en los restaurantes de comida tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa son atractivos para su visita?

Figura 16 *Precios expuestos*



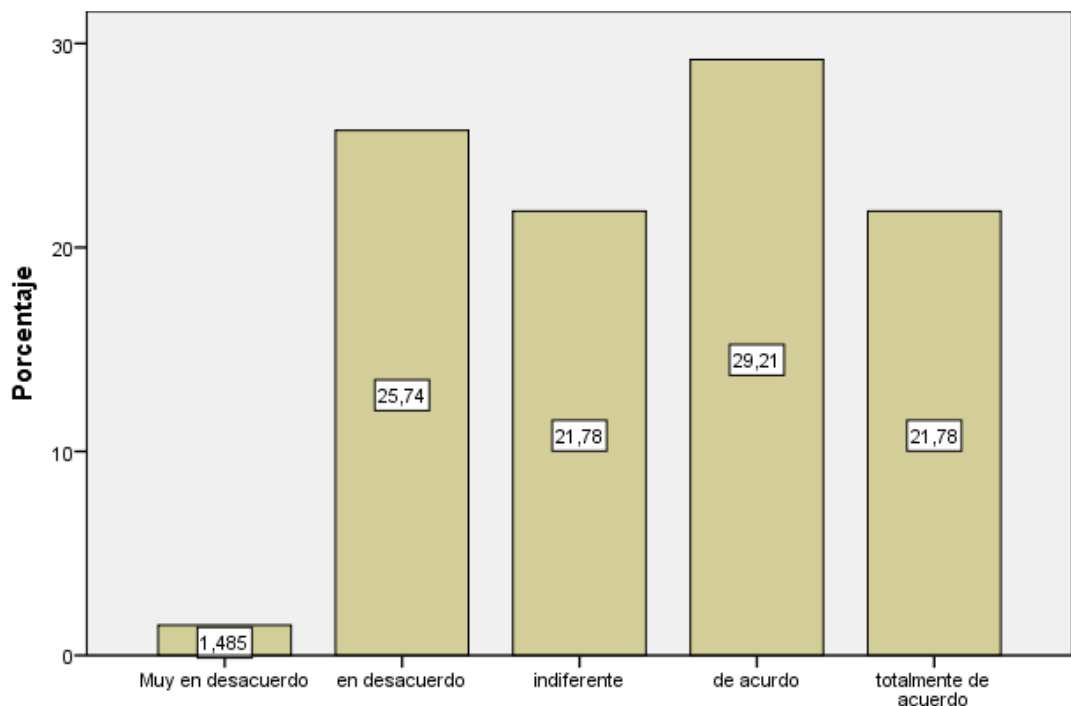
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

Con un 30.69% de mayor cantidad de respuestas frente el estar en un punto medio de opinión sobre que los precios expuestos en los establecimientos gastronómicos de comida tradicional son atractivos para la captación de visita de los turistas dentro de la parroquia Atocha - Ficoa manifiestan que si bien no existe una mayoría ni minoría de respuestas a favor o en contra, el no tener una repuesta favorable fija expresa una probable desinformación o información no relevante en tema de costos para que sea un factor que fomente a la visita de estos centros a razón de sus precios.

Pregunta 13.- Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, los empanadas de viento es su principal preparación.

Figura 17 *Empanadas de viento*



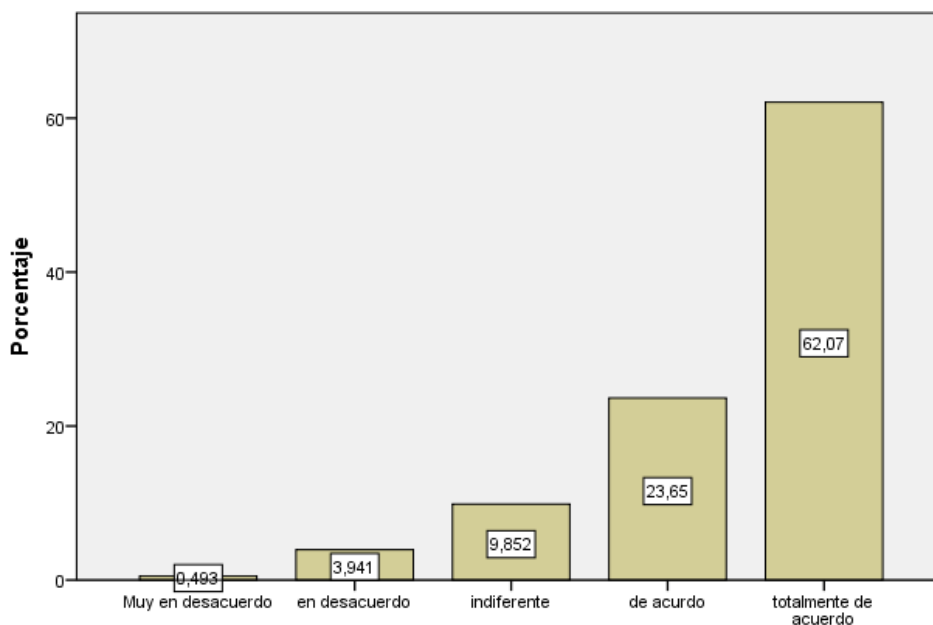
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

Al analizar sus principales preparaciones de gastronomía típica dentro del sector Atocha - Ficoa se manifiesta que las empanadas de viento son uno de sus principales preparaciones que exigen dentro de este sector con un 29.21% que al ser favorable no es completamente el mayor porcentaje ya que le sigue de cerca un 25.74% que manifiesta en un mismo nivel, la contrariedad de la misma.

Pregunta 14.- **Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, la colada morada es su principal preparación.**

Figura 18 *Colada morada*



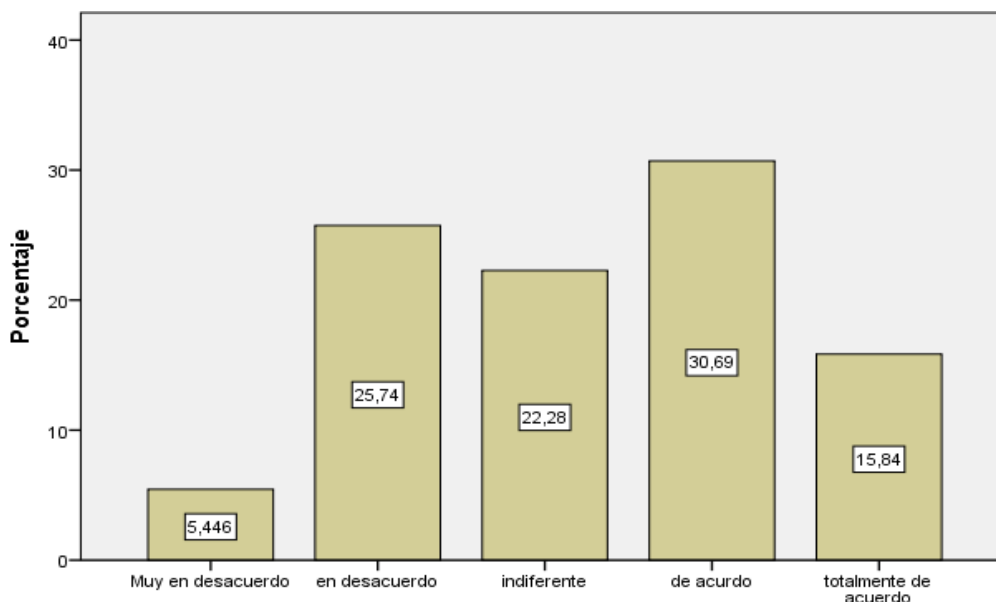
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico.

Análisis

Al analizar sus principales preparaciones de gastronomía típica dentro del sector Atocha - Ficoa se manifiesta que la colada morada es la principal preparación que exigen dentro de este sector con un 62.07% que sobrepasa la más de la mitad de respuestas captadas siendo este completamente el mayor porcentaje ya que le muy por debajo 0.49% que manifiesta la contrariedad de la misma.

Pregunta 15.- Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, el cuy es su principal preparación.

Figura 19 Cuy preparación



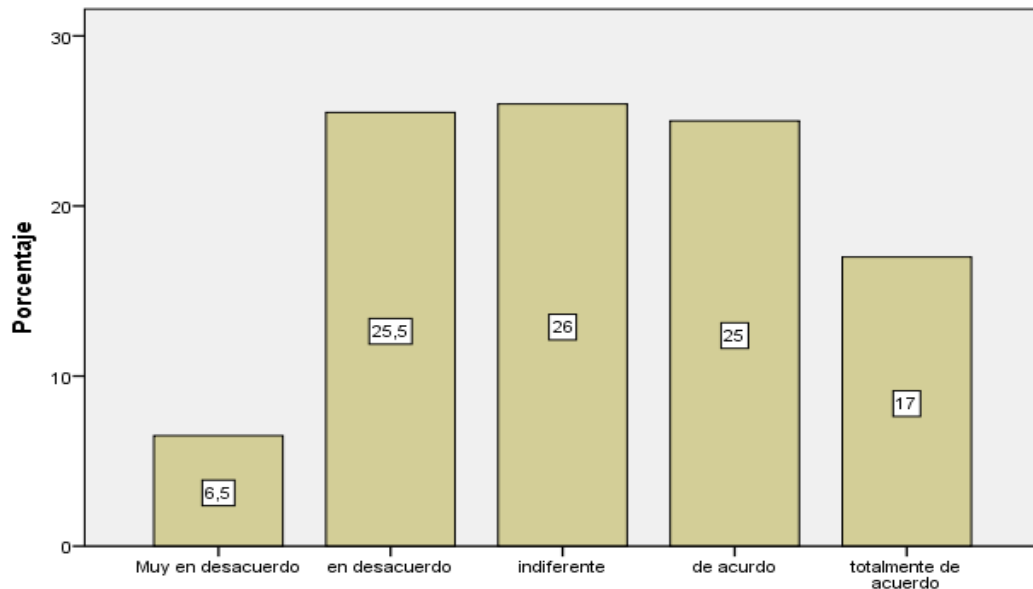
Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

Con un 30.69% de personas encuestas manifiestan que el estar de acuerdo en que el cuy es la principal preparación dentro de la parroquia Atocha - Ficoa pero que pese a esto el 25.74% que le sigue de cerca manifiesta una respuesta contraria en que está es la principal representación gastronómica de la misma siendo dos cantidades parecidas totalmente diferentes

Pregunta 16.- Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, los "helados de Ficoa" es su principal preparación.

Figura 20 Helados Ficoa






Nota: La figura evidencia la respuesta de la encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato. **Fuente:** SPSS Programa estadístico

Análisis

Finalmente con un porcentaje igual del 26% que expresa el tener un punto medio en que los helados de ficoa son la principal preparación del sector analizado le sigue con la misma cantidad el no estar de acuerdo con esto siendo así que los helados de Ficoa no representan en la totalidad ni en una posición igual frente a todas las personas encuestadas en que está preparación es la representante de la parroquia Atocha - Ficoa.


3.1.2 Fichas INPC

FICHA A4 DEL INSTITUTO NACIONAL DE PATROMONIO CULTURAL

| | | | | | |
|--|--------------------------|--|-----------------------------------|--|-------------------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR | |  INPC | | CÓDIGO IM-18-01-01-004-22-000001 | |
| NACIONAL DE PATROMONIOCULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATROMONIALPATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO | | | | | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | | |
| Provincia: | Tungurahua | Cantón: | Ambato | | |
| Parroquia: Atocha-Ficoa | Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> | | | Rural |
| Localidad: Ambato | | | | | |
| Coordenadas: | X(Este) -1.229304 | | Y(Norte) -78.625741 | | Z(Altitud) |
| 2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL | | | | | |
|  | | | | | |
| Descripción de la fotografía: Empanadas de viento | | | | | |
| Código fotográfico: 01 | | | | | |
| 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | | |
| Denominación | | | Otra (s) denominación (es) | | |
| EMPANADA DE VIENTO-ATOCHA FICOA, AMBATO TUNGURAHUA | | | D1 | N/A | |
| | | | D2 | N/A | |
| Grupo social | | | Lengua(s) | | |
| MESTIZO | | | L1 | ESPAÑOL | |
| | | | L2 | N/A | |
| Subámbito | | | Detalle del subámbito | | |
| GASTRONOMIA TRADICIONAL-ATOCHA-FICOA, TUNGURAHUA | | | N/A | | |
| Breve reseña | | | | | |
| Las empanadas de viento, son parte de la cocina tradicional de la parroquia de Atocha-Ficoa en el cantón Ambato. Su principal característica y nombre es porque contiene aire en su interior. | | | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN | | | | | |
| Las empanadas de viento están hechas en base de harina de trigo, están en un principio se les daba una cocción frita con manteca pero con el pasar del tiempo y en la actualidad estas son fritas en aceite vegetal donde deja en evidencia el cambio en uno de los procedimientos e ingredientes de esta preparación. Se puede encontrar todos los días del año en la parroquia Atocha – Ficoa, su nombre se le da ya que cuando son fritas se inflan haciendo que el aire se quede en tu interior, desde su comienzo eran acompañadas con queso, aunque existen variantes con carne y pollo. | | | | | |
| Fecha o período | | Detalle de la periodicidad | | | |
| Anual | | Su preparación es anual aunque existe su mayor auge y demanda en el mes de Diciembre. | | | |

| | | |
|---|-----------|--|
| X | Continua | |
| | Ocasional | |

| | | | | | |
|---|------------------------|--|----------------------------------|-----------------------------|------------------|
| | Otro | | | | |
| Alcance | | Detalle del alcance | | | |
| | Local | La mayor parte de consumidores de estas empanadas son locales y residentes de Ambato, de igual manera personas de otras provincias llegan para su deleite. | | | |
| | Provincial | | | | |
| | Regional | | | | |
| X | Nacional | | | | |
| | Internacional | | | | |
| Elementos | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| E1 | Masa | Vegetal | Ambato-Tungurahua | Compra | |
| Herramientas | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| H1 | Sartén | Industrial | Ambato-Tungurahua | Compra | |
| 5. PORTADORES/SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo función o actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | Paulina Yancha | 25 años | Empleada | Av. Rodrigo Pachano | Ambato |
| Colectividades | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Colectividades | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Instituciones | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Procedencia del saber | | Detalle de la procedencia | | | |
| X | Padres-hijos | La preparación y formas de elaboración ha sido enseñadas en forma de herencias de generación a generación entre los miembros de la familia. | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |
| Transmisión del saber | | Detalle de la transmisión | | | |
| X | Padres-hijos | La receta y su preparación es transmitida por cada uno de los miembros de la familia que son portadores de los saberes iniciales de elaboración | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| Estas empanadas son uno de los principales variantes dentro de la oferta gastronómica de la parroquia Atocha – Ficoa siendo de conocimiento general – social la oferta de esta en este lugar. | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| | Alta | | | | |

| | | | | | |
|--|---|---|------------------------------|---------------|-------------|
| X | Media | Pese a ser una receta básica hablando en relación a sus ingredientes la manera tradicional puede ir cambiando conjuntamente con el pasar de los tiempos cambiando su forma de elaboración y sus acompañantes. | | | |
| | Baja | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad |
| Alex Darío López | | Av. Rodrigo Pachano | N/A | masculino | 20 años |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | |
| Código/Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | | |
| EMPANADAS DE VIENTO | CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO | GASTRONOMIA | N/A | | |
| 9. ANEXOS | | | | | |
| TEXTOS | FOTOGRAFIAS | | VIDEOS | AUDIOS | |
| |  | | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | | |
| <p>Puede que el origen de las empanadas de viento se halla desarrollado en la capital del Ecuador, pero la introducción de la fritura como cocción se dio con la llegada del cerdo usando su manteca para freír.</p> | | | | | |
| 11. OBSERVACIONES | | | | | |
| Entidad investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO | | | | | |
| Inventariado por: JONATHAN TORRES | | | Fecha de inventario: | | |
| Revisado por: | | | Fecha de revisión: | | |
| Aprobado por: | | | Fecha aprobación: | | |
| Registro fotográfico: JONATHAN TORRES | | | | | |

FICHA A4 DEL INSTITUTO NACIONAL DE PATROMONIO CULTURAL



NACIONAL DE PATROMONIOCULTURAL
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATROMONIALPATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO

CÓDIGO

IM-18-01-01-004-22-000001

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

| | | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|----------------------------|--|--|-------------------|
| Provincia: | Tungurahua | Cantón: | Ambato | | | |
| Parroquia: Atocha-Ficoa | Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | Rural |
| Localidad: | Ambato | | | | | |
| Coordenadas: | X(Este) -1.229304 | | Y(Norte) -78.625741 | | | Z(Altitud) |

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: Colada morada

Código fotográfico: 02

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| | | |
|--|-----------------------------------|---------|
| Denominación | Otra (s) denominación (es) | |
| COLADA MORADA ATOCHA FICOA, | D1 | N/A |
| | D2 | N/A |
| Grupo social | Lengua(s) | |
| MESTIZO | L1 | ESPAÑOL |
| | L2 | N/A |
| Subámbito | Detalle del subámbito | |
| GASTRONOMIA TRADICIONAL-ATOCHA-FICOA, TUNGURAHUA | N/A | |

Breve reseña


Esta es una de las bebidas más representativas del país, con un origen prehispánico la cual guarda mucha relevancia de preparación en el mes de noviembre de cada año ya que en estas fechas son la celebración del día de los muertos.

4. DESCRIPCIÓN

esta bebida es consumida desde la época preincaicos ya que esta elaboración es parte de un ritual en el que se debía beber la colada morada junto a las familias de un difunto, siendo el color morado el principal signo representativo que se da por la harina morada que es ingrediente principal de este.

| | | |
|------------------------|-----------------------------------|--|
| Fecha o período | Detalle de la periodicidad | |
| | Anual | A pesar de que su preparación tiene el mayor auge en Diciembre, su periodo de realización es anual ya que es uno de los platos más representativos del sector de Atocha – Ficoa. |
| X | Continua | |
| | Ocasional | |

| | | | | | |
|--|------------------------|---|----------------------------------|------------------------------|------------------|
| | Otro | | | | |
| Alcance | | Detalle del alcance | | | |
| | Local | Los principales consumidores de la colada morada son mayormente locales de la ciudad de Ambato, pero de igual forma se evidencia que personas de otras partes de Ecuador y extranjeros también manifiestan su gusto por esta bebida típica al acercarse a este establecimiento. | | | |
| | Provincial | | | | |
| | Regional | | | | |
| X | Nacional | | | | |
| | Internacional | | | | |
| Elementos | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| E1 | Harina | Vegetal | Ambato-Tungurahua | Compra | |
| Herramientas | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| H1 | Olla | Industrial | Ambato-Tungurahua | Compra | |
| 5. PORTADORES/SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo función o actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | Gloria Naranjo | 37 años | Propietaria | Mentor Mera e Himno Nacional | Ambato |
| Colectividades | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Colectividades | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Instituciones | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Procedencia del saber | | Detalle de la procedencia | | | |
| X | Padres-hijos | La procedencia de su preparación a sido obtenida de generación a generación empezando con la familia de su fallecido esposo, siendo capaz de sobrellevar el negocio por ella misma sin que se pierda su vigencia. | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |
| Transmisión del saber | | Detalle de la transmisión | | | |
| X | Padres-hijos | La propietaria adquirió y enseña la preparación ancestral de la colada morada conjuntamente con la tercera generación de su familia. | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| La importancia que tiene esta bebida tradicional es muy impórtate, ya que es el principal producto gastronómico por el cual es conocido el sector de Atocha, siendo una costumbre de muchos años que esta presente en nuestra sociedad actual con el pasar de los años, siendo preparada todos los día del año por su demanda. | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| | Alta | | | | |
| X | Media | | | | |

| | | | | |
|---|---|--|------------------------------|---------------|
| | Baja | Al ser una preparación ancestral su cambio no se ve muy en peligro ya que su proceso e ingredientes son específicos donde el único cambio que se podría reflejar es en los utensilios a utilizar | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad |
| Naranjo | Himno Nacional | N/A | Femenino | 69 años |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | |
| Código/Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | |
| COLADA MORADA | CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO | GASTRONOMIA | N/A | |
| 9. ANEXOS | | | | |
| TEXTOS | FOTOGRAFIAS | | VIDEOS | AUDIOS |
| |  | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | |
| La importancia de preservación de esta bebida tradicional conjuntamente con la proveedora principal debe ser resguardada y apoyada en conjunto para su estabilidad. | | | | |
| 11. OBSERVACIONES | | | | |
| Entidad investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO | | | | |
| Inventariado por: JONATHAN TORRES | | Fecha de inventario: 2023/05/25 | | |
| Revisado por: | | Fecha de revisión: | | |
| Aprobado por: | | Fecha aprobación: | | |
| Registro fotográfico: JONATHAN TORRES | | | | |

FICHA A4 DEL INSTITUTO NACIONAL DE PATROMONIO CULTURAL



NACIONAL DE PATROMONIOCULTURAL
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATROMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
**A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL
UNIVERSO**

CÓDIGO

IM-18-01-01-004-22-
000001

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

| | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|----------------------------|--|-------------------|
| Provincia: | Tungurahua | Cantón: | Ambato | | |
| Parroquia: Atocha-Ficoa | Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> | | | Rural |
| Localidad: | Ambato | | | | |
| Coordenadas: | X(Este) -1.229304 | | Y(Norte) -78.625741 | | Z(Altitud) |

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: Cuy asado

Código fotográfico: 03

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| Denominación | Otra (s) denominación (es) | |
|--|----------------------------|---------|
| CUY - ATOCHA FICOA, AMBATO TUNGURAHUA | D1 | N/A |
| | D2 | N/A |
| Grupo social | Lengua(s) | |
| MESTIZO | L1 | ESPAÑOL |
| | L2 | N/A |
| Subámbito | Detalle del subámbito | |
| GASTRONOMIA TRADICIONAL-ATOCHA-FICOA, TUNGURAHUA | N/A | |

Breve reseña


Dentro de la región andina el cuy es uno de las preparaciones más representativas siendo un legado de los pueblos indígenas, a este se lo relaciona en muchos ámbitos celebraciones o un acontecimiento determinado de la sierra.

4. DESCRIPCIÓN

Usualmente se sirve con papas y la tradicional salsa de maní, su cocción es asada en su mayoría pero también se le fríe en algunos casos. Mayormente su consumo se da en festividades rurales, siendo parte de las tradiciones de alimentación de estos pueblos donde su producción es en cuartos o criaderos para su consumo futuro, este plato está presente desde tiempos prehispánicos mucho antes de la llegada de los españoles.

| Fecha o período | Detalle de la periodicidad | |
|-----------------|----------------------------|---|
| | Anual | Esta se lo prepara de manera continua todos los días en el establecimiento "los cuyes 1949" |
| X | Continua | |
| | Ocasional | |

| | | | | | |
|---|------------------------|--|----------------------------------|-------------------------------|------------------|
| | Otro | | | | |
| Alcance | | Detalle del alcance | | | |
| | Local | La mayor parte de consumidores de estas preparación son locales y residentes de Ambato, de igual manera personas de otras provincias llegan para su deleite siendo los de la región sierra su principal segmento de consumo. | | | |
| | Provincial | | | | |
| | Regional | | | | |
| X | Nacional | | | | |
| | Internacional | | | | |
| Elementos | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| | Cuy | Animal | Ambato-Tungurahua | Compra – Producción - Crianza | |
| Herramientas | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| H1 | Asador | Actual | Ambato-Tungurahua | Compra | |
| 5. PORTADORES/SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo función o actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | Martha Proaño | 73 años | Propietaria | Ficoa | Ambato |
| Colectividades | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Colectividades | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Instituciones | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Procedencia del saber | | Detalle de la procedencia | | | |
| X | Padres-hijos | La preparación y formas de elaboración ha sido enseñadas en forma de herencias de generación a generación entre los miembros de la familia Proaño, siendo esta la tercera generación que sigue con el negocio. | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |
| Transmisión del saber | | Detalle de la transmisión | | | |
| X | Padres-hijos | Se trabaja únicamente con familiares en su establecimiento. | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| Este tradicional plato típico es de gran relevancia ya que al ser un producto ya posicionado de este sector fomenta a la preservación del consumo de este producto emblema del Ecuador. | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| | Alta | Al ser una preparación que viene desde hace mucho tiempo su preparación y modo de consumo no representa mayor cambio. | | | |
| | Media | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|-----------------------------|------------------------------|-------------|
| X | Baja | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad |
| Proaño Martha | | Av. Los Guaytambos | N/A | Femenino | 73 años |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | |
| Código/Nombre | | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | |
| Cuy asado | | CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO | GASTRONOMIA | N/A | |
| 9. ANEXOS | | | | | |
| TEXTOS | FOTOGRAFIAS | | VIDEOS | AUDIOS | |
| |  | | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | | |
| Existen otros locales que se dedican a la preparación y venta de este producto pero cabe recalcar que este es uno de los más antiguos y con más tiempo en el mercado. | | | | | |
| 11. OBSERVACIONES | | | | | |
| Entidad investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO | | | | | |
| Inventariado por: JONATHAN TORRES | | | Fecha de inventario: | | |
| Revisado por: | | | Fecha de revisión: | | |
| Aprobado por: | | | Fecha aprobación: | | |
| Registro fotográfico: JONATHAN TORRES | | | | | |

FICHA A4 DEL INSTITUTO NACIONAL DE PATROMONIO CULTURAL



GOBIERNO NACIONAL DE
LA REPÚBLICA DEL ECUADOR



INPC

NACIONAL DE PATROMONIOCULTURAL
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATROMONIALPATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
**A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL
UNIVERSO**

CÓDIGO

IM-18-01-01-004-22-
000001

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

| | | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|----------------------------|--|--|-------------------|
| Provincia: | Tungurahua | Cantón: | Ambato | | | |
| Parroquia: Atocha-Ficoa | Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | Rural |
| Localidad: | Ambato | | | | | |
| Coordenadas: | X(Este) -1.229304 | | Y(Norte) -78.625741 | | | Z(Altitud) |

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: Helados de Ficoa

Código fotográfico: 04

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| Denominación | Otra (s) denominación (es) | |
|---|----------------------------|---------|
| HELADOS DE FICOA -ATOCHA FICOA, AMBATO TUNGURAHUA | D1 | N/A |
| | D2 | N/A |
| Grupo social | Lengua(s) | |
| MESTIZO | L1 | ESPAÑOL |
| | L2 | N/A |
| Subámbito | Detalle del subámbito | |
| GASTRONOMIA TRADICIONAL-ATOCHA-FICOA, TUNGURAHUA | N/A | |

Breve reseña

Los tradicionales helados de Ficoa son uno de las opciones gastronómicas más representativas de este sector, al ser elaborados de forma artesanal la diferencia entre los helados que son hechos de forma industrial siendo los niños y jóvenes mayormente quienes lo consumen.

4. DESCRIPCIÓN

Estos helados llevan 53 años de preparación y de venta para el público siendo creaciones de la señora Vargas Teresa quien con sus ideales a preparado diversos sabores que son ofrecidos a los consumidores muchos sabores son hechos a base de productos frutales que son propios de Ambato ya que la ciudad en si es muy rica en diversidad frutal.

| Fecha o período | Detalle de la periodicidad |
|-----------------|--|
| | Su preparación y por su forma de almacenamiento estos son hechos de manera continua. |
| X | |
| | |

| | | | | | |
|--|------------------------|--|----------------------------------|-----------------------------|------------------|
| | Otro | | | | |
| Alcance | | Detalle del alcance | | | |
| X | Local | El principal alcance de consumo que se tiene son personas Ambateñas o que residan cerca de la parroquia Atocha – Ficoa | | | |
| | Provincial | | | | |
| | Regional | | | | |
| | Nacional | | | | |
| | Internacional | | | | |
| Elementos | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| | Frutas | Vegetal | Ambato-Tungurahua | Compra | |
| Herramientas | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| | Moldes | Industrial | Ambato-Tungurahua | Compra | |
| 5. PORTADORES/SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo función o actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | Paulina Yancha | 25 años | Empleada | Av. Rodrigo Pachano | Ambato |
| Colectividades | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Colectividades | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Instituciones | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |
| Procedencia del saber | | Detalle de la procedencia | | | |
| | Padres-hijos | La propietaria aprendió de manera autónoma la elaboración de estos helados | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| X | Otro | | | | |
| Transmisión del saber | | Detalle de la transmisión | | | |
| X | Padres-hijos | Ah transmitido la preparación o elaboración de estos helados a sus hijos existiendo así sabores y creaciones de sus hijos de igual manera. | | | |
| | Maestro-aprendiz | | | | |
| | Centro de capacitación | | | | |
| | Otro | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| Estos son muy importantes ya que representan uno de los principales opciones de consumo en lo gastronómico de este lugar siendo así emblema de los Ambateños | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| | Alta | La receta no presenta cambio alguno con el pasar de los tiempos | | | |
| | Media | | | | |
| X | Baja | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |

| | | | | |
|--|---|-----------------------------|------------------------------|---------------|
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad |
| Vargas Gómez Teresa | Ficoa – Av. Los Guaytambos | N/A | Femenino | 84 años |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | |
| Código/Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | |
| HELADOS DE FICOA | CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO | GASTRONOMIA | N/A | |
| 9. ANEXOS | | | | |
| TEXTOS | FOTOGRAFIAS | | VIDEOS | AUDIOS |
| |  | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | |
| Existe gran variedad de sabores donde se podría dar énfasis a la razón de la creación de su sabor. | | | | |
| 11. OBSERVACIONES | | | | |
| Entidad investigadora: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO | | | | |
| Inventariado por: JONATHAN TORRES | | Fecha de inventario: | | |
| Revisado por: | | Fecha de revisión: | | |
| Aprobado por: | | Fecha aprobación: | | |
| Registro fotográfico: JONATHAN TORRES | | | | |

Este instrumento utilizado son las que corresponden a fichas del Instituto Nacional de Patrimonio de la categoría A4 sobre los usos y conocimientos del universo y la naturaleza. Es así que gracias a estas se recopilaron información de las preparaciones más relevantes de la comida típica dentro del sector Atocha - Ficoa, destacando así el gran valor patrimonial que se le tiene frente a los pobladores cercanos y propios de este lugar dejando en evidencia que cada uno de estos platos son relevantes y un claro diferenciador de otras parroquias dentro del cantón Ambato haciéndolo ya parte de su identidad propia, estudiando así a los principales prestadores de este servicio y de los establecimientos visitados mismos que se han encargado de heredar los conocimientos y saberes tradicionales que estos abarcan haciendo que su prevalencia sea fija. Factores como el traspaso de enseñanza mediante generación a generación, sus producción continua y los meses y días donde estos son más demandados fueron datos que se obtuvieron mediante la implementación de las fichas mencionadas siendo ni muy propensos a la sensibilidad de cambio ya que son preparaciones que parten de una forma base donde su alteración es mínima según los datos proporcionados. Los platos analizados por estas fichas son los cuyes de Ficoa, helados de Ficoa, empanadas de viento y la colada morada de Atocha.

Discusión

La presente investigación tiene como objetivo plantear al turismo 2.0 como herramienta para la promoción de la cocina tradicional del cantón Ambato, sector de la parroquia Atocha - Ficoa donde se hace énfasis en las principales preparaciones del lugar mencionado y en las formas de preparación que se les aplica.

Tomando en cuenta lo que menciona **López (2014)**, manifiesta que el siguiente accionar del turismo como industria tenga una postura más global, lo que implica la captación de demanda en cualquier espacio geográfico se logra únicamente mediante una red de redes intercomunicadas entre sí, lo que corresponde abiertamente a la web 2.0 y en su forma de aplicación que se le da en nuestra actualidad. Es así que el turismo 2.0 juega un importante aporte para su expansión del turismo como un fenómeno de importancia nacional para una república siendo obligado a tener una postura

camaleónica frente a los nuevos intereses de los clientes y en las formas de captación que estos prefieren.

Aspectos que son favorables mediante la implementación de meta plataformas digitales para la promoción turística son cada vez más relevantes para tomar la decisión de adquirir un servicio o producto teniendo en cuenta que dentro de estas entra la gran oferta gastronómica de nuestro país a razón de que posibilitan un sin número de aspecto de interés de la demanda que busca características como ubicación, precios y horarios de los distintos establecimientos.

En este contexto y siendo una de las preparaciones que más recibió un número de respuestas favorables, la colada morada de la parroquia Atocha - Ficoa constituye la imagen principal sobre la variada oferta culinaria de este sector, al ser una preparación continua con más relevancia en el mes de noviembre la tradición se ha visto mantenida con el pasar de los tiempos. En distintas zonas rurales y algunas parroquias cercanas a su ciudad principal el 2 de noviembre existe una forma poco convencional de darle oración al difunto (**Domínguez, 2012**). Es así que refiriéndose a lo que expone la **UNESCO (2003)**, el patrimonio inmaterial cultural intangible hace referencia a las creaciones basadas en la tradición de las personas que lo realizan en la medida que proyectan su identidad social y cultural, la colada morada y su importancia se refleja con lo descrito anteriormente siendo una preparación posicionada a nivel de parroquia dentro del cantón Ambato.

Es así que los medios digitales del turismo 2.0 pasan a ser una herramienta de promoción de los distintos productos y servicios que se pueden encontrar dentro de un sector aportando mejor captación de mercado frente a una demanda interesada que llega a estos sitios web, **Sánchez (2018)**. Pese a esto los datos obtenidos en esta investigación se obtuvieron opiniones debatientes frente a la buena implementación de este recurso y a los datos que proporcionan dentro de lo que abarca los establecimientos de comida tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa. Todo esto puesto en práctica tras la teoría utilizada de Urry (1996), que se centra en las características históricas y sociológicas que revelan las actividades que no son vistas mayormente por la sociedad.

3.2 Verificación de hipótesis

Tabla 3 Pruebas de chi-cuadrado

| Estadísticos de contraste | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | Considero que la promoción turística a cambiado con avanzar de la tecnología | Existe publicidad de la gastronomía tradicional de Ambato? | En las plataformas web existe información suficiente sobre los principales centros gastronómicos (restaurantes) del sector Atocha - Ficoa? | Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, la colada morada es su principal preparación. |
| Chi-cuadrado | 302,985 ^a | 68,897 ^a | 74,414 ^a | 256,236 ^a |
| Gl | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Sig. asintót. | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| a. 0 casillas (0,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 40,6. | | | | |

Nota: valor Chi cuadrado obtenido en el programa estadístico SPSS para la verificación de hipótesis.

Figura 21 Hipótesis

HIPOTESIS

| <i>h1</i> | <i>h0</i> |
|--|---|
| <i>El turismo 2.0 SI es una forma de promoción favorable para los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atocha - Ficoa</i> | El turismo 2.0 NO es una forma de promoción favorable para los establecimientos de gastronomía tradicional en la parroquia Atocha - Ficoa |

Nota: Resultado de hipótesis.

El resultado de significación a sintónica resulta ser menor a 0,05 lo que supone un rechazo a una hipótesis nula, aceptando así la hipótesis alternativa, reflejando que en efecto, El turismo 2.0 si es una forma de promoción favorable para los establecimientos gastronómicos tradicionales en la parroquia Atocha - Ficoa en Ambato.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Se concluye que las principales características de la gastronomía tradicional de la parroquia Atocha – Ficoa son las empanadas de viento, la colada morada, el cuy y los helados de Ficoa, esto se reflejó gracias a el análisis obtenido de las fichas del INPC en los cuales se ve mucha más acogida y relevancia en el mercado gastronómico dentro de este sector, comparten un factor común que se la periodicidad anual de cada una de las preparaciones mencionadas al ser continúa, siendo el rol de la mujer una de las principales promotoras de la preparación haciendo que su legado sea de generación a generación preservando su estabilidad en la actualidad.
- Además, se concluye que el turismo 2.0 ha evolucionado y sirve como una herramienta de promoción que facilita a la demanda a poder adquirir información relevantes sobre un establecimiento o servicio específico mucho más personalizado, al denotar que con el avanzar del tiempo los medios digitales se han vuelto mucho más importantes para todo establecimiento que busca llegar a más público sobre todo aquellos que se encuentran en la web para obtener datos sobre algún aspecto de servicio turístico de su interés refleja el cambio en la promoción turística a nivel global.
- En base a los resultados de la investigación se propone un video titulado **“Colada morada la cigüeña, tradición, sabor y atención”** con formato QR mediante la aplicación de la herramienta de Turismo 2.0 a razón de que de colada morada que fue la principal preparación relevante de este sector se dio más énfasis y lograr más difusión sobre la importancia cultural de esta bebida y lo relevante que es para esta parroquia analizando factores patrimoniales de su historia como local de servicio gastronómico siendo la estrategia para

aplicar la de promoción digital de la cocina tradicional de la parroquia Atocha – Ficoa.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda implementar estrategias de promoción dirigidas a las principales preparaciones gastronómicas de Atocha – Ficoa ya que generan datos que se pueden llegar a estudiar para ver qué tan eficiente son, y de igual manera se evidencia aquellos factores no positivos en los cuales se pueden mejorar si llegase a tener algún tipo de resultado conflictivo.
- Se recomienda de igual manera darle mucho más énfasis sobre lo que compete a el turismo 2.0 y en su uso, ya que en la actualidad muchos emprendimientos que buscan posicionarse hacen uso de estas plataformas para empezar sus negocios al poder promover y promocionar sus productos para aquellas personas que son más guiados a las redes sociales o medios digitales para visualizar nuevas atracciones, lugares, servicios o productos existentes.
- Se recomienda que, a investigaciones relacionadas a la gastronomía Ambateña futuras hacer énfasis en la escases de información relevantes en lo que compete a su historia o importancia cultural y patrimonial de las preparaciones expuestas del sector dentro de las distintas páginas web que existen en la actualidad.

Propuesta

- **Título de la propuesta**

“Colada morada la cigüeña, tradición, sabor y atención”

- **Objetivo de la propuesta**

Crear un video promocional sobre la colada morada de la parroquia Atocha – Ficoa con la implementación de la técnica QR.

- **Justificación**

La principal preparación relevante de la parroquia Atocha – Ficoa obtenida en la investigación fue la colada morada, al analizar las respuestas obtenidas frente al público estudiado donde se señala que si bien existe información de la oferta gastronómica dentro del sector Atocha - Ficoa está no es de su total confianza donde si bien hay datos de precios, o datos actuales sobre lo más general de su oferta y servicios, datos sobre lo tradicional de sus principales preparaciones son escasos, es así que con la motivación de ayudar a esto se generó un video que destaque los aspectos culturales heredados sobre la preparación de esta bebida.

- **Desarrollo de la Propuesta**

Figura 22 Código QR video promocional:



Link video promocional:

<https://youtu.be/lqx7ZswPJFE>

C. MATERIALES DE REFERENCIA

Acerenza, M. Á. (2006). CONCEPTUALIZACIÓN, ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO. En M. Á. Acerenza, *CONCEPTUALIZACIÓN, ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO* (pág. 117). Mexico - Trillas: EDITORIAL.

Altamirano Benitez, V., Marín-Gutiérrez, I., & Ordóñez González, K. . (2018). Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas. *Revista Latina De Comunicación Social*, (73), 633–647. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1273>

ADMIN. (20 de Marzo de 2014). *quesonlosvaloreseticos*. Obtenido de <https://quesonlosvaloreseticos.com/valores-eticos-fundamentales-libertad-justicia-responsabilidad-y-verdad/>

Agüera, F. O. (31 de Julio de 2016). *www.scielo.org.mx*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008 *alausi.gob.ec*. (s.f.). Obtenido de <https://alausi.gob.ec/index.php>

Alvares. (10 de enero de 2018). *listindiario*. Obtenido de <https://listindiario.com/economia/2018/01/10/498131/impacto-economico-en-una-cultura-gastronomica-local>

Apolinar, B. (s.f.). *listindiario.com*. Obtenido de <https://listindiario.com/la-republica/2013/10/17/296238/Falta-libros-de-texto-dificulta-ensenanza-en-las-escuelas>

AQUARIOFILIA. (17 de 06 de 2019). *francodex.com*. Obtenido de <https://www.francodex.com/es/consejos-veterinarios/ciclo-hidrogeno>

BASTIDAS, J. (15 de Mayo de 2015). *La Ingeniería Civil y Su Relación Con El Medio Ambiente*. Obtenido de *La Ingeniería Civil y Su Relación Con El Medio Ambiente*: <https://es.scribd.com/document/279541835/La-Ingenieria-Civil-y-Su-Relacion-Con-El-Medio-Ambiente>

Bautista, M. (2 de Diciembre de 2017). *ScienceDirect*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S018512251730005X>

blogspot.com. (06 de Septiembre de 2013). Obtenido de http://panamafolklore.blogspot.com/2013/09/definiciones-del-termino-folklore_6.html#:~:text=Es%20un%20plato%20t%C3%ADpico%20de%20Ecuador%20y%20sus%20or%C3%ADgenes%20se,de%20bronce%20sobre%20las%20llamas

CAMPRUBÍ, B. (22 de Octubre de 2020). *EL SALTO*. Obtenido de <https://www.elsaltodiario.com/america-latina/minga-indigena-negra-bogota-campesina-colombia-romper-cerco-tejiendo-iguales-cric>

Carmen, J. (s.f.). *lajornadadeoriente.com.mx*. Obtenido de https://www.lajornadadeoriente.com.mx/noticia/tlaxcala/falta-material-didactico-a-alumnos-y-profesores-en-algunas-escuelas-revelan-padres-y-snte_id_13484.html

Castillejos, P. G. (s.f.). *animalgourmet*. Obtenido de <https://www.animalgourmet.com/2019/09/24/utensilios-de-reposteria/>

CERVERA, M. R. (2015). *idus.us.es*. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/38382/1.%20Los%20efectos%20de%20la%20Globalizaci%20n.%20Tesis%20doctoral.pdf;jsessionid=2305463B050AD24B5FB308F8D0EDCCA1?sequence=1>

Chacon, P. (s.f.). *tiposdearte.com*. Obtenido de <https://tiposdearte.com/quienes-somos/>

cocina ecuatoriana. (s.f.). Obtenido de 2015: <http://stevenldu1995.blogspot.com/2015/06/historia-de-la-fritada-la-fritada-es-un.html#:~:text=Es%20un%20plato%20t%C3%ADpico%20de%20Ecuador%20y%20sus%20or%C3%ADgenes%20se,de%20bronce%20sobre%20las%20llamas>.

cocina.es. (10 de Julio de 2018). Obtenido de <https://www.cocina.es/2018/03/05/utensilios-de-pasteleria-y-sus-usos/>

colombia.as.com. (21 de Octubre de 2020). Obtenido de https://colombia.as.com/colombia/2020/10/21/actualidad/1603303618_264538.html

Carvajal, E. (2016). El turismo 2.0. Un nuevo modelo de promoción turística. Redmarka. Revista de Marketing Aplicado, 01(06), 33-57. <https://doi.org/10.17979/redma.2011.01.06.4719>

Coque Arboleda, M. A. (2013). La gastronomía ancestral y su influencia en el turismo cultural del cantón Ambato provincia de Tungurahua (Bachelor's thesis).

Fernández-Cavia, J., Rovira, C., Díaz-Luque, P., & Cavaller, V. (2014). “Web Quality Index (WQI) for official tourist destination websites. Proposal for an assessment system”. *Tourism Management Perspectives*, 9, 5-13. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.10.003>

Interactive Advertising Bureau Spain (2016). IV Estudio de la actividad de las Marcas en Medios Sociales. España. [http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2016/02/Estudio-de-laActividad-de-las Marcas-en-MMSS_vReducida.pdf](http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2016/02/Estudio-de-laActividad-de-las-Marcas-en-MMSS_vReducida.pdf)

Internet República (2012). Los supermercados en Social Media y buscadores. Madrid. <http://internetrepublica.com/estudio-supermercados-social-media-buscadores-marzo-2012/>

Lopez Brunett, A. L., Verdesoto Masache, E., & López Brunett, A. H. (2017). Turismo 2.0 como herramienta para promocionar los atractivos culturales de Guayaquil. *INNOVA Research Journal*, 2(6), 154–163. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n6.2017.299>

Míguez-González, M. I., & Fernández-Cavia, J. (2015). “Tourism and online communication: interactivity and social web in official destination websites”. *Communication & Society*, 28(4), 17- 31. DOI: doi: 10.15581/003.28.4.17-31

Ministerio de Turismo Del Ecuador (2007). Informe Final PLANDETUR 2020. Quito. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Organización Mundial del Turismo. Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de Turismo. Madrid. 2007. 20. PICARDI DE SASTRE et al, Metodología de Investigación en Emprendimientos Turísticos. 2007. 21.

PLANDETUR 2020. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador.

Promoción turística 2.0. Análisis de las redes sociales de los gobiernos iberoamericanos Opción, vol. 32, núm. 9, 2016, pp. 32-53 Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela

Rofman y Villar et al., Crítica de la Economía Turística enfoque de Oferta versus enfoque de demanda. Julio 2006. 18. IMHI Turismo-TYPSA- BID.

Scarpato, S. M. y César Dachary, A. (2007) “Trabajo de Investigación: Partido de San Andrés de Giles”, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa. Puerto Vallarta (inédito)

Soriano, A. M. (2014). Diseño y validación de instrumentos de medición. Diá-logos 14, 19-40.

Soriano, A. M. (2014). Diseño y validación de instrumentos de medición. Diá-logos

Túñez-López, M., Altamirano, V., & Valarezo, K. P. (2016). Comunicación turística colaborativa 2.0: promoción, difusión e interactividad en las webs gubernamentales de Iberoamérica. Revista Latina de Comunicación Social, 71, 249-271. DOI: 10.4185/RLCS-2016-1094

V Altamirano Benitez, I Marín-Gutiérrez, K Ordóñez González (2018): “Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas”. Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp. 633 a 647

ANEXOS

Anexo A. Carta Compromiso

**ANEXO 3
FORMATO DE LA CARTA DE COMPROMISO.**

CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 11/04/2023

Doctor
Marcelo Núñez Espinoza
Presidente
Unidad de Integración Curricular
Carrera de Turismo
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Daniel Rodríguez Gómez en mi calidad de jefe de Turismo del GADMA, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular bajo el Tema: **"EL TURISMO 2.0 Y LA COCINA TRADICIONAL EN EL CANTÓN AMBATO"** propuesto por el/la estudiante Torres Toctaguano Jonathan Alexander, portador/a de la Cédula de Ciudadanía 1803706561, estudiante de la Carrera de Turismo Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.


Lic. Daniel Rodríguez Gómez
18047435222
0995976668
dfrodriguez@ambato.gob.ec



Figura 23 Recolección de información.

Encuesta con dirección a los consumidores de cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato

Considerando que, el Turismo 2.0 es la evolución de los sitios de turísticos a través de Internet, que han ido surgiendo en los últimos tiempos en torno a la Web 2.0, un conjunto de servicios y comunidades online que se basan en la participación e interacción entre los usuarios, donde prima el intercambio de sensaciones y experiencias a través de blogs, fotografías o vídeos, algo que influye directamente en la percepción y decisión de otros usuarios.

De respuesta a las siguientes preguntas

Instrucciones:

- En base a esto, seleccione la respuesta que usted considere conveniente.
- Responda a las siguientes afirmaciones sobre la cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa, según su opinión.
- Señale del 1 a 5, siendo 1 el menor valor y 5 el mayor.

1: Muy en desacuerdo

2: En desacuerdo

3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4: De acuerdo

5: Muy de acuerdo

Considero que los medios digitales son indispensables para la promoción turística de un lugar

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Considero que la promoción turística a cambiado con avanzar de la tecnología

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Considero que la cocina tradicional ayuda a potenciar la identidad gastronómica de un lugar.

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Considero que fomentar la promoción digital de la cocina tradicional ayudaría a la difusión y preservación de este tipo de gastronomía.

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

En las plataformas web existe información suficiente sobre los principales centros gastronómicos (restaurantes) del sector Atocha - Ficoa?

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Existe publicidad de la gastronomía tradicional de Ambato?

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Considero que los restaurantes tienen interés de estar presentes en los medios digitales.

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Considero que los centros gastronómicos de comida tradicional y su servicio dentro de redes sociales en internet son confiables

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Para una mejor captación de información sobre los centros gastronómicos de comida típica, considero los comentarios en redes sociales de estos sitios.

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Los restaurantes de comida tradicional de Atocha - Ficoa desarrollan incentivos (promociones) para motivar el consumo de sus oferta gastronómica mediante medios digitales.

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Encuentro información actual en redes sociales y paginas web sobre la ubicación, precios, promociones u otros servicios que brindan los restaurantes en Atocha - Ficoa?

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Los precios expuestos en los restaurantes de comida tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa son atractivos para su visita?

| | | | | | | |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Muy en desacuerdo | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muy de acuerdo |

Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, los empanadas de viento es su principal preparación.

1 2 3 4 5

Muy en desacuerdo Muy de acuerdo

Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, la colada morada es su principal preparación.

1 2 3 4 5

Muy en desacuerdo Muy de acuerdo

Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, el cuy es su principal preparación.

1 2 3 4 5

Muy en desacuerdo Muy de acuerdo

Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, los "helados de Ficoa" es su principal preparación.



1 2 3 4 5

Muy en desacuerdo Muy de acuerdo

Enviar

Borrar formulario

FICHA A4 DEL INSTITUTO NACIONAL DE PATROMONIO CULTURAL

| | | | |
|---|--|--|--------------------------------|
|  | GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 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 |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | |
| Provincia: | Cantón: | | |
| Parroquia: | <input type="checkbox"/> Urbana | | <input type="checkbox"/> Rural |
| Localidad: | | | |
| Coordenadas WGS84 Z17S - UTM : X (Este) Y (Norte) Z (Altitud) | | | |
| 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 | | |
| Subámbito | Detalle del subámbito | | |
| | | | |

| Breve reseña | | | | | |
|---------------------------------|---------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|------------------|
| | | | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN | | | | | |
| | | | | | |
| Fecha o periodo | | Detalle de la periodicidad | | | |
| Anual | | | | | |
| Continua | | | | | |
| Ocasional | | | | | |
| Otro | | | | | |
| Alcance | | Detalle del alcance | | | |
| Local | | | | | |
| Provincial | | | | | |
| Regional | | | | | |
| Nacional | | | | | |
| Internacional | | | | | |
| Elementos | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| E1 | | | | | |
| Herramientas | | Tipo | Procedencia | Forma de adquisición | |
| H1 | | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad /Tiempo de actividad | Cargo, función o actividad | Dirección | Localidad |
| Individuos | | | | | |
| Colectividades | | | | | |
| Colectividades | | | | | |
| Instituciones | | | | | |
| Procedencia del saber | | Detalle de la procedencia | | | |
| Padres-hijos | | | | | |
| Maestro-aprendiz | | | | | |
| Centro de capacitación | | | | | |
| Otro | | | | | |

| Transmisión del saber | | Detalle de la transmisión | | |
|----------------------------------|-------------|---------------------------|-----------------------|------|
| 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. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Subámbito | Detalle del subámbito | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 9. ANEXOS | | | | |
| Textos | Fotografías | Videos | Audio | |
| | | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | |
| | | | | |
| 11. DATOS DE CONTROL | | | | |
| Entidad Investigadora: | | | | |
| Inventariado por: | | Fecha de inventario: | | |
| Revisado por: | | Fecha revisión: | | |
| Aprobado por: | | Fecha aprobación: | | |
| Registro fotográfico: | | | | |

Anexo C. Carta de entrega recepción del producto beneficiario.

Ambato, 17 de Junio del 2023

Sñra. Naranjo Gloria

Propietaria Panadería La cigüeña, Atocha - Ficoa


Presente.

De mi consideración

Reciba un cordial saludo por parte del estudiante **Jonathan Alexander Torres Toctaguano** de la carrera de Turismo perteneciente a la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, quien se dirige a su persona con el fin de realizar la entrega del producto del proyecto de investigación titulado "El Turismo 2.0 y la cocina tradicional en el cantón Ambato". El video de promoción turística enfocado a la tradición e historia patrimonial del establecimiento se denomina "Colada morada la cigüeña, tradición, sabor y atención" mismo que será compartido en páginas web ya instauradas como en los principales centros turísticos del sector y en el establecimiento respectivo. (<https://youtu.be/lqx7ZswPJFE>). Con la expectativa de que el video presentado sea de utilidad para la difusión de sus saberes y promoción de sus productos y servicios mediante la implementación de herramientas del turismo 2.0.

Por la grata facilidad y ayuda presentada agradezco enormemente su colaboración

Entregado por



Jonathan Alexander Torres Toctaguano
Estudiante de Turismo UTA

Recibido por



Gloria Naranjo
Propietaria panadería la cigüeña.

Anexo D. Evidencias

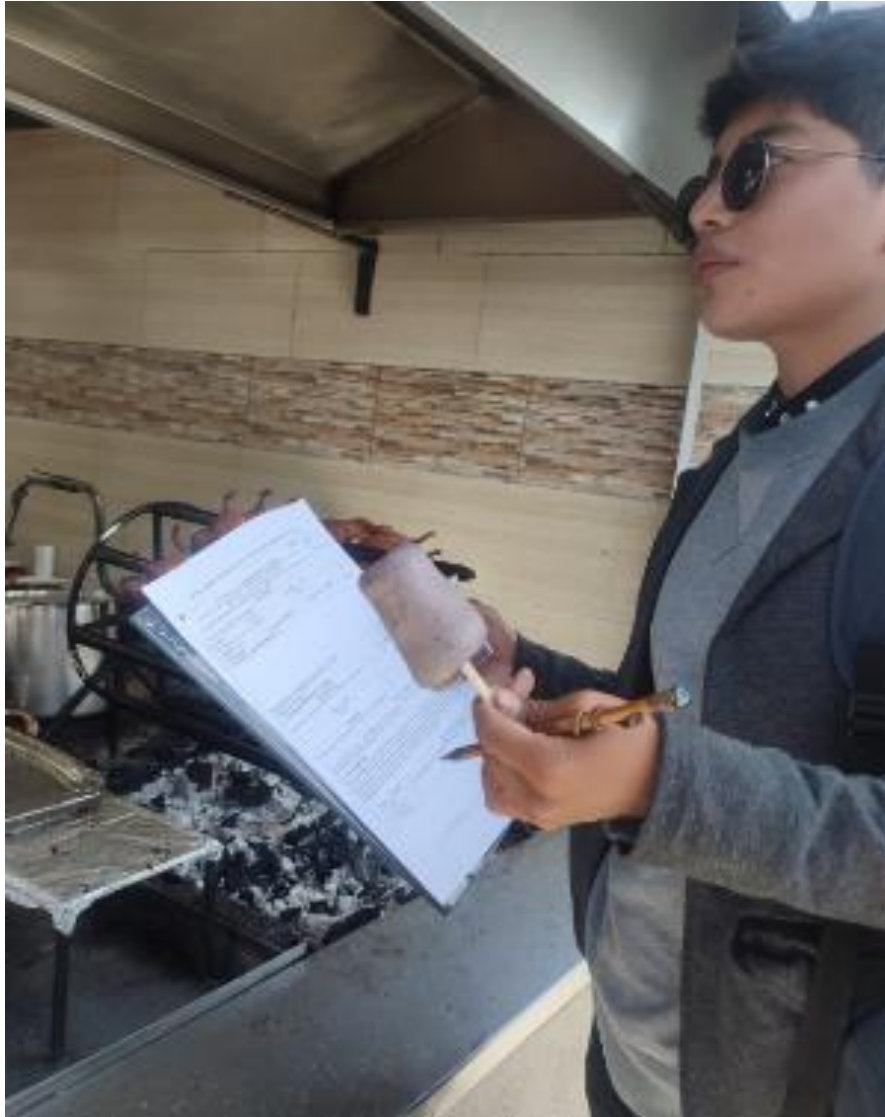


Figura 24: Encuestas dirigidas a los consumidores habituales de los locales gastronómicos típicos de la parroquia Atocha – Ficoa.



Figura 25: Encuestas dirigidas a los consumidores habituales de los locales gastronómicos típicos de la parroquia Atocha – Ficoa.



Figura 26: Levantamiento de información para el fichaje INPC sobre los consumidores habituales de los locales gastronómicos típicos de la parroquia Atocha – Ficoa.

Anexo E. Validación de encuestas por expertos.



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



Ambato, 17 de Mayo 2023

Ing. Fernanda Toctaguano
Docente de la Carrera de Turismo
Universidad Técnica de Ambato

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, poner en su conocimiento que, siendo estudiante de la Universidad Técnica de Ambato, requiero validar el instrumento con el cual realizaré el levantamiento de información necesaria para poder desarrollar mi investigación, mismo con el cual optaré por el título de Licenciado en Turismo.

El tema del proyecto de desarrollo es "El turismo 2.0 y la cocina tradicional en el cantón Ambato" y siendo imprescindible contar con la aprobación de personas especializados en el tema para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de investigación.

El expediente de validación contiene:

Anexo 1: Instrumento para la validación
Anexo 2: Instrumento a validar

Atentamente

.....
Jonathan Alexander Torres Toctaguano

ESTUDIANTE

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

| CRITERIOS | APRECIACIÓN | | | |
|--|--------------------|-------|---------|------------|
| | EXCELENTE | BUENO | REGULAR | DEFICIENTE |
| Presentación del instrumento | X | | | |
| Calidad de redacción de los ítems | X | | | |
| Pertinencia de las variables con los indicadores | X | | | |
| Relevancia del contenido | X | | | |
| Factibilidad de aplicación | X | | | |

Apreciación General:

El instrumento es apto para su aplicación a ser concisa.

Observaciones:

Al ser cuestionamientos específicos estos son relevantes para el uso de la investigación.

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (**X**) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Validado por: Ing. Fernanda Tocaguano

Firma:



Lugar de trabajo: Museo paleontológico y parque temático “Dinosaurios Park”

Cargo que desempeña: Gerente general

Fecha: Ambato, 17 de Mayo 2023

Instrumento a validar



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



Encuesta sobre la cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa del Cantón Ambato

Considerando que, el Turismo 2.0 es la evolución de los sitios de turísticos a través de Internet, que han ido surgiendo en los últimos tiempos en torno a la Web 2.0, un conjunto de servicios y comunidades online que se basan en la participación e interacción entre los usuarios, donde prima el intercambio de sensaciones y experiencias a través de blogs, fotografías o vídeos, algo que influye directamente en la percepción y decisión de otros usuarios.

Objetivos:

- Conocer el nivel de importancia sobre el turismo 2.0 en la promoción turística de establecimientos gastronómicos.
- Identificar cual es la preparación más relevante de la cocina tradicional dentro de la parroquia Atocha Ficoa.

Instrucciones:

- Seleccione la respuesta que usted considere conveniente.
- Responda a las siguientes afirmaciones sobre la cocina tradicional de la parroquia Atocha - Ficoa, según su opinión.
- Señale del 1 a 5, siendo 1 el menor valor y 5 el mayor.

1: Muy en desacuerdo

2: En desacuerdo

3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4: De acuerdo

5: Muy de acuerdo

1. Considero que los medios digitales son indispensables para la promoción turística de un lugar

1

2

3

4

5

Muy en desacuerdo

Muy de acuerdo

2. Considero que la promoción turística a cambiado con avanzar de la tecnología.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

3. Considero que la cocina tradicional ayuda a potenciar la identidad gastronómica de un lugar.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

4. Considero que fomentar la promoción digital de la cocina tradicional ayudaría a la difusión y preservación de este tipo de gastronomía.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

5. En las plataformas web existe información suficiente sobre los principales centros gastronómicos (restaurantes) del sector Atocha - Ficoa?

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

6. Existe publicidad de la gastronomía tradicional de Ambato?

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

7. Considero que los restaurantes tienen interés de estar presentes en los medios digitales.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

13. Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, los empanadas de viento es su principal preparación.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

14. Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, la colada morada es su principal preparación.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

15. Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, el cuy es su principal preparación.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

16. Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, los "helados de Ficoa" es su principal preparación.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |



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

Ambato, 17 de Mayo 2023

Ing. Washington Ramos
Docente de la Carrera de Turismo
Universidad Técnica de Ambato

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, poner en su conocimiento que, siendo estudiante de la Universidad Técnica de Ambato, requiero validar el instrumento con el cual realizaré el levantamiento de información necesaria para poder desarrollar mi investigación, mismo con el cual optaré por el título de Licenciado en Turismo.

El tema del proyecto de desarrollo es “El turismo 2.0 y la cocina tradicional en el cantón Ambato” y siendo imprescindible contar con la aprobación de personas especializados en el tema para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de investigación.

El expediente de validación contiene:

Anexo 1: Instrumento para la validación
Anexo 2: Instrumento a validar

Atentamente

.....
Jonathan Alexander Torres Toctaguano

ESTUDIANTE

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

| CRITERIOS | APRECIACIÓN | | | |
|--|-------------|-------|---------|------------|
| | EXCELENTE | BUENO | REGULAR | DEFICIENTE |
| Presentación del instrumento | X | | | |
| Calidad de redacción de los ítems | X | | | |
| Pertinencia de las variables con los indicadores | X | | | |
| Relevancia del contenido | X | | | |
| Factibilidad de aplicación | X | | | |

Apreciación General:

Las preguntas son fijas y válidas para aplicarlas

Observaciones:

Instrumento de evaluación correctamente ejecutado.

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Validado por: Ing. Washington Ramos

Firma:



Lugar de trabajo: Museo paleontológico y parque temático “Dinosaurios Park”

Cargo que desempeña: Gerente general

Fecha: Ambato, 17 de Mayo 2023

2. Considero que la promoción turística a cambiado con avanzar de la tecnología.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

3. Considero que la cocina tradicional ayuda a potenciar la identidad gastronómica de un lugar.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

4. Considero que fomentar la promoción digital de la cocina tradicional ayudaría a la difusión y preservación de este tipo de gastronomía.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

5. En las plataformas web existe información suficiente sobre los principales centros gastronómicos (restaurantes) del sector Atocha - Ficoa?

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

6. Existe publicidad de la gastronomía tradicional de Ambato?

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

7. Considero que los restaurantes tienen interés de estar presentes en los medios digitales.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

13. Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, los empanadas de viento es su principal preparación.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

14. Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, la colada morada es su principal preparación.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

15. Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, el cuy es su principal preparación.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |

16. Considero que dentro de la Parroquia Atocha - Ficoa, los "helados de Ficoa" es su principal preparación.

| | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muy en desacuerdo | | | | Muy de acuerdo |