



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

“REPOSTERÍA CREATIVA Y LA OFERTA TURÍSTICA DEL
CANTÓN SALCEDO, CASO: PINOL”

Autor: Gualpa Quilo Eddian Rodrigo

Tutor: Lcdo. Camilo Francisco Torres Oñate, Mg.

Ambato-Ecuador
Diciembre-2025

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

“Repostería Creativa y la Oferta Turística del Cantón Salcedo, Caso: Pinol” del alumno Gualpa Quilo Eddian Rodrigo, 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, diciembre del 2025

EL TUTOR

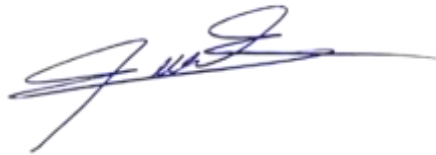
.....
Lcdo. Camilo Francisco Torres Oñate, Mg.
C.C.: 1803318169

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**Repostería Creativa y la Oferta Turística del Cantón Salcedo, Caso: Pinol**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de éste trabajo de grado.

Ambato, diciembre del 2025

EL AUTOR



.....
Eddian Rodrigo Gualpa Quilo

C.C.: 0503799330

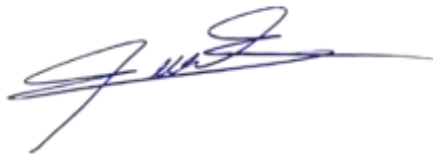
DERECHOS DE AUTOR

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 autor

Ambato, diciembre del 2025

EL AUTOR



.....

Eddian Rodrigo Gualpa Quilo

C.C.: 0503799330

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“Repostería Creativa y la Oferta Turística del Cantón Salcedo, Caso: Pinol”**, de Eddian Rodrigo Gualpa Quilo 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, diciembre del 2025

Para constancia firman

Ing. Maria Fernanda Viteri Toro, Mg.

MIEMBRO CALIFICADORA

C.C.:180290388

Ing. Diego Melo Fiallos, Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.: 1803017365

DEDICATORIA

Dedicada con mucho amor y cariño a mis dos maravillosos padres, Martha Quilo y Rodrigo Gualpa, por su apoyo incondicional y su amor, por ser los guías y el pilar fundamental en esta travesía que llamamos vida, son mi más grande ejemplo de perseverancia y lucha. Gracias por enseñarme todo lo necesario y haber formado a un hombre de bien, gracias por darme el honor de ser su orgullo, el motivo de sus alegrías o de sus dolores de cabeza. A mis dos hermanos Kevin y Mathias, quienes son mis compañeros de vida. La meta es de los cinco, los amo familia.

Y cómo olvidar a mis compañeras más fieles. Gracias a mis queridas Kira y Nevas: aunque no puedan cruzar la barrera del idioma, su amor es puro y sincero.

Su presencia me acompañó en mis días más difíciles, y su cariño me recordó que, incluso en los momentos de mayor soledad, nunca se está realmente solo cuando las mascotas caminan a tu lado. “Hay palabras que nos cambian la vida, pero hay ladridos que nos cambian el alma.”

Al final de todo somos la mezcla de todas las personas que han sido parte de nuestro camino. Me alegro saber que esas personas son parte de quien soy hoy.

Eddian Rodrigo Gualpa Quilo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Dirección de Desarrollo Social, Económico, Cultura y Turismo del GAD del municipio de Salcedo por toda la información brindada para la elaboración de este proyecto de investigación.

Gracias autoridades, docentes, personal de servicio y administrativo, que conforma la Universidad Técnica de Ambato, en especial a quienes conforman la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

Agradezco en especial a mi tutor y docente Lcdo. Camilo Francisco Torres Oñate, Mg. quien me guió en este camino, por su paciencia y dedicación gracias por demostrar el verdadero entusiasmo de enseñar y a la Ing. Maria Fernanda Viteri Toro, Mg. A quien considero una de las mejores docentes y amigas que me pudo enseñar, sin dejar a un lado de igual manera a todos los docentes que conforman la carrera de Turismo, gracias por las enseñanzas y motivaciones.

Eddian Rodrigo Gualpa Quilo

ÍNDICE GENERAL

AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
ABSTRACT.....	xiii

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1	Antecedentes investigativos	1
1.2	Teoría, modelo o posición filosófica.....	2
1.3	Marco teórico	4
1.4	Objetivos	18

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1	Materiales	32
2.2	Métodos	32
2.3	Población y muestra	35
2.4	Técnicas.....	35
2.5	Instrumentos	36

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1	Identificar la oferta turística gastronómica del cantón Salcedo.....	38
-----	--	----

3.2 Describir las técnicas de repostería creativa que permitan la incorporación del pinol como ingrediente distintivo.....	48
3.3 Discusión de resultados	57
3.4 Triangulación de resultados.....	48

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones.....	55
4.2 Recomendaciones.....	56

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Título de la propuesta	57
5.2. Objetivo de la propuesta.....	57
5.3. Justificación.....	57
5.4. Desarrollo de la propuesta	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
ANEXOS.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Costos unitarios insumos</i>	32
Tabla 2 <i>Detalle de la muestra</i>	35
Tabla 11 <i>Resultados correspondientes a las entrevistas realizadas</i>	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Mapa del Cantón Salcedo</i>	34
Figura 2. <i>Portada del recetario</i>	60

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio analizó la relación entre la repostería creativa con pinol y la oferta turística del cantón Salcedo, considerando a este producto tradicional como un elemento identitario de alto valor cultural y gastronómico. A pesar de su importancia simbólica, el pinol no ha sido incorporado de manera estratégica en propuestas culinarias innovadoras que fortalezcan la competitividad turística local, situación que evidencia la necesidad de revalorizarlo dentro de experiencias gastronómicas contemporáneas. La investigación se desarrolló mediante una metodología cualitativa basada en revisión documental, análisis de fichas del Atlas del Patrimonio Alimentario del Ecuador y entrevistas semiestructuradas a actores gastronómicos y turísticos del cantón. Los resultados permitieron identificar una oferta gastronómica consolidada en torno a platos tradicionales, dentro de los cuales el pinol destaca por su versatilidad y fuerte anclaje cultural. Asimismo, se identificaron técnicas de repostería creativa, como gelificación, aireado, horneado artístico y emulsiones, que posibilitan reinterpretaciones atractivas sin perder la esencia del producto. A partir de estos hallazgos, se diseñó un recetario de repostería creativa con pinol orientado a diversificar la oferta gastronómica local y potenciar el desarrollo de experiencias turísticas innovadoras. Se concluye que la articulación entre tradición e innovación no solo fortalece la identidad culinaria de Salcedo, sino que amplía su portafolio turístico y contribuye al posicionamiento del cantón como un destino gastronómico emergente.

PALABRAS CLAVE: Gastronomía, turismo, patrimonio cultural, repostería e identidad cultural

ABSTRACT

This study analyzed the relationship between creative pastry-making using pinol and the tourism offer of the Salcedo canton, considering this traditional product as an identity element with significant cultural and gastronomic value. Despite its symbolic importance, pinol has not been strategically incorporated into innovative culinary proposals that could strengthen the canton's tourism competitiveness, revealing the need to revalue it within contemporary gastronomic experiences. The research was conducted using a qualitative methodology based on documentary review, analysis of records from the Atlas of Ecuadorian Food Heritage, and semi-structured interviews with local gastronomic and tourism actors. The results identified a consolidated gastronomic offer centered on traditional dishes, among which pinol stands out for its versatility and strong cultural anchoring. Likewise, various creative pastry techniques, such as gelling, aeration, artistic baking, and emulsions, were identified as suitable for generating attractive reinterpretations without losing the essence of the product. Based on these findings, a creative pastry recipe book featuring pinol was designed to diversify the local gastronomic offer and foster innovative tourism experiences. The study concludes that the articulation between tradition and innovation not only strengthens Salcedo's culinary identity but also broadens its tourism portfolio and contributes to positioning the canton as an emerging gastronomic destination.

KEYWORDS: Gastronomy, tourism, cultural heritage, pastry, and cultural identity

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

En la investigación que realizó **Oleas & Quezada (2024)** se analiza el valor cultural, patrimonial y turístico de los dulces tradicionales del Ecuador. El estudio muestra que los dulces tradicionales no solo forman parte de la tradición culinaria, sino que también representan prácticas que se transmiten de generación en generación, los dulces tradicionales preservan la memoria colectiva y los dulces tradicionales mantienen la identidad regional. Concluyendo que los dulces de la tradición son un recurso para diversificar la oferta de turismo del país.

Los autores **Taipe et al. (2025)** evalúan cómo los saberes culinarios se pueden unir con las técnicas de repostería para crear productos, a partir del uso de la oca andina (*Oxalis tuberosa*). El estudio muestra que la combinación de los ingredientes tradicionales con los procesos de la tecnología, aumenta la aceptación del sabor en los consumidores, también señala que la combinación eleva la percepción de valor en los consumidores. Concluyendo que las innovaciones no solo fortalecen la identidad de la cocina de la zona, sino que también crean oportunidades para el turismo de la comida al ofrecer los productos usando los recursos de los Andes.

El trabajo de **Choez et al. (2025)** estudia la gastronomía ancestral y su papel en el desarrollo económico y turístico de las comunidades indígenas de Salasaka, Tungurahua. Para lo cual se utiliza una metodología cualitativa y etnográfica, estableciendo que la cocina ancestral sirve como herramienta para fortalecer la cultura y como recurso clave para el turismo comunitario. Los resultados indican que las prácticas culinaria tradicionales fortalecen la cohesión social, generan modelos de negocio sostenibles, crean experiencias turísticas auténticas basadas en la transmisión de la cultura. Así, la gastronomía ancestral impulsa el desarrollo económico y turístico en Salasaka y sirve como motor del turismo responsable.

Pita et al. (2023) investigó la percepción de la comunidad del cantón Jipijapa sobre el rol del patrimonio de la gastronomía en la gestión del turismo, señalando que este cantón reconoce el valor de la cultura de los platillos de la tradición, no obstante se estableció que entre las limitaciones en la articulación del turismo, se tiene la falta de promoción, falta de infraestructura y falta de integración con experiencias de turismo, por lo que, se hace necesario crear políticas públicas que valoren la cultura y gestionar mejor el patrimonio culinario, concluyendo que la gastronomía puede ser un eje que une la identidad del territorio que impulse diferentes tipos de turismo.

Pazmiño & Chávez, (2024) presentan un estudio que busca renovar la repostería ecuatoriana con técnicas modernas para elaborar postres tipo vitrina, en el cual se establece que la estética del postre, la estructura del postre y la presentación del postre influyen en la percepción sensorial del postre y en la decisión de compra del cliente. El estudio también muestra que la repostería puede ser un recurso de innovación gastronómica con potencial turístico y que el impacto visual del postre para reinterpretar sabores tradicionales, genera que la repostería atraiga a los turistas. Concluyendo que el uso de técnicas modernas en la pastelería ayuda a subir el valor gastronómico local y fortalecer la competitividad de los destinos turísticos que ofrecen experiencias culinarias diferentes.

1.2 Teoría, modelo o posición filosófica

El presente estudio se sustenta en dos enfoques teóricos que permiten comprender, desde una perspectiva sociocultural y de comportamiento del consumidor, cómo la repostería creativa con pinol puede integrarse como elemento dinamizador de la oferta turística del cantón Salcedo.

Teoría de la Mirada del Turista de John Urry (1990, 2001)

La Teoría de la Mirada del Turista, desarrollada por **Urry (1990; 2001)**, establece que turismo se basa en ideas de símbolos y de la sociedad. Las ideas cambian la forma en que el visitante interpreta el destino y crean expectativas que hacen que la gente decida qué es atractivo, auténtico o memorable. La mirada no es de una persona. Los discursos

de la cultura, las imágenes de los medios y los imaginarios de la sociedad que comparte la gente forman la mirada y guían la experiencia turística (**Urry & Larsen, 2011**).

Asimismo, la teoría sostiene que los elementos locales funcionan como signos culturales capaces de activar emociones y asociaciones simbólicas. Productos como el **pinol**, con fuerte arraigo identitario, pueden convertirse en parte de esa mirada del turista cuando son reinterpretados mediante repostería creativa, pues condensan autenticidad, tradición e innovación en una experiencia sensorial distintiva (**Urry, 2002**). Estos signos permiten que el visitante construya significados culturales relacionados con la identidad del destino.

Urry (2001) también destaca que los turistas buscan experiencias que rompan con la rutina cotidiana, priorizando la novedad, el entretenimiento y la exploración sensorial. Bajo esta perspectiva, la repostería creativa con pinol responde a esta búsqueda al ofrecer una reinterpretación moderna de un ingrediente tradicional, lo que genera una experiencia gastronómica que combina memoria cultural y creatividad **culinaria** (**Urry & Larsen, 2011**). Así, la teoría evidencia cómo la innovación gastronómica puede captar la mirada del turista y fortalecer la oferta turística del territorio.

Modelo de Elección del Consumidor Turístico de Schmoll (1977)

El Modelo de Elección del Consumidor Turístico de **Schmoll (1977)** explica que el proceso de decisión del turista está influido por cuatro conjuntos de factores: motivaciones internas, características personales, percepción del destino e influencias externas como la promoción turística. Estos elementos actúan conjuntamente para determinar por qué un visitante selecciona un destino sobre otro, integrando factores psicológicos y socioculturales en la toma de decisiones (**Schmoll, 1977**).

La repostería con pinol motiva al turista al ofrecer una experiencia de comida con los sabores del lugar, lo que puede dar origen a que el turista decida viajar, permitiendo unir la identidad del territorio. Por lo tanto, el uso del pinol en preparaciones creativas contribuye a generar interés y diferenciación.

Asimismo, el modelo señala que la imagen del destino es crucial para la elección final del visitante. La incorporación del pinol en propuestas reposteras contemporáneas y su difusión mediante recetarios, eventos gastronómicos o plataformas digitales puede fortalecer una imagen turística positiva basada en creatividad, innovación y patrimonio

cultural. Tal como afirman **Pike y Page (2014)**, la imagen percibida del destino influye directamente en la intención de viaje y en la recomendación posterior. De este modo, la gastronomía creativa actúa como un componente estratégico para posicionar al cantón Salcedo dentro del mercado turístico.

Finalmente, **Schmoll (1977)** indica que las influencias externas, como información disponible, publicidad, ferias o experiencias compartidas por otros turistas, desempeñan un papel decisivo en la elección del destino. Por ello, un recetario de repostería creativa con pinol, acompañado de estrategias de promoción turística, puede elevar la visibilidad del cantón Salcedo y transformar un producto gastronómico local en un atractivo turístico capaz de incidir en la decisión final del visitante (**Hjalager & Richards, 2021**).

1.3 Marco teórico

Variable Independiente: Repostería creativa

- **Conceptos de repostería creativa**

Aunque en la definición clásica de industrias creativas la gastronomía no suele estar incluida, esta exclusión no está exenta de debate, se ha establecido que las industrias creativas como aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento sustancial de esfuerzo artístico o creativo. Si bien es difícil establecer hasta qué punto la gastronomía incorpora un componente artístico o creativo lo suficientemente significativo según este criterio, puede argumentarse que la creación culinaria sí cumple con tales requisitos. La elaboración de platos, el diseño de experiencias sensoriales y la reinterpretación de tradiciones culinarias implican procesos claramente creativos (**Pedersen, 2012**).

Además, no existe consenso absoluto respecto a qué sectores conforman la producción creativa. Las industrias consideradas “creativas” varían según los marcos conceptuales utilizados, ya sea economía creativa, clase creativa o industrias creativas y según la literatura consultada. Esta diversidad de definiciones demuestra que la clasificación del sector gastronómico dentro de las industrias creativas depende del enfoque teórico adoptado (**Pedersen, 2012**).

La literatura menciona la importancia de la creatividad en la gastronomía al relacionarla con las artes culinarias. Para los restaurantes de alta cocina, la creación de estilos y diseños se convierte en un factor diferencial. Como afirman **Xu et al. (2022)**, no solo el sabor y el aroma caracterizan un buen plato, sino también aspectos como la innovación y la creatividad en el proceso de cocción. Por lo tanto, el conocimiento relacionado con las artes culinarias y el placer de disfrutar la comida se utilizan en la gastronomía (**Lie et al. 2025**).

La repostería creativa es una rama moderna de la gastronomía, que permite unir la pastelería tradicional con ideas de diseño y con formas de percibir los postres, además, está ligada a la creatividad culinaria, definida como la capacidad de transformar ingredientes y técnicas en propuestas nuevas, útiles y bonitas (**Lie et al., 2025**).

En esta línea, la gastronomía moderna reconoce que la creatividad en repostería no solo se evalúa por la calidad del producto final, sino por su capacidad para comunicar identidad, narrativa y una experiencia estética coherente, lo que transforma el acto de consumir un postre en una vivencia simbólica y cultural (**Depertis et al., (2025)**).

Según la revisión de **Galarrraga et al. (2024)** la reinención de productos tradicionales mediante enfoques creativos permite fortalecer la identidad gastronómica de un territorio mientras se responde a la demanda de experiencias únicas y sensorialmente ricas. Esto demuestra que la repostería creativa funciona además como una estrategia de diferenciación competitiva y como un motor de innovación en la industria gastronómica contemporánea.

- **Innovación gastronómica**

La innovación se reconoce como uno de los principales elementos del éxito empresarial. Su papel es fundamental para lograr un mayor rendimiento y garantizar la supervivencia de una empresa en el mercado. En general, cualquier nuevo desarrollo adoptado por una empresa se considera innovación y puede implicar la creación o el rediseño de productos o servicios para satisfacer la demanda del mercado, la introducción de nuevos procesos para mejorar la productividad, el desarrollo o la aplicación de nuevas técnicas de marketing y nuevos sistemas de gestión para mejorar la eficiencia operativa (**Bigliardi et al., 2020**).

La innovación puede estar determinada por la presión del entorno externo, especialmente por la competitividad, la desregulación, la escasez de recursos y la demanda de los clientes. Por estas razones, una empresa modifica su comportamiento y organización para mantener o mejorar su rendimiento y seguir siendo competitiva en el mercado. En los últimos años, la innovación también ha adquirido un papel importante en la industria alimentaria, de hecho se ha definido generalmente como un sector bastante maduro y de crecimiento lento, con un nivel de inversión en investigación y desarrollo relativamente bajo, y que puede considerarse conservador en comparación con el tipo de innovación que ofrece al mercado **(Bigliardi et al., 2020)**.

- **Ingredientes locales en la cocina creativa**

El uso de ingredientes locales en la cocina ofrece dos beneficios principales: promueve la sostenibilidad ambiental al reducir la huella de carbono e impulsa la economía local. Además, estudios previos indican que el uso de ingredientes locales contribuye a mantener las técnicas de producción tradicionales, a la vez que aumenta el valor de mercado de los productos locales **(Bain, 2024)**

Por lo tanto, la adopción de ingredientes locales no solo ayuda a salvaguardar el patrimonio cultural, sino que también fomenta el desarrollo de un sistema alimentario sólido y competitivo capaz de satisfacer las necesidades del mercado global. A pesar de los esfuerzos por promover prácticas culinarias sostenibles, existen varios obstáculos considerables. Un problema importante es el desconocimiento de la importancia estratégica de los ingredientes locales tanto por parte del público general como de los profesionales del sector. Se han observado dificultades similares en Europa y Turquía, donde los festivales culinarios y las costumbres tradicionales se enfrentan a retos para mantener su relevancia cultural y su atractivo en los mercados contemporáneos **(Ainiya & Zahri, 2025)**.

El patrimonio culinario en la comida se define como un conjunto de elementos que se pueden tocar y cosas que no se pueden tocar de la cultura de la comida y se considera un bien común que incluye los productos agrícolas, los ingredientes, los platos, las técnicas, las recetas y las tradiciones culinarias, además del sentido simbólico de la comida. El patrimonio culinario abarca aspectos concretos, como los objetos de la

cocina y la forma de poner la mesa, el arte, la vajilla, entre otros y en un entorno de varias generaciones, especialmente en el entorno familiar, la gente transmite las tradiciones como parte del patrimonio, lo que lo convierte en fuente de los hábitos y de los patrones culinarios **(Dominik, 2020)**.

El patrimonio culinario no es estático, sino un proceso dinámico construido culturalmente con capacidad de autogeneración. Incluye platos consumidos por la población local y por diferentes comensales que pueden atribuirles nuevos significados. El patrimonio alimentario abarca numerosos aspectos socioculturales, generalmente propios de las costumbres sociales locales, como el conocimiento, las técnicas culinarias, los métodos para comer y beber, y las prácticas de compartir alimentos **(Choi & Yang, 2024)**.

Almansour et al. (2021) establecen que el patrimonio culinario es importante para las comunidades locales porque se vincula con la producción de alimentos específicos y muestra la memoria y el origen que comparten las personas, reforzando el sentido de pertenencia al territorio. Además, el patrimonio culinario puede generar apego a un lugar o a una región y en consecuencia aumentar la disposición de la personas a realizar distintas actividades en la zona.

- **La repostería como experiencia sensorial**

La repostería se ha convertido en un espacio privilegiado para el análisis sensorial, ya que cada producto dulce integra una combinación de propiedades físicas y perceptivas que el consumidor evalúa de forma simultánea, mientras que, la textura es uno de los elementos que mayor influencia ejerce en la aceptación de productos de panadería y pastelería, pues atributos como la firmeza, la capacidad de desmoronarse, la cohesión o la masticabilidad determinan la forma en que el producto se percibe al primer bocado **(Guiné, 2022)**.

En la misma línea, los estudios dedicados a caracterizar productos horneados confirman que la percepción del aroma y del sabor cumple un papel decisivo en la respuesta del consumidor, evidenciando que los participantes establecen una relación directa entre el perfil aromático y el gusto final del producto, lo que permite identificar patrones de preferencia asociados a ingredientes específicos y a la intensidad de los compuestos volátiles presentes. Además, los autores observan que los estímulos

olfativos, aun antes de probar el alimento, condicionan la expectativa y predisponen al consumidor hacia una valoración positiva o negativa (**Esposito et al. 2024**).

Cheseto et al. (2020) encontraron que los productos hechos con técnicas artesanales o con sabores y acabados más complejos recibieron más preferencia, aunque sus características físico-químicas no fueron muy diferentes de los productos hechos con procesos semi-industriales. Este hallazgo indica que la experiencia sensorial en la repostería no solo depende de lo que se puede medir, sino que la apariencia del producto, la combinación inesperada de ingredientes y el cuidado en la elaboración también influyen mucho en la respuesta emocional del consumidor.

Finalmente, **Guiné (2022)** advierte que los métodos con instrumentos describen las propiedades de la materia de los productos, pero solo las pruebas realizadas con paneles de los sentidos que han recibido entrenamiento o con consumidores que compran con frecuencia revelan cómo los atributos son interpretados y valorados en situaciones de consumo. Desde esa visión, el proceso de repostería con ideas que no se han usado antes requiere un método de prueba y ajuste, que revise todos los elementos en función de obtener un producto que cumpla con los requisitos de funcionamiento y que ofrezca una experiencia de los sentidos que se recuerde.

- **Repostería creativa y turismo gastronómico**

La repostería creativa ha empezado a ocupar un lugar destacado dentro de la gastronomía contemporánea por su capacidad de integrar técnica, estética e innovación en un solo producto culinario. Desde una perspectiva de creatividad culinaria, **Galarraga et al. (2024)** enfatizan que los procesos de creación gastronómica trascienden la cocina tradicional para proyectarse en nuevas formas de expresión vinculadas con tecnología, diseño y la reinterpretación del patrimonio alimentario.

En esa línea, **Martins (2016)** sostiene que la creatividad culinaria forma parte de la llamada “economía de la experiencia”, en la cual los consumidores buscan vivir emociones, sorpresas y conexiones simbólicas más allá del mero acto de comer. Así, la repostería creativa se convierte en un lenguaje sensorial donde el sabor convive con la estética y el relato culinario, generando propuestas diferenciadas que aportan valor al turismo gastronómico.

En este contexto, los visitantes se sienten muy satisfechos al probar los productos dulces que mezclan tradición e innovación y esta actividad mejora la experiencia turística y anima a los visitantes a recomendar el destino. Al observar los destinos con los productos dulces emblemáticos, se observa que la creatividad en los postres tradicionales ya sea con reinterpretaciones, presentaciones nuevas o maridajes diferentes, aumenta el interés del turista. La creatividad también ayuda a crear los circuitos gastronómicos especializados. De esta manera, la repostería creativa se consolida como un puente entre patrimonio culinario y experiencias contemporáneas **(Martins, 2016)**.

Pratimningsih et al. (2025) explican que las experiencias culinarias implican una interacción compleja entre los sentidos, las expectativas y los recuerdos del visitante, elementos que influyen directamente en su satisfacción global. Los autores destacan que componentes como el aroma, la textura, la presentación y la narrativa vinculada al producto configuran un ambiente multisensorial que potencia la emoción y el disfrute. En este sentido, la repostería creativa, por la naturaleza estética y sensorial de sus preparaciones, se convierte en uno de los formatos más eficaces para generar experiencias memorables en los visitantes.

Rodríguez et al. (2020) señalan que los postres con características que se destacan, con ingredientes de la zona, con técnicas de siempre reinterpretadas o con presentaciones que sorprenden pueden servir como emblemas de la cultura. Los postres pueden atraer a los visitantes y consolidar la imagen de un lugar en el mercado de turismo del mundo. Esta estrategia funciona muy bien en destinos que quieren diferenciarse con su gastronomía, destacando que, los productos con azúcar provocan una emoción que se siente y la gente los adquiere, lo que ayuda a que se difundan y se recuerden.

Los turistas valoran las experiencias gastronómicas que cuentan una historia que une el producto con la historia, con el territorio, con los productores o con el proceso de creación. La repostería ofrece un espacio para crear relatos que mezclan la tradición, la creatividad y la identidad de la cultura. En este contexto, los cocineros hacen postres con inspiración en elementos del lugar, en festividades, en personajes de la historia o en paisajes del destino, lo que puede mejorar la experiencia de los sentidos y refuerza el vínculo de sentimiento del visitante con el territorio **(Martins, 2016)**.

- **Diseño visual**

Las personas perciben y aprecian los alimentos de manera multisensorial, ya que la información procedente de los distintos sentidos se integra tanto a nivel perceptivo como semántico para generar experiencias culinarias específicas. Por ejemplo, al considerar una comida tradicional, puede observarse la amplia variedad de factores que influyen en la experiencia global del comensal. Entre dichos factores se encuentran la presencia de otras personas, el ambiente en el que se consume la comida, los cubiertos utilizados y la vajilla empleada **(Okajima & Spence, 2011)**.

Asimismo, los estímulos visuales influyen de manera considerable en la percepción de los alimentos y las bebidas. Se ha demostrado que señales como el color y la textura ejercen un impacto significativo sobre el sabor percibido y el nivel de aceptación de un producto alimenticio. Las características visuales no solo afectan la percepción sensorial directa, sino que además desempeñan un papel fundamental en la formación de expectativas respecto a los alimentos y en la orientación de las decisiones de consumo **(Michel et al., 2014)**.

Posteriormente, **Michel et al. (2014)** demostraron que las personas muestran una mayor preferencia por los alimentos cuando estos se presentan de forma ordenada, en comparación con presentaciones desordenadas, además, la disposición visual organizada también mejora su percepción de la calidad del producto. Aunque estos hallazgos constituyen una aportación relevante al análisis de cómo la presentación visual puede influir en la percepción alimentaria, aún se requiere que la investigación profundice en el impacto que los platos estéticos, característicos de la alta cocina, ejercen en la experiencia del comensal.

Variable Dependiente: Oferta turística

- **Definición general de oferta turística**

La oferta turística puede definirse como el conjunto articulado de recursos, servicios, infraestructuras y experiencias que un destino dispone para atender las motivaciones y expectativas de los visitantes. En la literatura contemporánea, este concepto ha evolucionado hacia una visión sistémica en la que la oferta no es simplemente un listado de bienes y servicios, sino parte de un ecosistema turístico mucho más complejo (Jeelani & Shah, 2023).

Jeelani & Shah (2023) destaca que la oferta debe analizarse en relación directa con los componentes ambientales, sociales y territoriales, dado que los destinos funcionan como sistemas interconectados donde la disponibilidad de atractivos y servicios influye en la calidad global de la experiencia. Asimismo, la oferta turística contemporánea se concibe como un servicio ampliado que integra elementos tangibles e intangibles orientados a generar experiencias memorables.

Para el diseño de servicios turísticos, Gao et al. (2022) destaca que los destinos son como ecosistemas de servicios, lo que se traduce en que la oferta se hace con la ayuda del sector público, del sector privado y de la comunidad, así mismo establece que la oferta es dinámica, transformándose a partir de ideas nuevas, con trabajo conjunto y con ajustes todo el tiempo.

Finalmente, la definición de oferta turística incorpora la idea de que su construcción depende tanto de los recursos del destino como de la capacidad de gestión para articularlos adecuadamente. Esto implica reconocer que los elementos que la conforman deben ser organizados y gestionados estratégicamente para responder a la demanda turística, mejorar la competitividad del territorio y contribuir a la sostenibilidad local. En este sentido, la literatura resalta que entender la oferta turística como un sistema integrado permite identificar con mayor claridad los factores que influyen en la calidad, diferenciación y posicionamiento del destino en el mercado global (Gao et al., 2022).

- **Componentes de la oferta turística**

La oferta turística incluye varios componentes que se unen para crear la experiencia del visitante, los cuales pueden ser naturales, culturales, patrimoniales o gastronómicos y abarca alojamiento, restauración y transporte. Mientras que, la infraestructura de accesibilidad comprende vías, señalización y conectividad. Los servicios complementarios incluyen guías, información, actividades recreativas y tecnología aplicada al turismo (Avilés et al., 2023).

En este sentido, **Karsokienė & Giedraitis (2023)** señalan que la oferta turística funciona como un sistema en el cual operan las atracciones, los operadores, los servicios de apoyo, la logística y la tecnología. Todos los elementos deben alinearse para que el servicio continúe y el visitante quede satisfecho, por lo que, los componentes no trabajan solos, sino que dependen entre sí.

Al final, el análisis de los componentes de la oferta turística significa reconocer que cada elemento da un valor concreto al producto turístico final, por lo que, si un destino tiene los atractivos importantes, pero no posee la infraestructura, la planta turística o los servicios complementarios están deficientes, la oferta pierde la competitividad. Por eso, la literatura reciente sugiere clasificar los componentes en las categorías principales: los atractivos, la planta turística, la infraestructura y los servicios complementarios. Así la evaluación, la planificación y el diseño estratégico, favorece la identificación de brechas que deben ser atendidas para fortalecer la calidad integral de la oferta (Avilés et al., 2023).

- **Turismo gastronómico**

El turismo gastronómico se ha consolidado como una de las tipologías más relevantes dentro del turismo cultural, impulsado por el interés creciente de los visitantes en conocer la identidad culinaria de los territorios. Este enfoque reconoce que la gastronomía no solo es una práctica alimentaria, sino también un elemento portador de significados sociales, culturales y simbólicos. De acuerdo con **Jiménez et al. (2020)** la gastronomía se ha convertido en un factor estratégico para la proyección del destino, pues integra atributos de autenticidad, memoria y tradición que resultan altamente valorados por los turistas contemporáneos.

Según **Jiménez et al. (2020)**, los recursos culinarios tradicionales pueden mostrar la identidad del territorio y pueden fortalecer la competitividad turística al integrar los aspectos culturales, los aspectos simbólicos y los aspectos sensoriales en la experiencia del visitante. De igual forma, **Gao et al. (2022)** afirman que la gastronomía es un componente estratégico en el diseño de los servicios turísticos porque la gastronomía permite crear experiencias más personalizadas y la gastronomía genera vínculos afectivos entre el turista y el destino.

Por otra parte, la satisfacción del turista gastronómico depende de múltiples factores, entre ellos la autenticidad del producto local, la calidad del servicio, la coherencia cultural del relato culinario y la posibilidad de vivir experiencias inmersivas. La evidencia científica más reciente indica que la satisfacción del turista gastronómico crece significativamente cuando el visitante tiene la oportunidad de degustar productos locales auténticos y preparaciones tradicionales propias de la cultura del destino (**Hu et al., 2022**).

En este sentido, **Martínez et al. (2024)** demuestran que la autenticidad del alimento y el uso de ingredientes autóctonos y técnicas culinarias tradicionales influyen positivamente en la valoración de la experiencia turística. La autenticidad del alimento y el uso de ingredientes autóctonos y técnicas culinarias tradicionales fortalecen la conexión emocional con el territorio y aumentan la intención de retorno.

A su vez, **Jeelani & Shah (2023)** encontraron que la integración de prácticas sostenibles y cadenas de valor locales en la gastronomía turística incrementa la percepción de autenticidad, favorece la conservación cultural y mejora la calidad global de la experiencia turística. Esto demuestra que la gastronomía no solo complementa la oferta turística general, sino que constituye un eje estructural para la construcción de experiencias significativas y memorables.

El turismo en el que la gastronomía local juega un papel central puede denominarse turismo culinario o turismo gastronómico. Según **Stone et al. (2019)** esta forma de turismo incluye muchas áreas y actividades diferentes, como visitas a bodegas, cervecerías, destilerías, mercados de agricultores, escuelas de cocina, etc., así como experimentar restaurantes locales. Sin embargo, afirman que el término turismo culinario podría referirse más a experiencias gastronómicas de alto nivel. El turismo

culinario también puede interpretarse como un término más amplio, que incluye alimentos y bebidas.

El turismo gastronómico se ha convertido en uno de los ingredientes más emergentes de la industria turística en los últimos años. Con la industria del turismo en desarrollo, la industria de alimentos y bebidas se mueve de la mano y actúa como uno de los componentes y símbolos más importantes de las actividades y el deseo de tiempo libre. Casi todos los turistas, teniendo todos los servicios de bebidas y alimentos en su alojamiento, todavía prefieren comer afuera para conocer los platos locales y la cultura que impera en su destino **(De Jong et al., 2018)**.

Según **Freire & Gertner (2021)** durante la última década, el turismo gastronómico ha crecido significativamente y muchos destinos turísticos están tratando de ofrecer experiencias culinarias, por ejemplo a través de festivales gastronómicos y recorridos gastronómicos locales. El turismo generalmente se trata de excitación emocional, ya que satisface deseos emocionales en lugar de necesidades humanas. La comida, por otro lado, satisface dos necesidades, una fisiológica y otra social. Todos deben comer; sin embargo, comer también es un asunto social y es una parte importante de la experiencia turística en general, por lo que, si proporciona experiencias culinarias memorables y auténticas, pueden convertirse en leales y buenos embajadores al compartir sus experiencias culinarias positivas con otros turistas **(Liberato et al., 2020)**.

Los alimentos locales pueden utilizarse para el desarrollo regional en la comercialización por parte de proveedores de servicios, destinos, regiones o países. Los diferentes destinos tienen diferentes tipos de alimentos relacionados con el país, Italia es famosa por la pizza y la pasta, Islandia por el tiburón fermentado, Corea es conocida por el kimchi, Escocia por el haggis e Inglaterra tiene su plato estrella: el fish & chips **(Bjork & Kauppinen, 2016)**.

La comida y la bebida pueden ser una ventaja competitiva para un destino y ser fundamentales para su desarrollo. Los alimentos y bebidas también pueden ser una herramienta en el desarrollo rural a través de la creación/protección de puestos de trabajo, el desarrollo de la agricultura y las empresas a pequeña escala) y el turismo culinario une a agricultores, productores, distribuidores, minoristas y consumidores

(Yeoman & McMahon, 2016). Sin embargo, el turismo es extremadamente competitivo y por lo tanto, se debe identificar y enfatizar la singularidad nacional y local (Ellis et al., 2018). Crear conciencia sobre la comida en un destino también puede ayudar a proteger los ingredientes, las tradiciones y la cultura de los alimentos locales al promover la singularidad de la cocina regional (Boutsioukou, 2018).

- **Identidad cultural y turismo**

La identidad cultural constituye uno de los elementos más determinantes en la configuración de la experiencia turística, especialmente en territorios donde los valores simbólicos, las tradiciones y el patrimonio material e inmaterial forman parte de la vida cotidiana de la comunidad. En este sentido, la identidad cultural no solo actúa como un atractivo diferenciador, sino como un recurso estratégico que influye en la percepción del destino y en la forma en que los visitantes se relacionan con él (Sormaza et al., 2017).

La cultura, como elemento del turismo gastronómico, se expresa generalmente con la voluntad interior de las personas de llegar a conocer diferentes culturas. Además de ser el turismo gastronómico un turismo de interés, a través del aprendizaje de las características culturales de las zonas de acogida gracias a los platos típicos de la zona, los turistas gastronómicos son a la vez turistas culturales (Sormaza et al., 2017).

Según Hu et al. (2022), el fortalecimiento de la identidad cultural permite consolidar destinos más auténticos y sostenibles, ya que promueve la conservación del patrimonio local al integrarlo en la experiencia turística de manera respetuosa y participativa. Los turistas se sienten más atraídos por propuestas que reflejan prácticas reales, significados culturales profundos y un sentido genuino de pertenencia comunitaria.

En esta línea, Oladeji et al. (2022) destacan que la inclusión de actores de la comunidad en la gestión del turismo fortalece la gobernanza de la cultura y protege el patrimonio, también mejora la sostenibilidad del destino y conserva las prácticas. Mientras que, la comunidad conserva la cocina, gana dinero con las actividades de turismo, en cambio los actores de la comunidad y la gestión del turismo crean el vínculo, lo cual evita que la cultura de la comunidad se pierda por la demanda de turismo y permite que la cultura de la comunidad se revitalice con procesos de participación y de colaboración.

Fu et al. (2023) señalan que la fortaleza de la identidad cultural de un destino influye directamente en la intención de viaje, en la percepción de autenticidad y en la evaluación final de la experiencia. Los turistas muestran mayor inclinación hacia destinos donde la cultura se expresa por medio de rituales, patrimonio arquitectónico, gastronomía tradicional y relatos comunitarios. La vivencia cultural auténtica genera un impacto positivo en la satisfacción y en la posibilidad de retorno del visitante, consolidando así la identidad como un factor estratégico para la competitividad turística.

La cultura de un destino ha sido un atractivo importante para los visitantes desde la Gran Vuelta a Europa que tuvo lugar en el siglo XVIII. Mientras que en el siglo XVIII la cultura era algo que solo consumían las élites, hoy en día la cultura es un objeto de consumo masivo que comprende alrededor del 40% del turismo mundial. En el turismo cultural la motivación esencial del visitante es experimentar, aprender, descubrir, consumir los atractivos, así como los productos culturales tangibles e intangibles en un destino turístico **(Richards, 2018)**.

El turismo cultural no sólo constituye la forma más eficaz medios para promover la comprensión así como la visibilidad de la identidad cultural de un país o una región, mientras se contribuye al desarrollo económico, social de regiones menos desarrolladas, sino también es una forma de turismo; dado que no invoca una presión excesiva sobre entorno el natural, social, humano o construido, provocando alteraciones del mismo, como ocurre con otras formas comunes de turismo de masas; el turismo cultural tiene varios aspectos, tanto tangibles como intangibles, como las obras de arte, el lenguaje, la gastronomía, el arte, música, arquitectura, lugares, monumentos históricos, festivales eventos culturales, religión, educación así como la vestimenta **(Moir, Mylonopoulos, & Kontoudaki, 2016)**.

- **Gastronomía como factor de elección del turista**

En los últimos años la gastronomía se ha convertido en un factor clave al elegir el destino turístico, más que el papel tradicional de la gastronomía como opción de ocio. Los estudios indican que el turista ve la oferta culinaria del destino como algo más que un complemento y se convierte en la razón principal en la decisión de viaje (**Wondirad & Verheye, 2023**).

Por ejemplo, en una investigación de **Wondirad & Verheye (2023)** se encontró que aproximadamente el 87 % de los encuestados consideraron la gastronomía como uno de los factores clave al seleccionar un destino vacacional. Esta evidencia sugiere que la calidad, autenticidad y singularidad de la experiencia gastronómica pueden influir directamente en la competitividad de un destino.

Además, la experiencia culinaria turística ha sido vinculada a niveles superiores de satisfacción, intención de recomendación y fidelización del visitante. Según **Kovalenko et al. (2023)**, los turistas que participan activamente en experiencias gastronómicas degustaciones, cocina local, rutas de comida reportan percepciones más intensas y memorables del viaje, lo que influye positivamente en su intención de volver al destino o recomendarlo a otros. Esta correlación muestra que la gastronomía no solo influye en la elección del destino, sino también en el valor percibido por el visitante durante su estadía.

La gastronomía vincula la autenticidad, la innovación y la sostenibilidad de los alimentos y la experiencia de comida. En el estudio de **Moura et al. (2025)** se analizó la motivación de los turistas que se interesan por la gastronomía (“foodies”) y hallaron que las variables de los productos del lugar, la tradición, la calidad e innovación y la diversidad son claves para convertir la oferta gastronómica en un activo de elección para el viaje. Esto implica que los gestores de destinos deben enfocarse no solo en la comida, sino que también deben crear la narrativa culinaria que se ajuste a la identidad del lugar.

1.4 Objetivos

Objetivo general

Investigar la relación entre la repostería creativa con pinol y la oferta turística del Cantón Salcedo

Objetivos específicos

- Identificar la oferta turística gastronómica del cantón Salcedo
- Describir las técnicas de repostería creativa que permitan la incorporación del pinol como ingrediente distintivo.
- Crear un recetario de repostería creativa con pinol para diversificar oferta turística del cantón Salcedo.

Para dar cumplimiento a los objetivos planteados, se recopiló y analizó información proveniente de fuentes primarias y secundarias relacionadas con la gastronomía tradicional y la oferta turística del cantón Salcedo, lo que permitió identificar los principales productos culinarios representativos del territorio. Posteriormente, mediante revisión documental y aportes obtenidos de entrevistas, se describieron las técnicas de repostería creativa aplicables al pinol como ingrediente distintivo, valorando su pertinencia cultural y su potencial innovador.

En última instancia, se dirigió la atención hacia el tercer objetivo a través de la creación de una iniciativa que presentaba una visión prospectiva y estimulante, el diseño de un libro de recetas de repostería innovadora que incorporara el pinol como ingrediente principal. Este proyecto se concibió como un medio para enriquecer la oferta turística local, fusionando de manera armoniosa la rica tradición culinaria con elementos de innovación, con el fin de consolidar y promover la identidad gastronómica única del cantón, destacando su autenticidad y sabor característico.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Los utensilios tanto de oficina como de logística, desarrollo de la investigación y la elaboración de la propuesta. A continuación, se presenta una tabla en la que se detalla los utensilios, unidad y costo.

Tabla 1 Costos unitarios insumos

Categoría	Descripción	Unidad	Costo Unitario (USD)
Equipos y utensilios de cocina			
Licuadaora	Licuadaora semiprofesional	Unidad	40.00
Cocina	Cocina a gas	Unidad	250.00
Batidora	Batidora de mano	Unidad	25.00
Batería de cocina	Ollas y sartenes	Set	80.00
Utensilios de cocina	Cucharas, espátulas, etc.	Set	20.00
Equipo de repostería	Moldes, boquillas, etc.	Set	30.00
Materia Prima			
Proteínas	Huevo, leche en polvo	Docena / kg	1.80 / 3.00
Lácteos	Leche, mantequilla	L / kg	1.00 / 2.50
Pinol	Harina de maíz tostado	kg	2.00
Equipo tecnológico			
Cámara	Cámara digital	Unidad	120.00
Computadora	Laptop básica	Unidad	350.00
Impresora	Impresora multifunción	Unidad	80.00

Nota: recursos utilizados en la elaboración de la propuesta por **Gualpa E. (2025)**.

2.2 Métodos

Enfoque

La presente investigación se puede catalogar como un enfoque cualitativo, el cual tiene como fin explorar y analizar las vivencias, las creencias, los puntos de vista y las acciones de las personas. Los investigadores usan el método para entender los fenómenos sociales que rodean a las personas (**Medina et al., 2023**). En este contexto, el presente estudio, pretende analizar, y comprender los saberes ancestrales, valor histórico, nutricional, de innovación, como elemento de la identidad social de Salcedo,

ya que tiene una carga simbólica, emocional y cultural con proyección turística de innovación.

Dentro de los análisis cualitativos Max Weber basa este enfoque en la dinámica social entre el actor y objeto de estudio y la visión externa del investigador como un espacio de encuentro para el análisis del entorno del fenómeno a estudiar., esto lo sostiene **Burgardt, Ana G. (2004)** en su análisis del enfoque weberiano y el aporte que realizó en los enfoques cualitativos.

En la presente investigación, se llevará a cabo el estudio basado en el producto gastronómico del “Pinol” y su proyección a ser un producto innovador dentro de la industria turística. Sin embargo, al poseer también un valor cultural, se tendrán en cuenta herramientas que permitan tanto evaluar a la oferta y demanda como también el valor gastronómico del “Pinol”.

Iñiguez et al. (2024) comentan que los estudios gastronómicos en el Ecuador solamente el 19% de estos, tiene un enfoque cualitativo, sin embargo, consideran que para una mejor proyección turística en el ámbito gastronómico se debe tener una mayor y más amplia comprensión de fenómenos a través de percepciones, experiencias, que justamente esto busca el sector turístico, y es el enfoque de esta investigación.

Diseño

La presente investigación tiene un diseño no experimental ya que se enmarca en la no manipulación de las variables, sino más bien se enfoca en analizar datos de estas en su entorno natural, y mejorando la oferta de servicios en el cantón Salcedo para poder potencializar su posicionamiento en el mapa culinario del país.

De acuerdo con **Hernández (2014)** el diseño de investigaciones No Experimentales responde a la relación de simplemente observación de acontecimientos dentro del entorno de la investigación, así como también permite no manipular la variable independiente lo que apoya mucho en el análisis del contexto y sus posibles resultados. Ahora bien, si es necesario enfocar a la presente investigación dentro del contexto turístico y cultural por sus variables y cabe mencionar que el mismo autor menciona que este tipo de diseños no experimentales también facultan a estudios que tienen un enfoque sociocultural. Por lo tanto, la presente investigación adopta este diseño no

experimental para el análisis de sus dos variables y por consiguiente evaluar su interrelación sin perder de vista el valor turístico y cultural.

Alcance

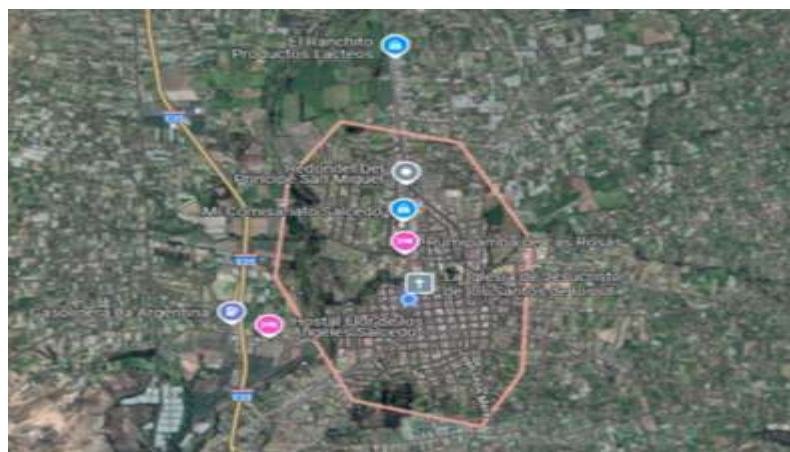
Alcance investigativo

La presente investigación tiene un alcance hacia el estudio de caso, debido a que el Pinol es un producto gastronómico propio de Salcedo como patrimonio cultural gastronómico, y que, al ser un elemento versátil en sus usos y valores nutricionales se puede potencializar sus múltiples presentaciones como postre para innovar y deconstruir su presentación mejorando así no solo un impacto en los productores sino en los consumidores también.

Alcance territorial

El estudio se desarrolló en el cantón Salcedo, perteneciente a la provincia de Cotopaxi, Ecuador. Esta localidad es reconocida por su tradición repostera, en especial por la producción artesanal de helados. La elección de este territorio es relevante porque representa un espacio simbólico de identidad cultural local, donde la gastronomía constituye uno de los principales atractivos turísticos.

Figura 1. *Mapa del Cantón Salcedo*



2.3 Población y muestra

La población de esta investigación está conformada exclusivamente por chefs profesionales del cantón Salcedo. Este grupo incluye:

Tabla 2 *Detalle de la muestra*

Muestra	Nombre y apellido	Ocupación	Años de profesión
Chefs profesionales en gastronomía	Leonardo Chanatasig	Chef especializado en cocina ecuatoriana	7 años
	Esteban Bascones	Chef especializado en cocina internacional y repostería	6 años
	Mario Angulo	Chef operativo	40 años
	Guadalupe Quilo	Chef especializado en cocina ecuatoriana	5 años
	Jorge Salas	Técnico en procesos cárnicos y sanitarios	25 años

Nota. Datos tomados de los chefs profesionales especializados en gastronomía por **Gualpa E. (2025)**

Los cuales fueron identificados mediante el catastro de prestadores de servicios turísticos y registros oficiales proporcionados por la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Salcedo. En concordancia con el enfoque cualitativo de la investigación, se empleó un muestreo no probabilístico intencional, el cual es apropiado porque permite seleccionar a los participantes que poseen conocimientos, experiencia y relación directa con el proceso productivo del pinol, lo cual aporta información relevante y profunda para el análisis.

2.4 Técnicas

Para recolectar datos se utilizó en primer lugar la técnica de la observación, la cual según **Kavalieraki et al. (2024)**, es una herramienta de investigación particularmente útil para centrarse sistemáticamente en los comportamientos individuales o procesos sociales y generar datos específicos, tanto cuantitativos como cualitativos, lo que facilita registrar la realidad sin intervenir, captando información precisa y verificable. De igual manera, se aplicó una entrevista (Anexo 1), la cual es definida por **Feria et al. (2020)**, como una técnica de recolección de información que consiste en un proceso comunicativo, generalmente cara a cara, mediante el cual el entrevistador formula

preguntas previamente planificadas y el entrevistado responde desde su experiencia, percepción o conocimiento.

2.5 Instrumentos

Los instrumentos de recolección de datos que se utilizaron en esta investigación correspondieron en primer lugar a la guía de entrevista, el cual permite recopilar información cualitativa estandarizada (**Vizcaíno et al., 2023**). Para el desarrollo del presente estudio, este instrumento estuvo compuesto por 11 preguntas y se organizó en tres bloques temáticos: el primero correspondió a la percepción del producto y de la tradición repostera, el segundo se enfocó en las experiencias sensoriales y estéticas, y el tercero indagó sobre la valoración del establecimiento y su relación con el territorio.

Las entrevistas se aplicaron a los turistas y a la oferta de fabricantes de pinol como se mencionó en la población y muestra, realizándose de forma presencial, con una duración estimada de 20 a 40 minutos. Para garantizar la validez y confiabilidad del instrumento, será evaluado mediante juicio de expertos y se realizará una prueba piloto con dos participantes.

Por su parte también se utilizó la Ficha Atlas Gastronómico, instrumento que ha sido elaborado por el Ministerio de Cultura del Ecuador en su Manual Metodológico para la Elaboración del Atlas del Patrimonio Alimentario. Ministerio de Cultura, (2019) esta ficha permite sistematizar la información de los ingredientes que intervienen en el caso de estudio referentes al Pinol y sus posibles platos gastronómicos derivados. A continuación, se presenta la ficha de Productos Primarios.

Ficha 1 de observación de Atlas del patrimonio alimentario

Ficha de observación de Atlas del patrimonio alimentario		
Productos Elaborados		
Nombre del producto		
Ancestralidad		
Época de consumo		
Lugares de consumo		
Descripción		
Zonas de tradiciones de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	

Ingredientes	Formas de preparación
Propiedades	
Estado de conservación	

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Identificar la oferta turística gastronómica del cantón Salcedo

Con las fichas de observación de Atlas del patrimonio alimentario se levantó la información de los platos tradicionales del cantón Salcedo, utilizando los campos que se requiere para registrar los diferentes datos más importantes de la cocina salcedence como la ancestralidad, épocas de consumo, ingredientes, técnicas de preparación y el estado de conservación que son bastantes importantes que ayudan a contribuir la preservación de los conocimientos tradicionales y ancestrales.

Se realizó 7 fichas de Atlas en donde se identificó los siguientes platos tradicionales del cantón Salcedo:

- Helados de salcedo
- Hornado
- Togro con Morcilla
- Pinol
- Pescado frito con yuca
- Fritada
- Mote con chicharrón

Estos platos son reconocidos en el cantón Salcedo muchas veces por sus ingredientes resaltando la preparación transmitida de generación en generación de abuelos a hijos, o en algunos casos por su identidad cultural que atribuye el plato a los salcedenses.

Resultados de las fichas de observación de Atlas del patrimonio alimentario

Ficha 2 de observación de Atlas del patrimonio alimentario para los helados de salcedo

Ficha N.1		
Ficha de observación de Atlas del patrimonio alimentario		
Productos Elaborados		
Nombre del producto	Helados de salcedo	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Locales comerciales	
Descripción	Producto elaborado a base de crema de leche y diferentes batidos de frutas de mora, taxo, guanábana, naranjilla congelados.	
Zonas de tradiciones de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Toda la provincia
Salcedo	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	
Leche Crema de leche Azúcar Agua Frutas: Naranjilla Mora Taxo Guanábana	Se inicia preparando la base del helado la cual es la mezcla de una taza de leche tibia con otra taza de leche de crema y media taza de azúcar se vierte en el vaso de aluminio y se la deja refrigerar por una o dos horas en un momento cuando la base este casi congelada se inserta un palito de madera. Luego se realiza los batidos de las diferentes frutas mora, taxo, naranjilla, guanábana, añadiendo cada uno después del intervalo de refrigeración al finalizar se lo deja congelar por uno o dos días. Para servirse se utiliza agua caliente para facilitar la extracción del helado del vaso.	
Propiedades	Una forma refrescante de consumir batidos de diferentes frutas en modo de helado	
Estado de conservación	Común	

Ficha 3 de observación de Atlas del patrimonio alimentario para el hornado

Ficha N. 2		
Ficha de observación de Atlas del patrimonio alimentario		
Productos Elaborados		
Nombre del producto	Hornado	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Locales comerciales, mercados	
Descripción	Plato tradicional se trata de carne de cerdo horneada lentamente en leña, destaca por su sabor único acompañada de tortilla de papa o mote con el tradicional agrio un elemento distintivo del plato.	
Zonas de tradiciones de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Toda la provincia
Salcedo	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	
Para el adobo de la carne de cerdo: ajo, cebolla colorada, blanca, aceite o manteca con achiote para dar color. Especias: comino, pimienta negra molida, sal y orégano seco. Líquidos: Chicha de jora (bebida de maíz fermentada) o cerveza, jugo de naranja agria o limón/vinagre. Para el "Agrio" (Salsa/Curtido): tomate y cebolla colorada, ají rocoto, cilantro y perejil. Panela y Sal Para la tortilla de papa: papas, sal, achiote, cebolla blanca, manteca de cerdo y queso.	Su preparación requiere dos elementos clave: el adobo y el "agrio" característico. Comenzamos con el marinado de la carne de cerdo la cual se punza con un cuchillo para que el adobo penetre en el cerdo. Se procede a frotar con limón o vinagre, y luego con una mezcla licuada de ajo, cebollas, orégano, comino, pimienta, sal, achiote y chicha/cerveza. Se deja reposar en refrigeración, por al menos 12 a 24 horas. Horneado Lento: El cerdo marinado se coloca en una bandeja de horno, tradicionalmente en un horno de leña o en un horno convencional. Se vierte parte del líquido del marinado y se hornea a una temperatura inicial alta, luego se reduce la temperatura para una cocción lenta. El tiempo de cocción es largo, aproximadamente de 4 a 8 horas, dependiendo del peso de la carne (unos 15-20 minutos por libra). Hidratación y Cocción Uniforme: Durante el horneado, se rocía ocasionalmente la carne con su propio jugo y más líquido de marinado para mantenerla jugosa y evitar que se seque. Se rota la bandeja para asegurar una cocción pareja. Para finalizar la cocción, si la piel no está lo suficientemente crocante, se puede subir la temperatura del horno. Un truco tradicional es rociar la piel con agua helada justo antes de este paso final para que "reviente" y dore. Preparación del "Agrio": Mientras se hornea el cerdo, se pican finamente todos los ingredientes del "agrio" (tomate, cebolla, ají, cilantro, perejil) y se mezclan en un tazón grande con la chicha o jugo de naranja, sal y panela. Se rectifica el punto de sal y dulzor con panela. Para la tortilla de papa se manda a hervir las papas peladas y cortadas en agua con sal hasta que estén muy suaves, pero sin que se desintegren por completo. Escurrir bien el agua, mientras las papas aún están calientes, majarlas (hacer puré) en una batea o tazón grande. Para el refrito en una sartén, calentar la manteca con el aceite de achiote, sofreír la cebolla blanca picada hasta que esté transparente y suave. Añadir el refrito caliente directamente al puré de papa. Mezclar bien con las manos o una cuchara	

	de palo hasta integrar completamente el color y sabor. La masa debe ser manejable, no pegajosa. Cocinar las tortillas en una sartén con un poco de aceite o en la misma grasa que suelta el hornado, hasta que estén doradas y crocantes por ambos lados.
Propiedades	El hornado es un plato contundente y sobre todo nutritivo proveniente de la carne de cerdo y sus acompañantes.
Estado de conservación	Común

Ficha 4 de observación de Atlas del patrimonio alimentario para el togro con morcilla

Ficha N.3		
Ficha de observación de Atlas del patrimonio alimentario		
Productos Elaborados		
Nombre del producto	Togro con morcilla	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Locales comerciales y mercados	
Descripción	Togro preparación con una consistencia gelatinosa acompañado de morcillas de sal y de dulce son tripas de cerdo rellenas de diferentes ingredientes.	
Zonas de tradiciones de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Toda la provincia
Salcedo	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	
Togro: Se requiere de cuero, patas y grasa del cerdo, agua, condimentos como ajo, cebolla, orégano seco, sal y achote. Morcilla de sal: Se requiere la tripa del cerdo, sangre, arroz, ajo, hierbitas, comino, pimienta negra, orégano seco, sal, cebolla clorada y blanca. Morcilla de dulce: Se requiere la tripa del cerdo, sangre, arroz, ajo, hierbitas, panela, pasas, orégano seco, sal, cebolla clorada y blanca.	Preparación para el togro: iniciamos lavando y cortando en trozos los cueros y patas del cerdo, colocamos en una olla cubriéndolos con suficiente agua acompañado con sal, ajo, cebolla, orégano y achiote. Se cocina a fuego lento durante varias horas hasta observar que las patas estén muy tiernas y los cueros hayan desprendido en líquido. Se procede a retirar los huesos y se vierte el contenido en un recipiente se lo deja enfriar hasta que cuaje una gelatina firme. Preparación de las Morcillas (Sal y Dulce) Como prioridad, las tripas de cerdo se lavan minuciosamente con limón, sal y bicarbonato para asegurar su limpieza. Preparación del relleno: Sal: Se mezclan la sangre de cerdo, arroz cocido, cebolla, cilantro, perejil, ajo, comino, y sal. Dulce: Se prepara una mezcla similar, pero se añaden ingredientes dulces como panela o azúcar y pasas. Las mezclas se embuten en las tripas limpias. No se llenan demasiado para evitar que revienten durante la cocción, las morcillas embutidas se cocinan en agua con sal durante aproximadamente 20-25 minutos. Se pinchan ocasionalmente para liberar el aire y verificar que no salga sangre. Una vez cocidas, las morcillas se fríen en manteca de cerdo hasta que estén doradas y crocantes por fuera. Se cortan en rodajas y se sirven junto al togro (cortado en bloques) y, usualmente, con papas cocidas y mote.	
Propiedades	Es un plato con alto valor nutricional y rico en grasas, principalmente provenientes del cerdo y método de preparación.	
Estado de conservación	Común	

Ficha 5 de observación de Atlas del patrimonio alimentario para el pinol

Ficha N.4 Ficha de observación de Atlas del patrimonio alimentario		
Productos Elaborados		
Nombre del producto	Pinol	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Locales comerciales	
Descripción	Producto elaborado a base de la mezcla molida de cebada tostada (machica) con la panela y especias dulces.	
Zonas de tradiciones de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Toda la provincia
Salcedo	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	
Panela, cebada tostada (machica) canela, clavo de olor	La preparación es muy sencilla cada ingrediente es triturado en un molino tradicional o industrial, al finalizar, se mezcla el panel, machica junto con la canela y el clavo de olor	
Propiedades	El pinol es un alimento nutritivo y fácil de consumir, proporciona energía de la panela, proteínas y fibra por parte de la machica	
Estado de conservación	Común	

Ficha 6 de observación de Atlas del patrimonio alimentario para el pescado frito con yuca

Ficha N.5		
Ficha de observación de Atlas del patrimonio alimentario		
Productos Elaborados		
Nombre del producto	Pescado frito con yuca	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Locales comerciales	
Descripción	Plato de pescado frito (tilapia) acompañado de yuca y papas fritas bañada en una salsa de tomate con encurtido con limón	
Zonas de tradiciones de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Toda la provincia
Salcedo	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	
Pescado (tilapia) Ajo, cebolla blanca, limón, sal, pimienta, comino, harina de trigo, aceite vegetal, yuca, agua, cebolla colorada, tomate y cilantro.	Se comienza limpiando el pescado, retirando viseras y escamas, después se adoba con un aliño realizado con un licuado de ajo, cebolla blanca, sal, pimienta, comino, todo con un poco de agua y jugo de limón, se reposa por unos 30 minutos, pasado el tiempo se escurre el pescado para pasarlo por harina de trigo, sacudiendo para retirar el exceso del mismo, esto ayuda al momento de freír salga crocante. Para la preparación de la yuca: pelar y cortar en trozos y hervirla en agua con sal al gusto una vez cocinada escurrir el agua y retirar el centro fibroso si es necesario. Por último, para el curtido se corta la cebolla y la hierbita, se cocina el tomate y se licua en un recipiente, finalmente se mezclan los ingredientes con sal al gusto.	
Propiedades	Este plato es una comida nutricional en proteína y carbohidratos	
Estado de conservación	Común	

Ficha 7 de observación de Atlas del patrimonio alimentario para la fritada

Ficha N.6		
Ficha de observación de Atlas del patrimonio alimentario		
Productos Elaborados		
Nombre del producto	Fritada	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Locales comerciales	
Descripción	Plato compuesto de carne de cerdo acompañada de tortilla de papa, mote, maduro frito, encurtido, cuero y una pequeña empana.	
Zonas de tradiciones de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Toda la provincia
Salcedo	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	
Carne de cerdo, Agua, ajo, cebolla blanca, cebolla colorada, sal, comino, pimienta, cerveza, hierbitas, Mote, papas, plátano maduro, maíz tostado	Lavar la carne de cerdo y proceder a cortar en trozos medianos y sazonar con el ajo machacado, sal, comino y pimienta de lo deja reposar unos minutos o desde la noche anterior a la preparación, luego colocamos la carne en una paila grande de bronce se añade agua hasta cubrir ligeramente junto con la cebolla y las hierbitas. Cocinar a fuego alto al principio, y luego se baja a fuego medio. La carne se cocinará lentamente en el agua con los aliños dejar que el agua se evapore por completo y retirar las hierbas y las cebollas grandes. Una vez que el agua se ha evaporado, la grasa del cerdo comenzará a derretirse y la carne empezará a freírse en su propia manteca, remover constantemente la carne para que se dore de manera uniforme por todos lados, para un toque extra de suavidad, se puede añadir un vaso de cerveza durante el proceso de dorado final. Aparte, mientras la carne se fríe, se cocinan las papas y el mote por separado, se fríen los maduros y el maíz tostado en la misma grasa del cerdo, se prepara el curtido mezclando la cebolla, tomate, hierbitas, sal y limón	
Propiedades	Ofrece diferentes carbohidratos, por el mote, la tortilla de papa y grasas ofrecidas por la carne de cerdo.	
Estado de conservación	Común	

Ficha 8 de observación de Atlas del patrimonio alimentario para mote con chicharrón

Ficha N.7		
Ficha de observación de Atlas del patrimonio alimentario		
Productos Elaborados		
Nombre del producto	Mote con chicharrón	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Locales comerciales, mercados	
Descripción	Consiste en una combinación de diferentes productos simples pero deliciosos como el mote, chicharrón, habas, melloco, maíz tostado, aguacate, encurtido que equilibran el plato.	
Zonas de tradiciones de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Toda la provincia
Salcedo	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	
Mote, habas, maíz tostado, mellocos Carne de cerdo, cebolla, hierbita (cilantro y perejil), aguacate, ajo, sal.	Se inicia lavando y cortando la carne de cerdo con grasa, sazonar con ajo triturado, sal, comino, colocamos una sartén cocinar a fuego lento permitiendo que la grasa se derrita y la carne comience a freírse mover para que se dore uniformemente. En la misma sartén donde se fríó el chicharrón con un poco de la manteca de cerdo, hacer un refrito con cebolla y ajo picados se añade el mote cocido a este refrito y mezclar bien para que tome sabor y un ligero color (de ahí el término "mote sucio") Cocinar por separado las habas, mellocos y realizar el maíz tostado. Para el curtido cortar la cebolla y el tomate mezclar con sal, jugo de limón y hierbita dejamos reposar.	
Propiedades	Proporciona nutrientes como carbohidratos y grasas por la combinación del mote con chicharron y sus diferentes ingredientes.	
Estado de conservación	Común	

Análisis

El análisis realizado a partir de las fichas del Atlas del Patrimonio Alimentario permitió identificar que la cocina tradicional del cantón Salcedo constituye un pilar fundamental de su identidad cultural. Esta tradición culinaria trasciende la simple preparación de alimentos, pues integra un conjunto de saberes, técnicas, prácticas y valores que han sido transmitidos intergeneracionalmente. Los platos criollos registrados, presentes tanto en locales comerciales como en los mercados, forman parte activa de la vida cotidiana de la población y expresan la continuidad histórica de la cultura alimentaria salcedense.

La cocina del cantón refleja la geografía, la economía y la memoria del pueblo. La cocina del cantón incluye productos como el togro, las morcillas, el hornado, la fritada, el pescado frito con yuca, el mote con chicharrón, los helados y el pinol. Cada una de estas preparaciones constituye una evidencia tangible de la combinación entre herencias indígenas, influencias coloniales y adaptaciones contemporáneas, lo que demuestra la capacidad de la comunidad para conservar y, a la vez, transformar sus tradiciones culinarias.

De acuerdo con **Montanari (2004)** la comida se convierte en cultura cuando se fundamenta en conocimientos, técnicas y valores heredados. En ese sentido, preparaciones como el togro y las morcillas son un claro ejemplo de prácticas ancestrales vinculadas al aprovechamiento integral del cerdo, reflejando la racionalidad campesina que busca evitar el desperdicio de recursos. Su elevado valor nutricional y contenido de colágeno mantiene su reconocimiento dentro de los hogares rurales. De manera similar, los helados de Salcedo representan un ícono patrimonial cuya elaboración artesanal y diversidad de sabores proyectan la riqueza natural del territorio y constituyen una tradición familiar que ha perdurado pese a los procesos de modernización.

El pinol se hace con panela, machica y especias con sabor de azúcar, lo cual muestra la relación entre la alimentación, el trabajo en el campo y la identidad del lugar, además, este producto sigue formando parte del estilo de vida del campesino y de la economía de cada día, en conjunto con el hornado y la fritada. También guarda los lazos sociales cuando la gente las hace en grupo en fiestas y reuniones de la comunidad.

Finalmente, platos como el pescado frito con yuca y el mote con chicharrón amplían el panorama gastronómico del cantón, revelando su diversidad de ingredientes, prácticas culinarias y usos alimentarios. Esta variedad confirma la adaptabilidad de la cocina salcedense, así como su estrecha conexión con el entorno natural y la historicidad del territorio. En conjunto, los platos tradicionales identificados evidencian la riqueza cultural local y reafirman el rol de la gastronomía como expresión viva de la identidad y patrimonio del cantón Salcedo.

3.2 Describir las técnicas de repostería creativa que permitan la incorporación del pinol como ingrediente distintivo

A continuación, se presenta los resultados correspondientes a las entrevistas realizadas

Tabla 3 Resultados correspondientes a las entrevistas realizadas

Dimensiones	Preguntas	Análisis	Reacciones de los participantes
	¿Cree usted que el pinol no ha sido potencializado en su valor cultural en el cantón Salcedo?	Los entrevistados coinciden que el pinol no ha sido potenciado en su valor cultural debido a la falta de gestión por parte de las entidades turísticas o GAD municipal de Salcedo. Todos mencionan que el pinol representa historia, identidad y tradición necesitando así una mejor estrategia de potencialización.	Presenta al inicio orgullo por el pinol siendo este un producto tradicional y emblemático del cantón, también muestran frustración y preocupación por falta de potencialización del producto desean un rescate colectivo patrimonial. Ayuda
	Para que un producto gastronómico se vuelva atractivo se necesita identidad; sin embargo, para posicionarlo en la oferta turística es necesario darle un valor agregado. ¿Cuál cree que sea el valor agregado que necesita el pinol para potenciar el turismo en Salcedo?	Se cree necesario incorporar un valor agregado centrándose en la innovación y autenticidad del producto. Las propuestas de los entrevistados coinciden en el mejoramiento de la presentación y creación de derivados, debido a su vínculo con la historia y tradición familiar resaltando su carácter artesanal e identidad cultural.	Las reacciones de los entrevistados son optimistas mostrando un interés en que el pinol se transforme en un potencial turístico combinado creatividad y rescatando la identidad cultural del cantón. ellos ven una oportunidad para fortalecer y rescatar el pinol
	¿Qué importancia cree usted que tiene incluir al pinol en la repostería creativa como parte de la identidad cultural del cantón Salcedo?	Los entrevistados concuerdan en incluir el pinol por su gran potencial de integrarse en la repostería, debido a su textura y sabor permite crear nuevas elaboraciones sin perder la esencia tradicional, al incluirlo de diversas postres modernos y creativos fortalecería la identidad cultural local.	Los participantes generan entusiasmo y orgullo al poder imaginarse al pinol dentro de propuestas de repostería creativa e innovadoras. Considerando que el uso de este producto en diversas preparaciones contemporáneas puede impulsar el turismo gastronómico y posicionar al cantón salcedo como destino.
	¿Qué técnicas creativas ocuparía usted para elaborar un plato gastronómico tipo postre basado en el pinol?	Se menciona diferentes técnicas usadas y pensadas por los entrevistados tales como la gelificación, emulsión, aireado y horneado de masas. Estas técnicas de repostería creativas permitirían elaborar postres con distintas texturas y presentaciones, manteniendo el sabor y olor único del tradicional pinol.	Los participantes se muestran curiosos y abiertos a la experimentación con el pinol en la repostería creativa, siempre respetando su autenticidad única.
	Dentro del pinol es posible agregar otro tipo de	Existen opiniones diferentes, los 3 primeros entrevistados consideran que no se debe agregar otro ingrediente, manteniendo	Las reacciones muestran diversidad de opiniones: algunos temen perder la identidad

	ingrediente, ¿con cuáles cree que se combinará mejor?	la receta original debido a que si se agrega otros ingredientes ya no se consideraría pinol. Para los otros dos entrevistados sugieren agregar ingredientes como café, caramelo o frutas locales. Ambas perspectivas buscan la esencia del pinol.	del producto si se agrega otro ingrediente a la fórmula tradicional, mientras los otros lo ven como la oportunidad de innovación y creatividad controlada.
Colores personalizados, empaque funcional, personalización, mensajes integrados, elementos simbólicos, sabor innovador, técnicas creativas,	Para elaboración de un producto gastronómico tipo postre basado en el pinol se espera una personalización del producto ¿qué postres podrían ser elaborados a base del pinol y personalizados?	Los entrevistados proponen una amplia gama de postres a base del pinol. Algunos destacan los mousses con una presentación colorida que dé a conocer la identidad local, bizcochos y tortas incluso variantes de tres leches con coberturas decoradas con algo simbólico de Salcedo, galletas y alfajores usando el pinol como base de la masa, helados, trufas y bombones sin olvidar al pan dulce y buñuelos. Esto da como resultado de una personalización visual y sensorial.	Muestran creatividad al momento de proponer recetas únicas y enfatizan la personalización mediante coberturas, colores representativos del cantón Salcedo y representaciones que cuenten la historia del producto siempre respetando el sabor base del pinol.
	La imagen del producto gastronómico es relevante sin embargo debe mantener su identidad local ¿Cómo cree usted que debería mantener este diseño visual?	El diseño visual debe equilibrar modernidad y fidelidad cultural. Coinciden en incorporar elementos representativos locales como los molinos, imagen del pinol o sus ingredientes, las familias productoras. Empaques con colores del cantón o representativos del pinol, además de incluir en el empaque una breve reseña de la historia y proceso para educar al consumidor. El objetivo del empaque con un mejor diseño visual es que sea considerado como herramienta de narración y no solo como empaque.	Los participantes apoyan un diseño visual apegado a la identidad y responsable, proponiendo logos o un sello que reconozca a las familias productoras, una imagen de la molienda tradicional. Consideran que el empaque puede modernizarse en cajitas, fundas atractivas, pero siempre manteniendo símbolo locales y ofreciendo identidad del producto.
	Como persona especializada en gastronomía ecuatoriana, ¿qué recomendación daría a los reposteros para que empiecen a utilizar al pinol como base en sus preparaciones?	Recomiendan un enfoque técnico remplazando parcialmente la harina de trigo por el pinol en proporciones controladas como un 40% pinol y un 60% harina, respetando las propiedades nutritivas por ejemplo la fibra que ofrece la machica y la energía de la panela. Sugieren la creación de recetas estándar y talleres para reposteros que incorporen el pinol, materiales, fichas técnicas y promoción en las diferentes redes para demostrar su versatilidad.	Los entrevistados ofrecen recomendaciones prácticas como la experimentación en pequeñas pruebas, documentado el uso y las proporciones, resaltando al pinol como ingredientes protagonista, aconsejan a los reposteros formarse en técnicas para preservarlo. Animar a comunicar a los clientes o turistas el valor nutricional y cultural del pinol para generar demanda.
	Para aprovechar totalmente los valores del pinol con miras a la comercialización de un producto gastronómico basado en este, ¿cómo daría mejor	La comercialización para que un producto sea eficaz requiere una estrategia integral: priorizando la calidad del producto, estandarizando procesos para asegurar su sabor y textura, dependiendo de igual forma del empaque con materiales atractivos y sostenibles al medio ambiente en este incluyendo narrativas locales, instrucciones de uso, recetas y sellos de origen.	Los entrevistados recomiendan acciones como mejorar el empaque en cajas, fundas con identidad. Incluir recetas o un código QR con contenido multimedia, promover el producto en redes y ferias.

	aprovechamiento tanto del producto como de su empaque?	Para aprovechar totalmente el pinol generar empaques pequeños para el consumo inmediato, postres listos para regalar o en cafeterías. Integrar a emprendedores, reposteros y turismo local para generar rutas y puntos de venta enfocados en la búsqueda de un valor agregado económico y simbólico.	
	¿Qué otros productos gastronómicos tipo postre conoce usted que compiten con el pinol?	Todos coinciden en que no existe competencia directa con el pinol, aunque productos como la machica o la panela por separado no tienen el mismo valor simbólico ni su identidad cultural.	Las reacciones son de orgullo, reconociendo que el pinol es un producto único y con gran potencial para ser icono gastronómico y turístico de Salcedo.
	¿Qué postres innovadores a base de pinol cree usted que los turistas nacionales y extranjeros valoren más?	Los entrevistados coinciden en la elaboración de diferentes productos como tortas, trufas, helados, mousses o incluso hasta bebidas a base del pinol. Todos coinciden que tanto turistas extranjeros como nacionales valoran los productos auténticos y con historia detrás, el éxito de estos postres a base del pinol es conservar su sabor natural y presentarlo de forma atractiva a los turistas.	Las reacciones son de alegría, positivismo y con una mentalidad de esperanza al considerar que el pinol puede ser símbolo de identidad y atractivo turístico, promoviéndole como un producto típico con una historia, sabor y originalidad.

3.3 Discusión de resultados

Los resultados muestran que los participantes perciben al pinol como un producto identitario y patrimonial cuya gestión institucional ha sido insuficiente. Esta conclusión coincide con lo planteado por **Montanari (2004)**, quien señala que los alimentos tradicionales representan sistemas culturales contruidos por saberes transmitidos y requieren acciones de salvaguardia para mantenerse vigentes. De la misma manera, los entrevistados afirman que la falta de políticas de protección ha limitado el posicionamiento del pinol, lo cual guarda relación con el estudio de **López-Guzmán et al. (2020)**, donde se evidencia que muchos productos tradicionales latinoamericanos no alcanzan valor turístico debido a la escasa articulación entre gastronomía y gestión territorial.

Asimismo, la necesidad de otorgar valor agregado mediante innovación controlada se alinea con los hallazgos de **Richards (2021)**, quien sostiene que la creatividad culinaria permite revitalizar productos tradicionales sin perder autenticidad, generando experiencias gastronómicas atractivas para el turismo moderno. Los entrevistados proponen mejoras en presentación, empaques con narrativa cultural y creación de nuevos postres basados en el pinol, lo que coincide con estudios sobre repostería creativa que destacan la importancia del diseño visual como herramienta de diferenciación simbólica y de conexión con la identidad local.

En conjunto, al comparar los resultados con los estudios de **Montanari (2004)**, **López-Guzmán et al. (2020)** y **Richards (2021)**, se confirma que el pinol posee un alto potencial para convertirse en un producto emblemático del turismo gastronómico de Salcedo, siempre que exista innovación responsable, estrategias de valorización cultural y participación comunitaria. El análisis demuestra que las percepciones de la comunidad son coherentes con la literatura internacional sobre patrimonio alimentario, creatividad culinaria y turismo identitario.

3.4 Triangulación de resultados

Al unificar la Teoría de la Mirada del Turista de Urry y el Modelo de Elección del Consumidor Turístico de Schmoll con los resultados de las entrevistas, la integración permite entender cómo la repostería de pinol puede ser un recurso en la oferta de turismo del cantón Salcedo.

Según la perspectiva de **Urry (1990; 2001)**, los signos, los símbolos y las representaciones de la cultura construyen la experiencia de turismo y hacen que los visitantes perciban un destino, lo cual se valida en las entrevistas donde los actores locales señalan que el pinol es un producto “emblemático”, “tradicional” y “representativo de la identidad salcedense”, lo cual revela su valor simbólico. El pinol puede cambiar su significado con la repostería creativa y esta actividad atrae al turista, en consecuencia, se establece que el pinol se vuelve visible en la “mirada turística”.

Por otro lado, **Urry (2002)** señala que los turistas buscan experiencias nuevas que rompen la rutina, lo que puede ser vinculado con propuestas sensoriales nuevas. En este sentido, los emprendedores y los gastrónomos afirman que los visitantes tienen mucho interés en los productos “diferentes”, “estéticos” y “con narrativa cultural”, por lo que, el pinol entra en las preparaciones de repostería como las galletas, los postres fríos, los glaseados y las tortas temáticas, respondiendo al deseo de probar algo que no se ha visto antes y que combina la memoria culinaria de siempre con un formato que llama la atención. Señalando que la repostería no solo cumple con la expectativa de la mirada del turismo, y también se ajusta a la demanda de los consumidores y los actores del territorio.

Finalmente, el Modelo de Elección del Consumidor Turístico de **Schmoll (1977)** permite observar cómo las preferencias, las motivaciones internas, la percepción del destino y las influencias externas influyen en la decisión de viajar. Mientras que, en los entrevistados señalan que los turistas que van a Salcedo, motivados por la gastronomía, por los dulces tradicionales y por las experiencias culturales, buscan los productos que mezclen el sabor local y la innovación.

En este sentido, el pinol, como ingrediente, puede influir en la motivación y en la percepción del destino, destacando que Schmoll señala que la información y la imagen

del destino son factores que determinan la elección del visitante. Al final, la teoría y las entrevistas demuestran que las estrategias de promoción turística influyen en la decisión del turista, lo que respalda la necesidad de un recetario en línea de repostería con pinol.

3.5 Generación de hipótesis

A partir del proceso de investigación cualitativa, sustentado en la revisión bibliográfica, el análisis de fichas del Atlas del Patrimonio Alimentario y las entrevistas realizadas a chefs profesionales del cantón Salcedo, se identificó que el pinol constituye un producto tradicional con alto valor cultural, simbólico y gastronómico. Asimismo, se evidenció que la repostería creativa permite reinterpretar ingredientes locales mediante técnicas como gelificación, emulsión, aireado y horneado artístico, lo que aporta innovación y fortalece la experiencia sensorial del visitante. Considerando estos hallazgos, desde la perspectiva del investigador se plantean las siguientes hipótesis:

La repostería creativa elaborada con pinol **SÍ influye** en la oferta turística del cantón Salcedo, al integrar la tradición culinaria local con propuestas innovadoras que diversifican la experiencia gastronómica del visitante.

La repostería creativa elaborada con pinol **NO influye** en la oferta turística del cantón Salcedo y no contribuye a la diversificación de productos o experiencias orientadas al turismo gastronómico.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Después de realizar la investigación se puede concluir que:

La investigación permitió identificar que la oferta turística gastronómica del cantón Salcedo está compuesta por una variedad de platos tradicionales que representan la identidad cultural local, tales como el hornado, togro con morcillas, fritada, helados de Salcedo y el pinol. Esta diversidad culinaria no solo refleja un patrimonio gastronómico vivo y transmitido de generación en generación, sino que también evidencia la presencia de prácticas culinarias profundamente arraigadas en la memoria colectiva. Estos productos poseen atributos simbólicos y culturales que, al ser valorados e integrados estratégicamente, pueden convertirse en motores de desarrollo turístico, reforzando la autenticidad y el posicionamiento del cantón como un destino gastronómico singular.

Los resultados muestran que el pinol es un ingrediente versátil que puede incorporarse efectivamente en la repostería creativa mediante técnicas como gelificación, emulsión, aireado y horneado de masas. El análisis permitió comprobar que estas técnicas culinarias facilitan la creación de preparaciones innovadoras sin comprometer la esencia cultural del pinol, conservando su aroma, sabor y significado identitario. Esta versatilidad convierte al pinol en un elemento altamente adaptable, capaz de integrarse en productos contemporáneos como mousses, galletas, tartaleas, bizcochos y postres decorativos. Así, su adecuado tratamiento técnico demuestra su potencial para destacar dentro de una oferta gastronómica renovada y diferenciada, capaz de atraer tanto a visitantes nacionales como internacionales.

El desarrollo de la propuesta permitió estructurar un recetario de repostería creativa basado en el pinol como ingrediente principal, constituyéndose en una herramienta

estratégica para diversificar la oferta turística. El recetario integra elementos de tradición culinaria con propuestas visualmente atractivas e innovadoras, fortaleciendo la identidad gastronómica del cantón. Además, su formato digital facilita la difusión del producto a través de plataformas web y redes sociales, potenciando la promoción turística y permitiendo que el pinol trascienda su uso tradicional para convertirse en un ícono culinario reinterpretado. Esto abre nuevas oportunidades para emprendedores locales y establece bases para futuras iniciativas gastronómicas que refuercen la imagen turística de Salcedo.

4.2 Recomendaciones

Se recomienda que el GAD Municipal, en coordinación con los actores gastronómicos locales, implemente estrategias de promoción y puesta en valor del patrimonio culinario mediante rutas gastronómicas, festivales y campañas que posicionen estos platos como atractivos turísticos diferenciadores.

Se recomienda al GAD Municipal, promover programas de capacitación y talleres dirigidos a reposteros, emprendedores y productores del cantón, orientados al uso del pinol en técnicas de repostería creativa, con el fin de diversificar la oferta gastronómica y fortalecer la innovación culinaria local.

Se recomienda al GAD Municipal, difundir y aplicar el recetario en establecimientos gastronómicos, ferias locales, escuelas de cocina y plataformas digitales para impulsar su uso como producto turístico, reforzar la identidad culinaria del territorio y promover el turismo gastronómico en Salcedo.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Título de la Propuesta

“El susurro de la molienda, el Pinol en la Mesa”

5.2. Objetivo de la propuesta

Diseñar un recetario digital de repostería creativa a base de pinol que permita diversificar la oferta gastronómica turística del cantón Salcedo.

5.3. Justificación

Los resultados de la investigación mostraron que el pinol es un producto de la identidad salcedense, que vincula la historia del lugar, las prácticas de agricultura y la memoria de las familias del cantón, aparece en la gastronomía del día a día y en la gastronomía de las fiestas y es un símbolo de la cultura que transmite los valores de tradición, de pertenencia y de continuidad entre generaciones.

Además, los investigadores observaron que el aprovechamiento del patrimonio sigue limitado al consumo que se ha hecho siempre, dado que, no hay procesos de innovación que ayuden a revalorizar el patrimonio frente a las dinámicas del turismo y a las tendencias del consumo.

Finalmente, las entidades del cantón, los emprendedores de la gastronomía y los actores del turismo no han incluido el pinol en las estrategias de promoción o de diversificación de la cocina o en las estrategias de posicionamiento de la zona.

Esta falta de articulación hace que el pinol quede poco usado en el turismo, lo que causa la pérdida de oportunidades para ampliar la oferta de la gastronomía, para atraer los segmentos de visitantes que no forman parte de los que ya vienen y para fortalecer la imagen de la cultura del cantón Salcedo.

5.4 Desarrollo de la propuesta

La presente propuesta surge como una respuesta directa a las necesidades identificadas en el diagnóstico realizado sobre el valor cultural, gastronómico y turístico del pinol en el cantón Salcedo. A partir del reconocimiento de este producto como un símbolo de identidad local y de la evidencia de su limitada proyección en la oferta turística actual, se plantea el diseño de un recetario digital de repostería creativa a base de pinol, concebido como una herramienta de innovación culinaria y de fortalecimiento del patrimonio gastronómico.

Enfoque conceptual de la propuesta

El recetario digital se fundamenta en tres principios: Revalorización del patrimonio alimentario: El pinol, al ser un producto arraigado en la memoria agrícola y culinaria del cantón por su valor como energizante natural, se convierte en un elemento clave para reforzar la identidad cultural. La propuesta retoma este valor patrimonial y lo proyecta hacia nuevas representaciones de consumo.

Repostería creativa aplicada: La ausencia de técnicas de innovación detectadas demostró que, aunque el pinol forma parte de la vida cotidiana, no se ha explorado su potencial en la repostería creativa. El recetario integra técnicas actuales de repostería que permiten aumentar las posibilidades culinarias del producto, generando preparaciones atractivas tanto para los salcedenses y para los turistas

Diversificación de la oferta turística: El turismo gastronómico constituye un eje estratégico para el desarrollo territorial. Al no existir una articulación entre actores gastronómicos, emprendedores y entidades para la promoción del pinol como producto tradicional, la propuesta se plantea como un recurso que contribuya al posicionamiento del pinol como una nueva experiencias culinarias mediante la repostería creativa.

Proceso de diseño del recetario digital

El desarrollo del recetario alcanza varias etapas: a) Selección del producto identitario
El proceso inicia con la caracterización del pinol como ingrediente base, considerando su origen, modo de producción, usos tradicionales y significado cultural. Esta información se incorpora en la introducción del recetario para contextualizar al lector y afianzar el valor patrimonial del producto.

b) Definición de técnicas de repostería creativa. Se seleccionan técnicas de repostería contemporánea que permitan adaptar el pinol a nuevas preparaciones, tales como: gelificación, emulsión, aireado, horneado de masas y postres fríos y semifríos.

La selección de estas técnicas responde al objetivo de mostrar la versatilidad del ingrediente y ampliar las opciones de consumo más allá de las formas tradicionales.

c) Desarrollo y estandarización de recetas. Cada receta se diseña bajo criterios de creatividad y facilidad para las personas que las quieran realizar. La estandarización incluye:

Lista detallada de ingredientes, cantidades precisas, procedimientos paso a paso,

- tiempo de preparación.
- Esta estandarización asegura poder recrear y la utilidad práctica del recetario tanto para emprendedores como para aficionados. El recetario se organiza en un formato digital que favorece su lectura, consulta y circulación.
- Portada del recetario:

Figura 2. *Portada del recetario*



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ainiya, S. K., & Zahri, S. (2025). The future of sustainable culinary: From local ingredients to the traveler's table. *Gastronomy and Culinary Art*, 4(1), 33–43. <https://doi.org/10.36276/gastronomyandculinaryart.v4i1.834>
- Almansouri, M., Verkerk, R., Fogliano, V., & Luning, P. (2021). Exploration of heritage food concept. *Trends Food Sci. Technol.*, 790–797. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0924224421000054>
- Avilés, S. V., Harrison, J., & Valencia, J. L. (2023). Technology innovation in tourism supply chains: Opportunities and barriers to adoption in the post-COVID world. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*. <https://research.usfq.edu.ec/en/publications/technology-innovation-in-tourism-supply-chains-opportunities>
- Bain, A. (2024). Effect of culinary tourism on local economic development in South Afric. *Journal of Hospitality and Tourism*, 4(2), 34–44. <https://doi.org/10.47672/jht.2382>
- Bigliardi, B., Ferraro, G., Filippelli, S., & Galati, F. (2020). Innovation models in food industry: A review of the literature. *Journal of Technology Management & Innovation*, 15(3), 56–70. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242020000300097>
- Bjork, P., & Kauppinen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177–194. doi:10.1108/IJCHM-05-2014-0214
- Boutsioukou, K. (2018). *Key trends in culinary tourism*. GlobalData. https://sector.tov.be/wp-content/uploads/2018/11/GlobalData_Keytrendsinculinarytourism_130918.pdf
- Cheseto, X., Baleba, S., Tanga, C. M., Kelemu, S., & Torto, B. (2020). Chemistry and sensory characterization of a bakery product prepared with oils from African edible insects. *Foods*, 9(6), 800. <https://doi.org/10.3390/foods9060800>

- Choez, A. J., Caicedo-Redin, P. L., Coles-Chimbo, M. M., Ortega-Quijosaca, R. S., & Inga-Aguagallo, C. F. (2025). Gastronomía ancestral como motor de emprendimiento sostenible: Estrategias desde lo comunitario. *Innova Science Journal*, 3(3), 738–749. <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v3/n3/116>
- Choi, B.-Y., & Yang, S. (2024). Sustainability of Food Heritage in Birthday Rituals. *Sustainability*, 16(7718). <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/17/7718>
- De Jong, A., Palladino, M., Puig, R., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C., & Sjolander, A. (2018). Gastronomy tourism: An interdisciplinary literature review of research areas, disciplines, and dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3, 131–146. <https://doi.org/10.3727/216929718X15281329212243>
- Depetris Chauvin, N., Elías, J. J., & Prilidat, D. (2025). Creativity and innovation in the food industry: Integrating artistic typologies and strategic breakthroughs. *Current Opinion in Food Science*, 66(101339). <https://doi.org/10.1016/j.cofs.2025.101339>
- Dominik, P. (2020). Food tourism as a tool for intergenerational transfer of culinary traditions. *Geogr. Tour.*, 8, 115–124. <https://czasopisma.ukw.edu.pl/index.php/gat/article/view/138>
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? . *Tourism Management*, 68, 250–263. https://www.tomorrowstourist.com/pdf/what_is_food_tourism.pdf
- Esposito, L., Casolani, N., Ruggeri, M., Spizzirri, U. G., Aiello, F., Chiodo, E., . . . Mastracola, D. (2024). Sensory evaluation and consumers' acceptance of a low glycemic and gluten-free carob-based bakery product. *Foods*, 3(17), 2815. <https://doi.org/10.3390/foods13172815>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? *D&E. Publicación del CEPUT*, 11(3), 1-18. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Freire, J., & Gertner, R. (2021). The relevance of food for the development of a destination brand. *Place Branding and Public Diplomacy*, 17(2), 193–204. doi:10.1057/s41254-020- 00164-5

- Galarraga, A., & Martínez de Albéniz, I. (2024). Innovation and creativity in gastronomy beyond Haute Cuisine restaurants: Towards an innovation ecosystem in Gastronomytech in the Basque Country. *Creativity and Innovation Management*, 34(1), 3–29. <https://doi.org/10.1111/caim.12624>
- Galarraga, A., & Martínez-de-Albéniz, I. (2024). Innovation and creativity in gastronomy beyond haute cuisine restaurants: Towards an innovation ecosystem in GastronomyTech. *Creativity and Innovation Management*, 34(1), 3–29. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/caim.12624>
- Gao, Y., Zhang, Q., Xu, X., Jia, F., & Lin, Z. (2022). Service design for the destination tourism service ecosystem: A review and extension. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(3), 225-245. https://www.researchgate.net/publication/358743833_Service_Design_for_the_Destination_Tourism_Service_Ecosystem_A_Review_and_Extension
- Guiné, R. (2022). Textural properties of bakery products: A review of instrumental and sensory evaluation studies. *Applied Sciences*, 12(17), 8628. <https://doi.org/10.3390/app12178628>
- Hu, B., He, F., & Hu, L. (2022). Community empowerment under powerful government: A sustainable tourism development path for cultural heritage sites. *Frontiers in Psychology*(13). <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.752051>
- Íñiguez, M., Farfán-Pacheco, K., & Espinoza-Figueroa, F. (2024). El panorama de la investigación gastronómica en Ecuador: Una revisión sistemática de la literatura. *Revista Gastronomía y Cocina*, 3(2), 2024–202. <https://doi.org/10.70221/rgc.v3i2.65>
- Jeelani, P., & Shah, S. A. (2023). Tourism and the environmental components coexisting in the Himalayas: A trade-off between the two. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 26(5), 449-469. https://www.researchgate.net/publication/375112755_Tourism_and_the_Environmental_Components_Coexisting_in_the_Himalayas_A_Trade-Off_Between_the_Two

- Jiménez, M., Hernández, P., & Jiménez, J. (2020). Landscape and tourism: Evolution of research topics. *Land*, 9(12). <https://www.mdpi.com/2073-445X/9/12/488>
- Karsokienė, R., & Giedraitis, A. (2023). Systematic post-crisis tourism supply chain transformation towards resilience in the context of tour operators. *European Journal of Studies in Management and Business*, 28(2), 17-382023.
- Kavaliari, D., Kottara, C., & Anagnostopoulou, G. (2024). Observations as a dynamic methodological tool in educational research. *En Proceedings of the 10th International Conference on Educational Innovation–EEPEK*, 598–605. https://www.researchgate.net/publication/385699021_Observations_as_a_dynamic_methodological_tool_in_Educational_Research
- Liberato, P., Mendes, T., & Liberato, D. (2020). Advances in Tourism, Technology and Smart Systems. Smart Innovation, Systems and Technologies. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 585-593. <https://scihub.se/https://link.springer.com/book/10.1007/978-981-33-4260-6>
- Lie, O. T., Hadi, B. M., & Mahmudi, M. (2025). The role of creativity and innovation in menus in attracting millennial consumers to the culinary business. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 4(1), 96–106. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v4i1.989>
- Martínez, M. P., Izquierdo, A., & Jiménez, A. I. (2024). Authentic local cuisine and tourist satisfaction: An experiential value perspective in gastronomic destinations. *International Journal of Hospitality Management*,. https://www.researchgate.net/publication/347324099_Authentic_Culinary_Tourism_Experiences_The_Perspectives_of_Locals
- Martins, M. (2016). Gastronomic tourism and the creative economy. *Journal article, Zenodo*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.376346>
- Medina, Muñoz, Hurtado., Ochoa. (2023). Método mixto de investigación: Cuantitativo y cualitativo. *Instituto Universitario de Innovación, Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.* doi:10.35622/inudi.b.105

- Michel, C., Velasco, C., Gatti, E., & Spence, C. (2014). A taste of Kandinsky: Assessing the influence of the artistic visual presentation of food on the dining experience. *Flavour*, 3(7). <https://doi.org/10.1186/2044-7248-3-7>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2019). *Manual metodológico para la elaboración del Atlas del Patrimonio Alimentario del Ecuador*. <https://www.docsity.com/es/docs/manual-metodologico-para-la-elaboracion-del-atlas-del-patrimonio-alimentario/8673298>
- Moira, P., Mylonopoulos, D., & Kontoudaki, A. (2016). Gastronomy as a form of cultural tourism. *STRUCNI CLANAK*, 9, 135-148. <https://www.researchgate.net/publication/281365776>
- Montanari, M. (2004). La Comida Como Cultura. 14-15. <https://archive.org/details/montanari-m.-la-comida-como-cultura-ocr-2004/page/15/mode/1up?q=tradicion+>
- Okajima, K., & Spence, E. (2011). Effects of visual texture on taste perception. *i-Perception*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1068/ic966>
- Oleas, M. B., & Quezada, H. G. (2024). *Estudio de los dulces tradicionales de las regiones del Ecuador y su valor turístico gastronómico*. Universidad de Cuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/50b0e4dd-2ae2-4dae-b849-ef60a60ffe6d>
- Pazmiño, D., & Chávez, C. (2024). Elaboración de postres tipo vitrina por medio del uso de alimentos propios del cantón Cotacachi. *Polo del Conocimiento*, 9(20). <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/7981>
- Pedersen, L. B. (2012). *Creativity in gastronomy: Exploring the connection between art and craft*. Copenhagen Business School. https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58433946/louise_bro_pedersen.pdf
- Pita, A., Santos, V. T., & Choez, M. (2023). Percepción ciudadana sobre el patrimonio cultural gastronómico en la gestión turística en Jipijapa. *Turismo y Patrimonio*, 20(02). <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2023.n20.0>
- Pratimningsih, S. A., Munawar, F., & Rudatin, C. L. (2025). Creative tourism experience: Exploring the influence of novelty-seeking, perceived coolness

- and servicescape on behavioral intention. *Cogent Business & Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2447906>
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677018300755>
- Rodríguez, P., González Santa-Cruz, F., Pemberthy, L., & López-Guzmán, T. (2020). Gastronomic satisfaction of the tourist: Empirical study in the Creative City of Popayán, Colombia. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.1186/s42779-019-0044-0>
- Sormaza, U., Akmese, H., Gunes, E., & Aras, S. (2017). Gastronomy in Tourism. *3rd Global Conference On Business, Economics, Management and TOURISM*, 39, 725 – 730. https://www.researchgate.net/publication/305396515_Gastronomy_in_Tourism
- Stone, M., Migacz, S., & Wolf, E. (2019). Beyond the journey: the lasting impact of culinary tourism activities. *Current Issues in Tourism*, 22(2), 147–152. doi:10.1080/13683500.2018.1427705
- Taípe, S. B., Inga, C. F., Tobar, M. C., & Villarroel, D. A. (2025). Innovación gastronómica y saberes ancestrales: La oca andina como ingrediente en la pastelería contemporánea. *Innova Science Journal*, 3(3). <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v3/n3/89>
- Vizcaíno, P. I., Cedeño, R. J., & Maldonado, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 1–12. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658
- Xu, L., Mehta, R., & Hoegg, J. (2022). Sweet ideas: How the sensory experience of sweetness impacts creativity. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 172(104169). <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2022.104169>
- Yeoman, I., & McMahon, U. (2016). The future of food tourism. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 95–98. doi:10.1108/JTF-12-2015-0051

ANEXOS

Anexo A. Carta Compromiso

CARTA DE COMPROMISO

Salcedo, 17/06/2025

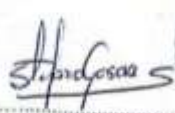
Magister
Ximena Calero
Presidente
Unidad de Titulación
Carrera de Turismo
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Lic. Stefania García en mi calidad de Directora de Desarrollo Social, Económico, Cultura y Turismo, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema: "Repostería Creativa y la Oferta Turística del Cantón Salcedo Caso: Pinol" propuesto por la estudiante Eddian Rodrigo Gualpa Quilo, portadora de la Cédula de Ciudadanía 0503799330, 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,


0503284404



Anexo B. Instrumentos

Ficha de observación de Atlas del patrimonio alimentario		
Productos Elaborados		
Nombre del producto		
Ancestralidad		
Época de consumo		
Lugares de consumo		
Descripción		
Zonas de tradiciones de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	
Ingredientes	Formas de preparación	
Propiedades		
Estado de conservación		

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
Carrera de Turismo

Instrumento para la validación del instrumento “Entrevista semiestructurada”

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.

Instrumento claro para los entrevistados, es comprensible

Observaciones.

Por favor marque con una (x) 1 opción que usted considere deba aplicarse en cada uno de los ítems, y de ser necesario escriba las observaciones.

ESCALA				Observaciones
Pregunta	Dejar	Modificar	Eliminar	
¿Qué postres innovadores a base de pinol cree usted que los turistas nacionales y extranjeros valoren más?	X			
¿Cree usted que el pinol no ha sido potencializado en su valor cultural en el cantón Salcedo?	X			
Para que un producto gastronómico se vuelva atractivo se necesita creatividad; sin embargo, para posicionarlo en la oferta turística es necesario darle un valor agregado. ¿Cuál cree que sea el valor agregado que necesita el pinol para potenciar el turismo en Salcedo?	X			
¿Qué importancia cree usted que tiene incluir al pinol en la repostería creativa como parte de la identidad cultural del cantón Salcedo?		X		
¿Qué técnicas creativas ocuparía usted para elaborar un plato gastronómico tipo postre basado en el pinol?	X			
Dentro del sabor del pinol pueden existir contrastes con otros				

ingredientes, ¿con cuáles cree que se combinará mejor?	X			
Para elaboración de un producto gastronómico tipo postre basado en el pinol se espera una personalización del producto ¿qué postres podrían ser elaborados a base del pinol y personalizados?	X			
La imagen del producto gastronómico es relevante sin embargo debe mantener su identidad local ¿Cómo cree usted que debería mantener este diseño visual?	X			
Como persona especializada en gastronomía ecuatoriana, ¿qué recomendación daría a los reposteros para que empiecen a utilizar al pinol como base en sus preparaciones?	X			
Para aprovechar totalmente los valores del pinol con miras a la comercialización de un producto gastronómico basado en este, ¿cómo daría mejor aprovechamiento tanto del producto como de su empaque?	X			
¿Qué otros productos gastronómicos tipo postre conoce usted que compiten con el pinol?	X			

Opinión de aplicabilidad:

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

Validado por: Alex Velestegui

Especialidad del evaluador: ADM. TURISMO y HOTELERÍA

Lugar de trabajo: GADMCS

Cargo que desempeña: JEFE DE TURISMO

Fecha: 15/oct/2019

Firma:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alex Velestegui', is written over a horizontal line.

Instrumento para la validación del instrumento "Entrevista semiestructurada"

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

Apreciación.

Un trabajo que se realizó con criterio de lo que es la identidad del producto gastronómico

Observaciones.

Ninguna

Por favor marque con una (x) 1 opción que usted considere deba aplicarse en cada uno de los ítems, y de ser necesario escriba las observaciones.

ESCALA				Observaciones
Pregunta	Dejar	Modificar	Eliminar	
¿Cree usted que el pinol no ha sido potencializado en su valor cultural en el cantón Salcedo?	X			
Para que un producto gastronómico se vuelva atractivo se necesita identidad; sin embargo, para posicionarlo en la oferta turística es necesario darle un valor agregado. ¿Cuál cree que sea el valor agregado que necesita el pinol para potenciar el turismo en Salcedo?	X			
¿Qué importancia cree usted que tiene incluir al pinol en la repostería creativa como parte de la identidad cultural del cantón Salcedo?	X			
¿Qué técnicas creativas ocuparía usted para elaborar un plato gastronómico tipo postre basado en el pinol?	X			
Dentro del pinol es posible agregar otro tipo de ingrediente, ¿con cuáles cree que se combinará mejor?	X			
Para elaboración de un producto gastronómico tipo postre basado en el pinol se espera una personalización del	X			

producto ¿qué postres podrían ser elaborados a base del pinol y personalizados?				
La imagen del producto gastronómico es relevante sin embargo debe mantener su identidad local ¿Cómo cree usted que debería mantener este diseño visual?	X			
Como persona especializada en gastronomía ecuatoriana, ¿qué recomendación daría a los reposteros para que empiecen a utilizar al pinol como base en sus preparaciones?	X			
Para aprovechar totalmente los valores del pinol con miras a la comercialización de un producto gastronómico basado en este, ¿cómo daría mejor aprovechamiento tanto del producto como de su empaque?	X			
¿Qué otros productos gastronómicos tipo postre conoce usted que compiten con el pinol?	X			
¿Qué postres innovadores a base de pinol cree usted que los turistas nacionales y extranjeros valoren más?	X			

Opinión de aplicabilidad:

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

Validado por: *Tecnólogo Jorge Solís.*

Especialidad del evaluador: *Cocinero Profesional*

Lugar de trabajo: *Escuela de Chefs Host School.*

Cargo que desempeña: *Propietario*

Fecha: *22 - octubre 2025*

Firma: *Jorge Solís.*

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
Carrera de Turismo

Instrumento para la validación del instrumento “Entrevista semiestructurada”

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.

REALMENTE ME PARECE UTIL YA QUE INSENTIVA EL
 USO, CONSERVACIÓN E INTERÉS DEL PRODUCTO

Observaciones.

LAS PREGUNTAS FUERON ACERTADAS CON RESPETO
 AL TEMA DEL CUAL SE HABLO'

Por favor marque con una (x) 1 opción que usted considere deba aplicarse en cada uno de los ítems, y de ser necesario escriba las observaciones.

ESCALA				Observaciones
Pregunta	Dejar	Modificar	Eliminar	
¿Cree usted que el pinol no ha sido potencializado en su valor cultural en el cantón Salcedo?	☒	☐	☐	
Para que un producto gastronómico se vuelva atractivo se necesita identidad; sin embargo, para posicionarlo en la oferta turística es necesario darle un valor agregado. ¿Cuál cree que sea el valor agregado que necesita el pinol para potenciar el turismo en Salcedo?	☒	☐	☐	
¿Qué importancia cree usted que tiene incluir al pinol en la repostería creativa como parte de la identidad cultural del cantón Salcedo?	☒	☐	☐	
¿Qué técnicas creativas ocuparía usted para elaborar un plato gastronómico tipo postre basado en el pinol?	☒	☐	☐	
Dentro del pinol es posible agregar otro tipo de ingrediente, ¿con cuáles cree que se combinará mejor?	☒	☐	☐	
Para elaboración de un producto gastronómico tipo postre basado en el pinol se espera una personalización del	☐	☐	☐	

producto ¿qué postres podrían ser elaborados a base del pinol y personalizados?	/			
La imagen del producto gastronómico es relevante sin embargo debe mantener su identidad local ¿Cómo cree usted que debería mantener este diseño visual?		/		
Como persona especializada en gastronomía ecuatoriana, ¿qué recomendación daría a los reposteros para que empiecen a utilizar al pinol como base en sus preparaciones?	/			
Para aprovechar totalmente los valores del pinol con miras a la comercialización de un producto gastronómico basado en este, ¿cómo daría mejor aprovechamiento tanto del producto como de su empaque?	/			
¿Qué otros productos gastronómicos tipo postre conoce usted que compiten con el pinol?	/			
¿Qué postres innovadores a base de pinol cree usted que los turistas nacionales y extranjeros valoren más?	/			

Opinión de aplicabilidad:

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

Validado por: DAVID CHONATASIG

Especialidad del evaluador: COCINA EWAORIANA

Lugar de trabajo: HOST SCHOOL

Cargo que desempeña: DOCENTE

Fecha: 27/10/2025

Firma: _____



Anexo C. Evidencia

Degustación del Togro con Morcillas en la plaza San Antonio



Degustación de las fritadas en Panzaleo



Visita a los mote de Doña Magdalena ubicado en el barrio Campo Alegre

