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

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

“La identidad culinaria y la promoción turística en el cantón Santiago de Quero”.

AUTOR: Patricio Isaac Sierra Díaz

TUTOR: Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg.

Ambato-Ecuador

Diciembre 2025

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

"**La identidad culinaria y la promoción turística en el cantón Santiago de Quero**" del alumno Patricio Isaac Sierra Díaz, 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 2025

EL TUTOR

Firmado electrónicamente por:
DIEGO FERNANDO MELO FIALLOS
Validar únicamente con FirmaEC

.....

Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg.

C.C.: 1803017365

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación "**La identidad culinaria y la promoción turística en el cantón Santiago de Quero**" como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, diciembre 2025

EL AUTOR



.....

Patricio Isaac Sierra Díaz

C.C.: 1850065416

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 2025

EL AUTOR



.....

Patricio Isaac Sierra Díaz

C.C.: 1850065416

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema "La identidad culinaria y la promoción turística en el cantón Santiago de Quero" de Patricio Isaac Sierra Díaz, 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 2025

Para constancia firman

Firmado electrónicamente por:
ANGELICA MARIA GONZALEZ SANCHEZ
Validar únicamente con FirmaEC

Ing. Angélica González Mg.
MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.: 1713482352

Firmado electrónicamente por:
CHRISTIAN ANDRES HIDALGO SALAZAR
Validar únicamente con FirmaEC

Lic. Christian Andres Hidalgo Salazar Mg.
MIEMBRO CALIFICADOR
C.C.: 0604879569

DEDICATORIA

Quiero dedicar mi trabajo a Dios, que siempre es mi guía. Solo por Su gracia y Su voluntad he llegado hasta este punto. Él ha iluminado mi camino y me ha dado la fortaleza para enfrentar cada desafío, permitiéndome alcanzar esta meta.

A mis padres Patricio e Isabel por su amor infinito, su apoyo incondicional y sus incontables sacrificios. Este triunfo también es de ustedes

A mi hermano David por ser ese consejero y esa mano que siempre ha estado presente cuando más lo he necesitado

A mis fieles compañeras, Celeste y Ojitos quienes con su compañía han alegrado todo este camino de amor y alegría

Dedicar esta tesis a mí mismo por la resiliencia y la perseverancia. Por haber avanzado en todo momento y demostrar que con disciplina se cumplen estas metas.

Patricio Isaac Sierra Díaz

AGRADECIMIENTO

Quería agradecer a la Universidad Técnica de Ambato y a la carrera de Turismo por formar mis bases académicas y por la gran oportunidad de participar en el intercambio estudiantil que enriqueció mi visión profesional y personal.

Finalmente agradezco al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Santiago de Quero por la apertura y colaboración que permitió la ejecución y desarrollo de esta investigación de tesis

Patricio Isaac Sierra Díaz

ÍNDICE GENERAL

PORTADA ..... **i**

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR ..... **ii**

AUTORÍA DEL TRABAJO ..... **iii**

DERECHOS DE AUTOR ..... **iv**

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO ..... **v**

DEDICATORIA ..... **vi**

AGRADECIMIENTO ..... **vii**

ÍNDICE GENERAL ..... **VIII**

ÍNDICE DE TABLAS ..... **X**

ÍNDICE DE FIGURAS ..... **XI**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **XII**

ABSTRACT ..... **XIII**

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos 1

1.2 Objetivos 25

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales……..……26

2.2 Métodos 26

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados 36

3.2 Verificación de hipótesis 44

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones 45

4.2 Recomendaciones 46

Propuesta 46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1..... 26

Tabla 2..... 32

Tabla 3..... 36

Tabla 4..... 40

Tabla 5..... 54

Tabla 6..... 59

Tabla 7..... 68

Tabla 8..... 73

Tabla 9..... 78

Tabla 10..... 83

Tabla 11..... 88

Tabla 12..... 92

Tabla 13..... 96

Tabla 14..... 100

Tabla 15..... 104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 4

Figura 2 15

Figura 3 29

Figura 4 109

Figura 5 109

Figura 6 110

Figura 7 110

Figura 8 111

Figura 9 111

Figura 10 112

Figura 11 112

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación tuvo como objetivo general analizar la identidad culinaria y la promoción turística del cantón Santiago de Quero, se considera la importancia de la gastronomía como expresión cultural y como recurso estratégico para fortalecer el turismo local. El estudio adquirió relevancia al evidenciar que, aunque las prácticas culinarias del cantón poseen un fuerte arraigo comunitario y un valor simbólico significativo, estas no se encuentran debidamente integradas en las acciones de promoción turística. Desde un enfoque cualitativo, se emplearon dos instrumentos principales: las fichas del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, que permitieron identificar y registrar nueve platos tradicionales como parte del patrimonio gastronómico de Quero, y una encuesta abierta dirigida a actores locales vinculados con la cocina y el turismo, con el fin de conocer sus percepciones sobre la difusión gastronómica del cantón. Los resultados demostraron que la identidad culinaria es sólida, se transmite por tradición oral y forma parte esencial de la vida comunitaria; sin embargo, la promoción turística actual es limitada, carece de planificación y no incorpora de forma visible los saberes culinarios locales. Se concluye que la gastronomía de Quero posee un alto potencial para convertirse en un eje de desarrollo turístico y cultural, pero requiere herramientas de difusión accesibles y coherentes, razón por la cual se propone el recetario "Saberes y Sabores de Quero" como un recurso para fortalecer la identidad, visibilizar los platos tradicionales y apoyar las estrategias de promoción del cantón.

PALABRAS CLAVE: IDENTIDAD CULINARIA, PROMOCIÓN TURÍSTICA, PATRIMONIO CULTURAL, RECETARIO, COMUNIDAD.

ABSTRACT

The purpose of this research was to analyze the culinary identity and tourism promotion of the canton of Santiago de Quero, recognizing the importance of gastronomy as a cultural expression and as a strategic resource for strengthening local tourism. The study is relevant because, although the canton preserves strong culinary traditions transmitted through generations, these practices are not adequately incorporated into current promotional initiatives. Using a qualitative approach, two main instruments were applied: the record sheets of the National Institute of Cultural Heritage, which allowed the identification and documentation of nine traditional dishes, and an open-ended survey directed at local actors involved in gastronomy and tourism to understand their perceptions regarding culinary promotion. The results showed that the culinary identity of Quero is solid, deeply rooted, and valued by the community; however, tourism promotion remains limited, lacks planning, and fails to highlight the local culinary heritage. The study concludes that the gastronomy of Santiago de Quero has significant potential to enhance cultural and tourism development, but requires accessible and coherent communication resources. Therefore, the proposal "Saberes y Sabores de Quero" is presented as a practical tool to preserve traditional dishes, strengthen cultural identity, and support the promotion of the canton as an authentic gastronomic destination.

KEYWORDS: CULINARY IDENTITY, TOURISM PROMOTION, CULTURAL HERITAGE, RECIPE BOOK, COMMUNITY.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

Variable independiente (Identidad culinaria)

La relación entre la identidad culinaria y la promoción turística se ha convertido, en los últimos años, en un eje estratégico importante para el desarrollo local en territorios con cultura y patrimonio. Esta unión representa no sólo un ingreso monetario, sino también un medio que permite la comunicación de la cultura.

A nivel internacional, **Torres Prada y González Parra (2022)** concluyeron que la gastronomía ha jugado un papel importante como generadora turística y fortalecedora de la identidad de Santander, se pudo concluir que, si la cocina tradicional se vincula a las políticas turísticas, será un recurso estratégico. Un análisis similar fue realizado por **Vázquez Valencia y Del Valle Mendoza (2021)** en México, al estudiar la tortilla como símbolo de identidad cultural. Aunque su objetivo se basa en la globalización alimentaria, las autoras coinciden en la necesidad de recuperar el valor simbólico de los alimentos tradicionales. Mientras el caso colombiano recomienda la articulación entre gastronomía y turismo, el estudio mexicano sugiere una dimensión política y cultural, ambos llegan a dar la importancia de la cocina en la preservación de la identidad.

En la misma línea, **Suárez Balam y Vásquez Cetina (2023)** exploraron en Quintana Roo el uso de inteligencia artificial (IA) para preservar recetas tradicionales. A diferencia de los estudios anteriores de corte sociocultural, este introduce una perspectiva innovadora al vincular tradición y tecnología, se abre a nuevas posibilidades para promover la identidad desde lo digital.

A nivel nacional, **Solís Ronquillo et al. (2023)** identificaron en la provincia de Los Ríos una riqueza gastronómica en riesgo de desaparición. Mediante una metodología mixta, apostaron por estrategias de educación y difusión cultural como alternativa para su

conservación. De manera similar, **Álvarez y Álvarez (2022)** reconocen la escasa valorización de la cocina tradicional ecuatoriana y enfatizan a la necesidad de apoyo estatal y la creación de espacios educativos permanentes. Mientras Los Ríos se orienta hacia el trabajo comunitario, el estudio de Álvarez y Álvarez plantea una intervención estructural desde las políticas públicas, por ello se sugiere que el fortalecimiento de la identidad culinaria requiere esfuerzos combinados en distintos niveles.

Variable independiente (Promoción turística)

En cuanto a la promoción turística, **Ortiz Lastra y Castillo Zúñiga (2020)** se centraron en el uso de herramientas digitales en los cantones de la provincia de Los Ríos. Sus hallazgos demostraron que una estrategia digital correcta tiene como consecuencia la mejora de la percepción del destino. **Cabra Salinas (2020)**, en Boyacá, Colombia, coincidió en esta idea al proponer una arquitectura de negocio que se basa en sistemas de información para potenciar la promoción cultural y patrimonial. Ambas investigaciones indican que, para que las familias difundan su identidad culinaria, necesitan medios para compartir su conocimiento.

Con un enfoque más práctico, **Zambrano Pinargote** y **Loor Intriago (2023)** realizaron una evaluación de la promoción turística en la Reserva Natural Punta Gorda y, como conclusión, señalaron que la utilización de herramientas digitales interactivas como vídeos promocionales y redes sociales, permite una mejor visualización del destino. En la región amazónica, los autores **Zambrano Salazar (2024)** y **Zambrano Pinargote (2024)** mencionan que las redes sociales junto a la inteligencia artificial resultarán en mecanismos para potenciar la interacción con los usuarios y obtener información sobre los pareceres y motivos de los turistas.

En conjunto, estos antecedentes evidencian que la identidad culinaria es un componente esencial de la cultura local al igual que su promoción, mediante el uso de estrategias digitales que son una herramienta clave para el desarrollo turístico. No obstante, en el caso del cantón Santiago de Quero aún no se ha investigado de manera específica la relación entre la gastronomía tradicional y su articulación con la promoción turística, por ello se justifica la pertinencia del presente estudio. La experiencia de otros contextos nacionales e internacionales demuestra que la gastronomía se convertirá en un eje estratégico de competitividad territorial, siempre que exista un trabajo articulado entre

actores locales, instituciones y herramientas tecnológicas. Por ello, se espera contribuir a que Santiago de Quero fortalezca su identidad culinaria y logre posicionarse como un destino con una oferta gastronómica diferenciada.

-Teoría, modelo o posición filosófica

Según la teoría de la identidad cultural de **Stuart Hall (1990)** la identidad es un proceso que está en movimiento. No es algo fijo e inmutable. Hall propone que la identidad fue formada en la historia, en el tiempo y espacio colectivo, esto establece la diferencia entre los que piensan la identidad como una entidad fija y estable. En otras palabras, nuestra identidad no es un fiel reflejo de nosotros, sino una construcción que nos llega de la historia de nuestros ancestros y creencias. Así que, el sentido se forma a partir de nuestras memorias, de los discursos sociales y de las distintas posiciones que asumimos ante situaciones de cambio, migración, resistencia o aculturación.

Hall comprende la identidad como una construcción narrativa que cambia según los marcos de poder, los procesos de representación y las diferencias que organizan lo social. De acuerdo con esta postura, la identidad cultural dejó de ser un reflejo de la realidad y se transformó en un espacio en donde distintos actores negocian significados, redefinen pertenencias y actualizan los vínculos con aquello que da sentido a una comunidad. El autor señala que ninguna cultura se desarrolla sola, sino que se ve expuesta a procesos históricos, económicos y políticos que transforman sus expresiones y dan lugar a formas híbridas de vida colectiva. Esta interpretación nos invita a entender que la identidad es el resultado de una mezcla de prácticas. Estos son el lenguaje, la memoria, los hábitos cotidianos y las preferencias estéticas. Gracias a ellas se construirá un "nosotros" en oposición a los que parecen diferentes. Desde esta perspectiva, la idea de autenticidad deja de asumirse como un hecho natural y se desplaza al terreno político, donde intervienen disputas para determinar qué prácticas representan a un grupo y quién tiene la autoridad para definir las narraciones que sustentan esta pertenencia.

En el desarrollo de esta investigación, la propuesta de Hall permite darle un sentido conceptual útil para cerrar el proceso de la identidad culinaria del cantón Santiago de Quero en la medida que cambia los contextos social y económico. La cocina de un territorio no sólo consiste en hacer platos, sino en las memorias compartidas y las formas de organización de los pueblos. Esta mirada hace ver que cada plato tiene sentido por

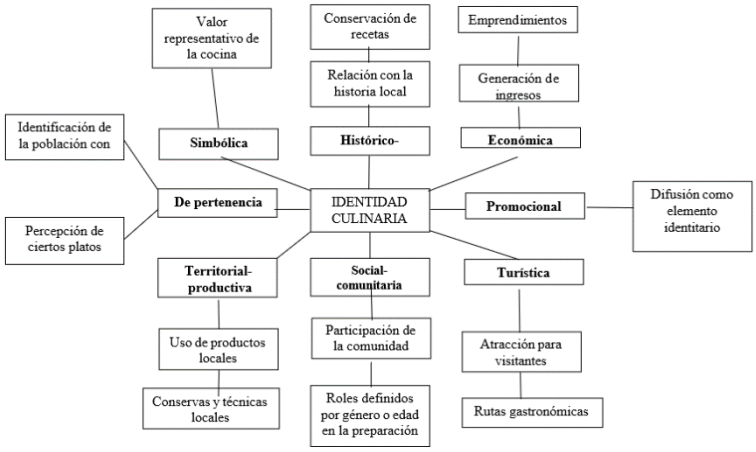
quienes lo producen, quienes lo consumen y quienes lo comunican. Así, la cocina local se convierte en un espacio donde se pone en juego un vínculo social y una historia.

Bajo tal lectura, la teoría de identidad cultural, se convierte en un soporte analítico que permite entender cómo los alimentos tradicionales de Quero serán utilizados en variadas estrategias de promoción turística, sin que por esto pierdan el valor simbólico que tienen para la población. La difusión de estos implica narrarlos, contextualizarlos y ofrecerlos como activos culturales que conectan con las demandas del turismo y con las dinámicas económicas del territorio.

-Desarrollo teórico de la variable independiente

Figura *1*

Constelación de dimensiones– Variable independiente: Identidad culinaria



Nota: La figura presenta la constelación de la variable independiente, organizada a partir de dimensiones y subdimensiones

Identidad culinaria

La identidad culinaria constituye una expresión multidimensional que permite comprender cómo las comunidades reproducen, comparten y proyectan sus tradiciones alimentarias a lo largo del tiempo. La cocina, desde una perspectiva cultural, no se entenderá únicamente como un conjunto de técnicas o recetas si no que se verá también como un sistema simbólico que incluye aspiraciones colectivas, prácticas diarias, historias locales y sentimientos de pertenencia. La identidad cultural, como argumenta **Stuart Hall (1990)**, no es una esencia inmutable ni un origen compartido, sino un proceso de construcción, representación y ubicación en un contexto social e histórico más extenso.

Esta noción resulta clave para interpretar la identidad culinaria del cantón Santiago de Quero, donde los saberes gastronómicos populares han sido históricamente una herramienta de continuidad, resistencia y recreación cultural.

Dimensión histórico-cultural

En esta dimensión se reconoce la estrecha vinculación entre las prácticas alimentarias y los procesos históricos locales. La cocina constituye un espacio de conservación de la memoria social, donde se inscriben relatos, saberes, resistencias y adaptaciones. Como señala **Stuart Hall (1990)**, la identidad cultural se construye a partir de la apropiación activa del pasado, no como una herencia inmutable, sino como un relato que se reconstruye desde el presente. La dimensión histórico-cultural de la identidad culinaria permite, por tanto, comprender la gastronomía como un archivo viviente en el que se sedimentan los acontecimientos significativos de una comunidad.

Relación con la historia local

La cocina tradicional del cantón Santiago de Quero representa un lugar de conexión con la historia. Las costumbres, los utensilios, la comida y los métodos de preparación se relacionan con la alimentación y permiten seguir procesos históricos más extensos. La idea que **Narváez y Santillán (2018)** llaman memoria alimentaria, que se considera un conjunto de prácticas con las cuales se preserva, se transmite y se recrea la experiencia histórica de una comunidad, explica este vínculo entre la cocina y la historia. Desde la perspectiva **de Hall (1990)**, esta relación entre la gastronomía y la historia se enmarca en un proceso de representación cultural, donde la comunidad selecciona, comparte y proyecta ciertos elementos del pasado como parte constitutiva de su identidad. Así, los platos no son solamente una continuidad del pasado, sino una reinterpretación activa de las experiencias colectivas. La identidad culinaria de Quero, entonces, no se desvinculará de su historia agraria, de su identidad indígena y mestiza, de las relaciones familiares tejidas en torno al fogón. Cocinar un plato típico en ciertas celebraciones no es solo un acto funcional o gastronómico: es también una forma de evocación, de reconocimiento y de continuidad cultural. En este sentido, cada preparación local se carga de significado histórico y actúa como un vehículo de transmisión intergeneracional.

Conservación de recetas tradicionales

La conservación de recetas constituye un acto de resistencia simbólica frente a las transformaciones impuestas por la globalización alimentaria. En numerosas casas de Santiago de Quero, las recetas tradicionales se han pasado oralmente, de una generación a otra, por medio del ejercicio diario en la cocina. Este proceso está relacionado con lo que **Bourdieu (1980)** llama habitus: un conjunto de disposiciones que se integran en la conducta social sin requerir una reflexión explícita. En este contexto, las mujeres, sobre todo madres y abuelas, no se limitan a cocinar; además instruyen, resguardan y reproducen el significado de la vida en comunidad mediante la acción de preparar los alimentos.

Según **Hall (1990)**, el hecho de guardar recetas se verá como una estrategia de posicionamiento cultural. Las comunidades rurales, al conservar algunas tradiciones, determinan qué aspectos de su cultura quieren retener y cuáles están listas para que se modifiquen o incluso se extingan. Esta elección es un proceso clave en la formación de la identidad, ya que implica una actividad creativa y activa, no simplemente una repetición pasiva de lo tradicional. Tal como sostiene **Contreras (2010)**, la cocina es también una forma de conocimiento que estructura la visión del mundo de una comunidad cocinar con los recursos de la tierra, con los medios posibles y con la tradición heredad, por ello se constituye una manera de sostener la vida y resistir frente a la homogenización del gusto.

Dimensión económica

Tras comprender cómo la cocina se entrelaza con los procesos históricos y culturales de las comunidades, es fundamental analizar su papel en el ámbito económico. La identidad culinaria no solo se construye a partir de la memoria y la tradición, sino también desde las condiciones materiales que permiten su reproducción. En este contexto, la cocina tradicional será vista como una fuente de ingresos, empleo y emprendimiento local, especialmente en territorios rurales como el cantón Santiago de Quero. Se sigue el punto de vista de **Stuart Hall (1990)**, la identidad no se desarrolla en un vacío, sino en estructuras sociales de poder, producción y reproducción. En otras palabras, los procesos de valorización, comercialización y circulación de conocimientos están íntimamente relacionados con la identidad culinaria. Esta dimensión económica muestra que los

saberes culinarios ancestrales se transformarán en instrumentos estratégicos para el mejoramiento de las condiciones de vida de la gente, sin que su esencia simbólica y comunitaria se pierda.

Generación de ingresos

En contextos como el cantón Santiago de Quero, donde la economía se basa principalmente en la agricultura, la ganadería y el comercio informal, la cocina tradicional emerge como una alternativa significativa de generación de ingresos. Tal como señala **Narváez (2018)**, la cocina tradicional cumple una doble función: alimenta y produce valor económico. No se trata únicamente de cocinar para el consumo familiar, sino de transformar ese saber en una fuente de recursos mediante su venta o intercambio. En este contexto, el plato típico se convierte en un bien cultural con valor de uso y de cambio, por ello permite que la gastronomía se inscriba en una lógica de economía popular solidaria. Desde la teoría de **Hall (1990)**, esta apropiación económica de la cocina se interpretará como una forma de resistencia. Las comunidades no están simplemente insertándose en el mercado, sino que reconfiguran su identidad a través de esa participación. En lugar de desaparecer ante las lógicas del mercado global, se articula sus saberes culinarios como una estrategia de sostenibilidad económica, se produce ingresos sin desvincularse de su memoria colectiva.

Emprendimientos gastronómicos

Junto con la venta ocasional de alimentos, en el cantón Santiago de Quero se han comenzado a consolidar pequeños emprendimientos familiares centrados en la gastronomía tradicional. En este sentido, la cocina se presenta como una posibilidad de desarrollo económico sostenible y de promoción de la identidad local. El emprender en torno a la comida no es únicamente una decisión económica, sino también una manifestación cultural, de acuerdo con **Contreras (2010).** Cada negocio refleja una visión singular del mundo: los ingredientes escogidos, las técnicas utilizadas, la ambientación de los espacios y los nombres de los platos están impregnados de significado y memoria. De este modo, la cocina tradicional se convierte en una marca, en un relato que se presenta al cliente como una vivencia auténtica y de gran significado. Según la visión de **Hall (1990)**, estas iniciativas empresariales se entenderán como métodos de posicionamiento cultural. Las familias de Quero, al vender sus recetas

tradicionales, no solo intentan obtener ganancias, sino también identificarse como portadoras de una cultura propia que merece ser apreciada y divulgada. Esta declaración identitaria es esencial para crear una economía comunitaria en la que el progreso no suponga la pérdida de los referentes culturales, sino su robustecimiento.

Dimensión promocional

La promoción de la identidad culinaria no solo implica resaltar los aspectos internos o tradicionales de una comunidad, sino también cómo estos elementos se proyectan y visibilizan ante el exterior. La promoción de la cocina local facilita que lo propio circule, se conozca y se reconozca, y en algunos casos, se revalorice. Según **Stuart Hall (1990)**, la identidad es performativa, es decir se construye y se reafirma a medida que se expresa y se visibiliza ante los demás. Así, fomentar la gastronomía no es solamente un acto comunicativo, sino también una manera de confirmar que uno pertenece a una cultura. En esta línea, el aspecto promocional de la identidad culinaria se refiere a las acciones institucionales y comunitarias que divulgan los conocimientos culinarios como símbolos de la comunidad, con el potencial de generar un sentimiento de pertenencia y una ubicación geográfica. Para el cantón Santiago de Quero, esta dimensión es especialmente importante porque no hay un plato típico que haya sido reconocido oficialmente ni una estrategia firme para la promoción de la gastronomía. A pesar de ello, la comunidad tiene un repertorio gastronómico que será fortalecido y difundido como patrimonio vivo, que contribuye a su identidad cultural y su visibilidad.

Difusión como elemento identitario

Desempeña un papel muy importante en la creación y el fortalecimiento de la identidad cultural de una comunidad la difusión de su gastronomía. Al fomentar la gastronomía tradicional, no solo se brinda un producto alimenticio, sino que también se transmite una narración, una tradición y un grupo de valores que representan el núcleo de la comunidad. La difusión facilita que los componentes culinarios, impregnados de recuerdos y significados, superen la frontera local, que fomenta el reconocimiento y la apreciación de lo propio. **Hall (1990)** indica que la identidad no es inmutable ni esencialista, sino que se reconfigura de manera continua mediante su expresión y visibilidad. Así, la gastronomía se transforma en un instrumento flexible de afirmación cultural. De igual modo, la divulgación de los platos autóctonos no solo tiene repercusiones en el turismo, sino que

también robustece el orgullo y la sensación de pertenencia de los residentes locales.. Esta difusión irá acompañada de procesos de investigación, registro y apoyo institucional, que aseguren la autenticidad y sostenibilidad de las tradiciones culinarias, que facilita que la cocina se mantenga viva como una representación simbólica de la comunidad. En este proceso, se crea un vínculo entre las generaciones pasadas, presentes y futuras, y se afianza la identidad cultural a través del relato compartido de la gastronomía, tal como lo enfatiza **Ricoeur (2000)**.

Dimensión turística

Una vez comprendida la promoción como vehículo de afirmación identitaria, es fundamental resaltar el papel que desempeña la gastronomía en el desarrollo turístico local. La cocina tradicional ha trascendido su ámbito íntimo y doméstico, convirtiéndose hoy en un recurso turístico de gran valor. No solo atrae visitantes, sino que también genera experiencias significativas y posiciona territorialmente a las comunidades. En este contexto, la identidad culinaria se relaciona con el turismo como una manera de exhibir y consumir cultura. La identidad, de acuerdo con **Stuart Hall (1990)**, es relacional y se forma por medio del contacto con lo distinto. Así, el turismo gastronómico ofrece la oportunidad de mostrar lo propio a los visitantes, con el objetivo de convertir la cocina en un espacio de diálogo, encuentro y reconocimiento. Si se aborda desde un punto de vista participativo, ético y sostenible, la gastronomía se convertirá en un elemento clave del turismo rural, comunitario y experiencial en Santiago de Quero. Esta dimensión turística se manifiesta principalmente en dos aspectos clave: la atracción de visitantes y el diseño de rutas gastronómicas.

Atracción para visitantes

La comida se ha convertido en un motivo de desplazamiento para muchos viajeros que buscan experiencias auténticas relacionadas con los sabores locales, las formas tradicionales de preparación y el contacto directo con quienes conservan ese saber. La Organización Mundial del Turismo **(OMT, 2012)** destaca que la gastronomía está en crecimiento como una motivación clave para los flujos turísticos, especialmente en territorios rurales con una identidad cultural fuerte. En este contexto, los platos tradicionales de Quero se transformarán en atractivos para los turistas, no solo por su gusto sino también por su simbolismo. La comida se convierte en una experiencia

multisensorial que combina la historia, la comunidad y el territorio. Según sostiene **Bessière (1998),** la cocina se transforma en patrimonio cuando aparece como una forma de expresión única que crea orgullo y admiración. Según **Hall (1990)**, cada acto de representación implica una negociación de significados; por lo tanto, es fundamental que las comunidades, como la de Quero, se involucren activamente en este proceso para impedir que su cultura se convierta en un espectáculo vacío. Así, la atracción de visitantes a través de la gastronomía incluirá formación, señalización, interpretación cultural y altos estándares de calidad para garantizar que la experiencia sea respetuosa, significativa y sostenible.

Rutas gastronómicas

Una de las estrategias más efectivas para conectar la identidad culinaria con el turismo es el diseño de rutas gastronómicas. Estas rutas no solo enlazan puntos geográficos, sino también relatos culturales, prácticas sociales y sabores ancestrales. **Montanari (2006)** sostiene que el territorio es un espacio con significado en el que la comida se transforma en la línea guía para investigar la cultura, la historia y el paisaje. En Santiago de Quero, una ruta culinaria incorporaría aspectos patrimoniales como recetas, mercados locales, huertos familiares, conocimientos rurales, festividades religiosas y empresas vinculadas con la comida. Cada una de las estaciones a lo largo del recorrido sería una ocasión para contar la identidad local mediante la gastronomía. Como lo señala **Hall (1990)**, la identidad es performativa y múltiple, y las rutas permiten mostrar las diversas facetas de la comunidad. Es más, el diseño participativo de estas rutas fortalece la apropiación comunitaria del turismo y asegura que los beneficios económicos, culturales y simbólicos se distribuyan de manera equitativa. Así, la gastronomía no solo se promociona, sino que se protege y se vincula con el desarrollo territorial.

Dimensión social-comunitaria

La identidad culinaria está profundamente vinculada a la vida colectiva, por eso la comida se cocina, se sirve y se transmite en comunidad. Desde las cocinas familiares hasta las festividades religiosas y los mercados, la comida es un espacio donde se produce y reproduce la vida social. Según **Stuart Hall (1990)**, la identidad se construye en el marco de relaciones sociales y de poder, que sigue en una construcción histórica y cultural influenciada por la experiencia compartida. En esta línea, la cocina no es únicamente una

técnica de alimentación, sino también un sistema simbólico que evidencia recuerdos, normas, roles y emociones colectivas. En Santiago de Quero, los platos típicos son más que simples recetas, ya que constituyen expresiones vivas de una cultura centrada en la comida. La preparación de estas comidas, los modos de participación y la transmisión de conocimientos entre generaciones robustecen y le dan forma a la identidad culinaria local.

Participación de la comunidad

La elaboración y conservación de los platos típicos depende directamente del involucramiento activo de la comunidad. Cada miembro, desde los más ancianos hasta los más jóvenes, juega un rol esencial en el entramado de saberes y prácticas alimentarias. Esta participación configura un tejido simbólico que refuerza el sentido de pertenencia y la continuidad cultural. Según **Canclini (1999)**, las culturas populares se sostienen en la participación activa de sus miembros, donde los conocimientos se transmiten más por práctica que por teoría. En este proceso, cocinar es enseñar, observar es aprender y compartir es reafirmar la identidad común. Este enfoque resuena con la idea de **Hall (1990)** sobre el carácter narrativo de la identidad: esta se construye a través de historias compartidas, experiencias colectivas y prácticas que refuerzan lo propio frente a lo externo.

Roles definidos por género o edad en la preparación de ciertos platos

La cocina tradicional refleja estructuras sociales vinculadas al género y la edad. En una gran cantidad de comunidades rurales, las mujeres adultas son las que mayormente transmiten el saber culinario, mientras que las jóvenes y las niñas aprenden mientras observan y participan. Los hombres también tienen roles particulares; sin embargo, estos no son inmutables, sino que se ajustan a nuevos contextos que preserva su vínculo cultural. Las prácticas, como la cocina, están cargadas de significados que simbolizan poder, conocimiento y pertenencia, según **De Certeau, Giard y Mayol (1994)**. Para **Hall (1990)**, la identidad se construye a través de posiciones sociales, y los roles de género y edad en la cocina no solo organizan la producción alimentaria, sino que estructuran la sociedad misma. La identidad culinaria se define no solo por su gastronomía, sino por cómo se produce, transmite y comparte la comida dentro de la comunidad.

Dimensión territorial-productiva

La cocina tradicional está estrechamente vinculada a las características físicas, ecológicas y productivas del territorio. Los sabores, los ingredientes y las técnicas que determinan la identidad culinaria de una región están directamente afectados por los productos que se cultivan, crían o recolectan en ese lugar. **Stuart Hall (1990)** sostiene que la identidad cultural no depende únicamente de la herencia, sino también del lugar desde el cual se vive y actúa. Esto tiene como objetivo transformar al territorio en un espacio simbólico que delimita las prácticas culturales. Las prácticas agrícolas y la utilización de recursos naturales son esenciales para la identidad culinaria en Santiago de Quero. Se manifiestan en el empleo de productos locales y en la conservación de métodos autóctonos del territorio.

Uso de productos locales

El uso de ingredientes autóctonos y cultivados en el entorno inmediato es uno de los pilares de la identidad culinaria de Santiago de Quero. Productos como la papa, reconocida por su calidad y sabor, y el cuy, elemento icónico en la gastronomía de la región, son fundamentales en la preparación de platos tradicionales. Según **Sylvie Guillaud (2003)**, los productos locales no son únicamente materias primas: son portadores de historia, clima, paisaje y técnica. Su uso en la cocina cotidiana o ritual implica una afirmación de lo propio frente a lo externo. En este sentido, cada ingrediente local utilizado en Quero representa un acto de resistencia simbólica ante la homogeneización alimentaria global. Desde la perspectiva de **Hall (1990)**, esta preferencia por lo local se entenderá como una estrategia de representación: mediante el uso de ciertos productos, las comunidades comunican quiénes son, de dónde vienen y cómo viven. Es una forma de expresar su posición frente al mundo y de construir una narrativa identitaria basada en la relación estrecha con su entorno. El consumo de productos locales fortalece la economía del territorio, promueve la soberanía alimentaria y reduce la dependencia de insumos externos, que transforma la identidad culinaria en un componente vital del desarrollo sostenible.

Conservas y técnicas locales

Las técnicas de conservación y preparación, junto con los ingredientes, son elementos fundamentales de la dimensión territorial-productiva. Estas técnicas no solo aseguran la

disponibilidad de alimentos durante las temporadas difíciles, sino que también imprimen sabores únicos y modos específicos de organización comunitaria en torno a la producción alimentaria. Como destacan **Ferrão y Gomes (2018)**, las técnicas tradicionales son expresiones del conocimiento ecológico local, resultado de siglos de observación y experimentación. Según **Hall (1990)**, la identidad cultural también se construye a través de las prácticas cotidianas que organizan la experiencia. En este caso, las formas de conservar y transformar los alimentos son parte del entramado identitario que permite a las comunidades habitar su territorio de manera única. La revalorización de estas técnicas vincula la cocina con otras dimensiones del patrimonio cultural inmaterial, como las prácticas agrícolas, los saberes ancestrales y la oralidad. Así, cada olla, cada fogón y cada método de cocción tradicional se convierte en una cápsula de memoria que refuerza la identidad de Quero.

Dimensión de pertenencia

La identidad culinaria no se entenderá plenamente sin tener en cuenta la carga emocional, simbólica y afectiva que los alimentos adquieren en la vida de las personas. La comida va más allá de un acto biológico o una técnica cultural; es, principalmente, una forma de sentirnos parte de un grupo, de construir vínculos y reconocer nuestra comida. En este sentido, los platos típicos actúan como marcadores de pertenencia, recordándonos quiénes somos, de dónde venimos y a qué comunidad pertenecemos. Según **Stuart Hall (1990)**, la identidad se construye a través de discursos, memorias compartidas y representaciones que las personas adoptan para situarse dentro de un "nosotros" colectivo. Así, lo culinario se inserta en este proceso de identificación: cada vez que un habitante de Quero reconoce un plato, un sabor o una preparación como "suyo", reafirma su vínculo con la comunidad y el territorio al que pertenece.

Percepción de ciertos platos como propios representativos

En el imaginario de una comunidad, ciertos platos ocupan un lugar central no solo por su sabor o antigüedad, sino porque sintetizan valores, memorias y modos de vida, convirtiéndose en representaciones de una historia común. Esta percepción compartida actúa como un mecanismo de afirmación cultural. Según **Hall (1990)**, las identidades colectivas se construyen en torno a elementos seleccionados como "símbolos flotantes" o puntos de anclaje emocional. De esta manera, los platos tradicionales funcionan como

signos que condensan una visión del mundo y permiten a los habitantes de Quero reconocerse como parte de una misma cultura culinaria. Esta percepción se refuerza en espacios comunes como festivales, mercados y encuentros familiares, donde los gustos alimentarios, como señala **Bourdieu (1984)**, se definen por la historia social y, a su vez, estructuran las prácticas cotidianas, de esta forma la comida se transforma en un repertorio compartido de significados.

Identificación de la población con la gastronomía local

En adición del reconocimiento colectivo, existe una dimensión personal y subjetiva en la identificación con la gastronomía local. No basta con saber que un plato es típico; es necesario sentir que ese plato refleja nuestra identidad y evoca recuerdos, emociones. En Santiago de Quero, esta identificación se expresa principalmente en las nuevas generaciones, que, a pesar de estar expuestas a otras cocinas, reconocen en ciertos platos el sabor de su infancia y sus raíces. La preparación de estos alimentos en casa, su presencia en celebraciones religiosas y su consumo en días especiales refuerzan el vínculo afectivo con la comunidad. Según **Hall (1990)**, la identidad no es fija, sino un proceso de construcción que se nutre del pasado y se reinterpreta en el presente. La cocina se convierte en un espacio clave para rearticular la memoria, y como afirma **Ricoeur (2000)**, la memoria no solo evoca el pasado, sino que también lo reescribe desde la experiencia presente. Así, fortalecer la relación emocional entre la población y su gastronomía es esencial para conservar la tradición y construir una identidad colectiva dinámica y viva.

Dimensión simbólica

La cocina, más allá de su función alimentaria, es un sistema de símbolos. Cada plato, cada ingrediente, cada técnica de preparación y cada forma de servir contiene significados culturales profundamente arraigados. En este nivel, la alimentación no solo representa quiénes somos como comunidad, sino también cómo nos narramos, cómo proyectamos nuestras creencias, nuestros afectos y nuestras memorias. **Stuart Hall (1990)** sostiene que las identidades culturales son construcciones simbólicas que permiten a los sujetos inscribirse dentro de un sistema de significados. La comida, como práctica cultural, se convierte entonces en un lenguaje: aquello que no siempre se dirá con palabras. En esta lógica, lo simbólico trasciende la materia prima y la técnica, y se ubica en el plano de lo representacional, donde la cocina comunica sentido, pertenencia y memoria.

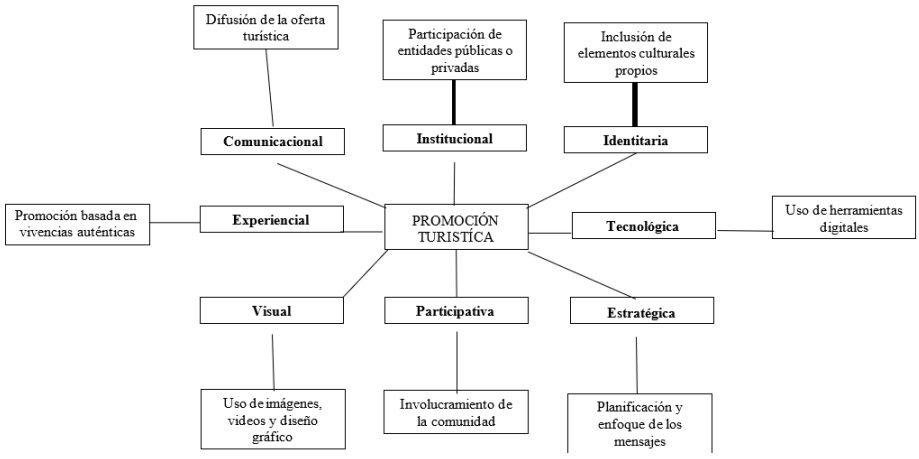
Valor representativo de la cocina

En muchas comunidades rurales andinas, entre ellas las del cantón Quero, los alimentos no se consumen únicamente por necesidad biológica. Su preparación y consumo están vinculados a ciclos agrícolas, fiestas religiosas, conmemoraciones familiares y otros rituales comunitarios. Así, ciertos platos se convierten en signos que articulan tiempos, emociones y sentidos. La cocina como lenguaje simbólico ofrece entonces la posibilidad de proyectar una identidad dinámica, orgullosa de su pasado pero abierta al diálogo con el presente. En este marco, la recuperación y resignificación de lo simbólico en la gastronomía será una estrategia potente para fortalecer el sentido de comunidad y la autoestima colectiva. Como afirma **Paul Connerton (1989)**, la memoria social se encarna en los hábitos corporales, en las prácticas repetidas y en los rituales. La cocina, en este sentido, es una forma de recordar con el cuerpo, de mantener viva una identidad a través de los sentidos. Desde la teoría de **Hall (1990)**, esta memoria culinaria no es fija ni esencialista: es móvil, se resignifica en cada acto de preparación o consumo. De este modo, la identidad culinaria simbólica de Quero no se encierra con una receta inmutable, sino que vive en las adaptaciones, en los nuevos ingredientes, en los reencuentros con los saberes antiguos.

-Desarrollo teórico de la variable dependiente

Figura 2

Constelación de dimensiones– Variable dependiente: Promoción turística



Nota: La figura presenta la constelación de la variable dependiente, organizada a partir de dimensiones y subdimensiones

Promoción turística

La promoción turística no se ideará como un proceso aislado o espontáneo, por eso su efectividad depende, en gran medida, de las estructuras institucionales que la respaldan y sostienen. En este contexto, la dimensión institucional abarca el conjunto de acciones, políticas y articulaciones impulsadas por entidades públicas y privadas que intervienen en el diseño, financiamiento y ejecución de estrategias promocionales. En el cantón Santiago de Quero, esta dimensión adquiere un papel estratégico para fomentar un posicionamiento turístico sostenible y coherente con los valores culturales y las particularidades del territorio.

Dimensión institucional

De acuerdo con **Stuart Hall (1990)**, la identidad cultural no constituye una esencia fija, sino una construcción relacional e histórica configurada dentro de estructuras discursivas, políticas y sociales. Bajo esta perspectiva, las instituciones no solo regulan la práctica turística, sino que también actúan como mediadoras simbólicas que determinan qué aspectos del territorio se representan, cómo se comunican y a quién se dirigen. Por ello, la promoción turística institucional no es un proceso neutral: está cargada de decisiones, ideologías y silencios que influyen directamente en la forma en que se proyecta la identidad cultural de una comunidad.

Participación de entidades públicas y privadas

Las instituciones estatales y privadas desempeñan un papel fundamental en la promoción turística con enfoque territorial. En Ecuador, el Ministerio de Turismo, los gobiernos autónomos descentralizados (GADs) y las cámaras de turismo lideran estas acciones, aunque en cantones pequeños como Santiago de Quero suelen verse limitadas por la falta de recursos técnicos y financieros. Por ello, es necesario fortalecer las alianzas interinstitucionales que permitan construir una visión compartida del valor turístico del territorio. La promoción no pertenecerá únicamente en el municipio o en emprendedores individuales, sino en una red de actores que contribuyan desde sus competencias a una propuesta turística.

Como señala **Bessière (1998)**, el turismo alimentario y patrimonial requiere del reconocimiento institucional para pasar del ámbito doméstico al mercado cultural. En este sentido, las instituciones tienen un papel clave en la formación de capacidades, la creación de normativas que respalden la oferta gastronómica y el diseño de campañas que integren la cultura, la agricultura y la educación. Desde la perspectiva de **Hall (1990)**, las instituciones también moldean las narrativas identitarias que definen cómo se representa el territorio. Por tanto, es esencial que promuevan discursos que valoren la diversidad cultural y alimentaria de Quero y eviten enfoques genéricos o estereotipados.

La falta de políticas claras que reconozcan la gastronomía como parte del atractivo turístico limita el potencial del cantón. Aunque existen esfuerzos aislados, como ferias o eventos locales, aún no se articulan en una estrategia sólida. Se requiere una institucionalidad comprometida que considere la gastronomía no solo como un recurso, sino como un eje transversal para el desarrollo turístico y la identidad local.

Dimensión identitaria

La promoción turística no solo comunica destinos, sino que también construye imágenes, símbolos y relatos que dan forma a la percepción del territorio. En este proceso, la identidad cultural se convierte en un elemento esencial, debido a las audiencias internas y externas en reconocer los rasgos únicos de una localidad. Esta dimensión se refiere a la manera en que la promoción turística integra los elementos culturales propios del cantón como sus sabores, prácticas culinarias, vestimentas, lenguas, mitos, paisajes y personajes para crear una narrativa auténtica y diferenciadora.

Desde la perspectiva de **Stuart Hall (1990)**, la identidad cultural es una construcción simbólica e histórica que se genera en el proceso mismo de representación. No es algo que se "posee", sino que se construye a través de los relatos que una comunidad crea sobre sí misma y los que otros elaboran sobre ella. Por ello, una promoción turística basada en la identidad no solo difunde un destino, sino que también proyecta significados y emociones que moldean su imagen ante el público.

Inclusión de elementos culturales propios

En Santiago de Quero, la promoción turística incorporará elementos culturales que reflejen auténticamente la identidad del territorio, especialmente en el ámbito

gastronómico. Esto implica visibilizar prácticas culinarias, valorar ingredientes locales, rescatar utensilios tradicionales y destacar las historias de quienes transmiten estos saberes. Cuando la promoción se limita a formatos genéricos de marketing, pierde la oportunidad de conectar con el visitante; en cambio, al integrar referentes locales —como platos típicos, ferias, procesos agrícolas o recetas ancestrales— se fortalece la autenticidad del mensaje.

Como señala **Montanari (2006)**, la comida no es solo un hecho biológico, sino un acto social y narrativo que condensa la historia y la identidad de un pueblo. Por ello, la inclusión de elementos culturales no se verá como un simple recurso visual, sino como una estrategia comunicativa que revitaliza el sentido de pertenencia local. En palabras de **Hall (1990)**, toda representación implica decisiones de poder: qué se muestra, quién lo muestra y cómo se muestra. Incluir la cultura culinaria de Quero en las estrategias promocionales supone, entonces, proyectar un relato propio que revalorice lo cotidiano y dispute sentidos frente a narrativas turísticas homogéneas. Solo una promoción construida desde la comunidad, con sus voces y realidades, garantizará una comunicación auténtica, coherente y sostenible.

Dimensión tecnológica

La transformación digital ha modificado profundamente la manera en que se produce, consume y comunica el turismo. En este nuevo escenario, las herramientas tecnológicas se han convertido en mediadoras fundamentales para la representación del territorio, especialmente en lo referente a la gastronomía como manifestación cultural. Esta dimensión aborda el uso de medios digitales como redes sociales, plataformas web, códigos QR, realidad aumentada y otras innovaciones para la difusión de los valores turísticos y culturales del cantón Santiago de Quero.

Desde la perspectiva de **Hall (1990)**, la identidad cultural se entrecruza con los sistemas de representación, esto implica que las tecnologías, como plataformas discursivas, también participan activamente en la producción de significados. En este sentido, los dispositivos digitales no solo transmiten información, sino que configuran las formas en que un territorio se presenta y es percibido por los públicos. Por tanto, la tecnología adquiere un valor que trasciende lo meramente funcional: se convierte en una herramienta simbólica y política dentro de la promoción turística, capaz de proyectar la identidad

cultural del cantón a través de nuevos lenguajes y formatos que potencian su visibilidad y autenticidad.

Uso de herramientas digitales

El uso de tecnologías digitales representa una oportunidad estratégica para posicionar a Santiago de Quero en el ámbito turístico, especialmente por su tamaño reducido y su fuerte identidad local. Las redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok o YouTube permiten difundir recetas tradicionales, entrevistas con portadores de saberes y recorridos por mercados locales. Esta difusión permite alcanzar audiencias amplias a bajo costo. Estas plataformas fomentan una promoción interactiva donde la comunidad deja de ser espectadora y se convierte en creadora de contenido, por eso coincide con la visión de **Canclini (1995)** sobre las culturas híbridas, en las que la tecnología revitaliza las tradiciones sin despojarlas de su sentido.

Para aprovechar estas herramientas de manera efectiva, es necesario que las instituciones y actores turísticos desarrollen competencias digitales y estrategias coherentes con contenidos de calidad que transmitan los valores e historias del territorio. Recursos como códigos QR, menús interactivos o aplicaciones con rutas gastronómicas se ampliará a la experiencia del visitante y generarán un turismo más inmersivo.

Como plantea **Hall (1990)**, la identidad cultural se construye en el tránsito entre lo local y lo global; así, la tecnología permite proyectar la gastronomía de Quero al mundo, convirtiéndola en una herramienta poderosa para difundir su identidad cultural de forma auténtica y contemporánea.

Dimensión estratégica

La promoción turística contestará a una planificación construida desde el conocimiento profundo del territorio y de los imaginarios que se busca proyectar. En esta dimensión se analizan las formas en que los mensajes promocionales se diseñan, estructuran y orientan para alcanzar objetivos concretos, sin perder la autenticidad cultural que caracteriza al cantón Santiago de Quero. La estrategia no es solo una técnica comunicacional, sino también una herramienta política y simbólica que define qué aspectos se visibilizan y cuáles se omiten en la construcción del destino.

Según **Stuart Hall (1990)**, los significados no existen de manera aislada, sino que se producen en contextos históricos y sociales a través de estructuras discursivas. En este marco, la estrategia comunicacional funciona como un dispositivo que configura la identidad del territorio ante los públicos locales, nacionales e internacionales. Por tanto, el diseño estratégico de la promoción turística no solo busca atraer visitantes, sino también representar de manera digna, coherente y auténtica a la comunidad que da vida al cantón.

Planificación y enfoque de los mensajes

En Santiago de Quero, el diseño estratégico de las campañas turísticas partirá de una comprensión integral del territorio que considere sus valores, y memorias. La planificación involucrará a instituciones públicas, asociaciones comunitarias y emprendimientos privados en la definición de objetivos, públicos meta, mensajes clave y canales de difusión. Uno de los principales riesgos en territorios pequeños es adoptar modelos externos que no reflejan su realidad. Esta práctica resulta en campañas genéricas y desvinculadas de la identidad local. Como señala **Borrero (2013)**, la planificación turística se construirá "desde adentro", que respete las particularidades del territorio y equilibre los objetivos económicos, sociales y culturales.

Los mensajes tendrán un enfoque narrativo coherente, más allá de invitar a "visitar Quero"; transmitirá qué lo hace único, qué historias y sabores lo caracterizan, y qué emociones despiertas. Asimismo, la estrategia considerará la temporalidad y aprovechará los momentos simbólicos del calendario local, como festividades y cosechas. Desde la perspectiva de **Hall (1990)**, toda comunicación es una "puesta en escena" de la identidad; por ello, las campañas evitarán el folclorismo superficial y centrarse en representar procesos vivos y voces locales. La planificación, en este sentido, serán una herramienta sensible que proyecte al cantón con autenticidad, creatividad y respeto por su identidad cultural.

Dimensión participativa

Uno de los pilares esenciales para una promoción turística sostenible y con identidad es la participación activa de la comunidad. Esta dimensión va más allá de la consulta simbólica o del uso de la imagen de la población local en materiales promocionales; implica una inclusión real de los habitantes en la toma de decisiones, en la creación de

contenidos y en la representación del territorio. En este sentido, el cantón Santiago de Quero promoverá procesos que empoderen a su gente para que se conviertan en narradores de su historia, guardianes de su cocina y promotores de su identidad cultural.

De acuerdo con **Stuart Hall (1990)**, las identidades no son estáticas ni dadas, sino que se construyen en el marco de relaciones sociales y procesos de representación. Por ello, una promoción turística sin participación comunitaria corre el riesgo de proyectar una identidad impuesta o meramente comercial, en lugar de reflejar de manera genuina las vivencias, los sentimientos y los valores de las personas como parte de su territorio.

Involucramiento de la comunidad

El involucramiento comunitario en la promoción turística parte del reconocimiento de que los habitantes poseen saberes, memorias y prácticas que conforman la base de la identidad del cantón. La cocina, más que una tradición o una actividad económica, es un espacio de socialización y transmisión oral que refleja el patrimonio vivo de Santiago de Quero. Incluir a cocineras, agricultores, artesanos y portadores de saberes en las campañas turísticas no es un gesto simbólico, sino una necesidad estructural para construir discursos auténticos.

Según **Barrera (2019)**, la participación comunitaria fortalece la apropiación territorial y genera sentido de pertenencia, elementos esenciales para la sostenibilidad turística. Este involucramiento será inclusivo, que llegue a integrar a mujeres, jóvenes, adultos mayores y personas con saberes tradicionales, que fomentan la continuidad cultural y la proyección de la identidad con orgullo y naturalidad.

Como advierte **Hall (1990)**, toda identidad implica una lucha por el reconocimiento; por ello, la participación comunitaria tiene un valor político y simbólico: cuando los habitantes se ven representados con dignidad en materiales promocionales, se fortalece su autoestima cultural y su sentido de pertenencia. En definitiva, la participación se basará en el respeto, el diálogo y la co-creación, que garantiza una promoción auténtica, sostenible y profundamente significativa.

Dimensión visual

En el contexto actual, donde la imagen se ha convertido en un medio central de comunicación, la dimensión visual de la promoción turística adquiere una importancia

estratégica. Fotografías, videos, afiches, colores, tipografías y demás elementos gráficos no solo embellecen la oferta turística, sino que construyen significados, generan expectativas e influyen en la manera en que un territorio es percibido. Por ello, el uso de recursos visuales será coherentes con la identidad cultural que se busca proyectar y con los valores que la comunidad de Santiago de Quero desea compartir con el mundo.

De acuerdo con **Stuart Hall (1990)**, las representaciones visuales son esenciales en la construcción de identidad, pues median entre la cultura y el significado. En este sentido la forma en que se muestra desempeña un papel decisivo en la reproducción de sentidos culturales. Las imágenes utilizadas en la promoción turística, por tanto, no son neutras: si no que se refuerza con estereotipos o, por el contrario, dignificar y empoderar a la comunidad. De ahí la necesidad de una comunicación visual sensible, auténtica y respetuosa de la identidad cultural del territorio.

Uso de imágenes, videos y diseño gráfico

El componente visual de la promoción turística de Santiago de Quero se construirá desde una perspectiva sensible, inclusiva y fiel a la realidad del territorio. Las imágenes no mostrarán solo los atractivos naturales, sino también los rostros de la gente, las manos que cocinan y la vida cotidiana del campo, que transmiten la| autenticidad y emoción. Los videos evitarán la espectacularización de la cultura local y, como señala **Canclini (1995)**, representar la cultura como una práctica viva, no como una postal. Mostrar una cocina campesina con respeto resulta mucho más significativo que un plato estilizado en estudio.

El diseño gráfico, por su parte, se inspirará en elementos del entorno local como colores de la naturaleza, formas de tejidos tradicionales, íconos de frutas o utensilios para construir una identidad visual auténtica y diferenciada. Según **Fontanille (2001)**, la visualidad es un espacio simbólico donde se define qué se muestra y qué se oculta para dignificar la cultura local. Como advierte **Hall (1990)**, toda representación visual es una construcción que se justifica o se distorsiona en identidades. Por ello, el diseño se realizará en diálogo con la comunidad, que traduzca sus códigos culturales en recursos gráficos significativos que no solo atraigan al visitante, sino que también representen con dignidad al territorio.

Dimensión experiencial

En un contexto donde los turistas ya no buscan únicamente observar, sino también vivir experiencias auténticas, la dimensión experiencial adquiere un papel fundamental en la promoción turística. Esta dimensión se centra en la creación y comunicación de vivencias reales, donde el visitante deja de ser un espectador pasivo para convertirse en un participante activo dentro de la cultura local. En el cantón Santiago de Quero, estas experiencias se vinculan profundamente con la identidad culinaria, las costumbres y la vida cotidiana de sus habitantes.

Desde la perspectiva de **Stuart Hall (1990)**, la identidad cultural no es una esencia fija, sino un proceso dinámico que se construye a lo largo del tiempo a partir de la historia y la experiencia vivida. En este sentido, las experiencias turísticas no solo muestran la cultura, sino que permiten habitarla temporalmente y formar parte de ella, aunque sea por un breve momento. Así, la promoción experiencial se convierte en una herramienta clave para fortalecer los lazos entre el visitante y la comunidad, que llega integrar a la identidad culinaria como un componente central del valor turístico de Quero.

Promoción basada en vivencias auténticas

Las experiencias más valiosas que ofrece el cantón Santiago de Quero no se encuentran en lo artificial, sino en lo cotidiano y genuino: compartir una jornada en una cocina tradicional, participar en una minga, recolectar productos en una huerta familiar o preparar un plato típico como el yahuarlocro o el ají de cuy. Estas vivencias permiten al visitante conectar emocionalmente con el territorio. Según **Pine y Gilmore (1999)**, las experiencias adquieren valor cuando son auténticas, y esta autenticidad se construye a partir de interacciones sinceras y hospitalidad real.

Promocionar a Quero desde lo experiencial implica visibilizar a sus verdaderos protagonistas: las cocineras tradicionales, los agricultores, los jóvenes que rescatan recetas y los ancianos que transmiten historias culinarias. Las estrategias comunicarán y el visitante podrá hacer, sentir, probar y aprender, como plantean **Urry y Larsen (2011)**. Desde la mirada de **Hall (1990)**, la identidad se construye en el reconocimiento del otro, y al invitar al turista a participar de la vida local, se genera un intercambio simbólico que transforma a ambos. La promoción experiencial, por tanto, contará la vida real del cantón

con respeto y sensibilidad, que proyecta su autenticidad como un valor central de su identidad turística.

Dimensión comunicacional

La dimensión comunicacional actúa como el hilo articulador que permite que todas las demás dimensiones visual, identitaria, experiencial e institucional se integren y lleguen efectivamente a los públicos. Esta dimensión trasciende el simple acto de emitir mensajes, para convertirse en un proceso de construcción de sentidos compartidos. En el ámbito turístico, comunicar no consiste únicamente en informar sobre una oferta, sino en transmitir el alma del territorio, sus valores, su historia y su identidad colectiva. De acuerdo con **Stuart Hall (1990)**, los procesos comunicativos son fundamentales en la construcción de las identidades culturales, puesto que posibilitan la circulación de significados. En este sentido, la comunicación turística adquiere un papel político y simbólico: se reforzará las narrativas comunitarias al territorio. Por ello, es esencial que la comunicación refleje de manera auténtica quiénes somos como comunidad, y no el resultado que otros esperan.

Difusión de la oferta turística

En Santiago de Quero, la comunicación de su identidad culinaria como atractivo turístico se construirá desde la autenticidad, que muestra su verdadera esencia y se conecta emocionalmente con el público. No se trata de exagerar virtudes, sino de narrar con sensibilidad los valores, costumbres y sabores que definen al cantón. La estrategia comunicacional se integrarán medios tradicionales, como la radio o las ferias, con herramientas digitales redes sociales, blogs y videos que amplíen el alcance del mensaje.

Como afirma **McLuhan (1964)**, “el medio es el mensaje”, debido a la forma de comunicar. Las imágenes, los relatos y los tonos reflejarán el espíritu del territorio, que destaca a las personas y sus saberes. Asimismo, la comunicación se adaptará a distintos públicos, nacionales o extranjeros, jóvenes o adultos, con mensajes empáticos que respondan a sus intereses. Desde la perspectiva de **Hall (1990)**, todo mensaje surge desde una posición simbólica; por ello, cuando la comunidad participa en la construcción de su propia narrativa, la comunicación se convierte en un acto de autodeterminación. Así, la promoción turística no solo difunde una oferta, sino que proyecta una identidad viva, basada en la memoria culinaria y el orgullo colectivo de Quero.

1.2 Objetivos

Objetivo general

Investigar la identidad culinaria y la promoción turística en el cantón Santiago de Quero.

Objetivos específicos

- Identificar la identidad culinaria del cantón Santiago de Quero.
- Analizar la promoción turística del cantón Santiago de Quero.
- Proponer un recetario que fortalezca la identidad culinaria y aporte a la promoción turística del cantón Santiago de Quero.

Los objetivos planteados se cumplieron mediante la aplicación de instrumentos que permitieron recopilar información directamente del territorio. Para identificar la identidad culinaria del cantón Santiago de Quero se utilizaron las fichas del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), con las cuales se registraron los platos tradicionales, sus ingredientes y técnicas de preparación. Para analizar la promoción turística, se aplicaron encuestas dirigidas a los actores involucrados en la gastronomía local, de esta manera se permitió conocer las estrategias de difusión y el nivel de valorización de la cocina tradicional. Finalmente, con base en la información obtenida, se elaboró una propuesta en forma de recetario, que integra los saberes gastronómicos y constituye una estrategia para fortalecer la identidad culinaria y su promoción turística.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Tabla 1

Materiales

N.º	Material	Descripción
1	Cuaderno	Cuaderno para anotaciones
2	Celular	Dispositivo para grabar
3	Cámara fotográfica	Para tomar fotos de platos típicos, lugares, personas
4	Laptop	Equipo para escribir el informe

Nota: Estos materiales fueron necesarios para realizar la investigación

2.2 Métodos

Enfoque

Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo se constituyó como una respuesta a la necesidad de comprender los fenómenos sociales desde su profundidad, contexto y significado. Según **Barrantes (2014)**, esta metodología permitió analizar los hechos en su entorno natural, se priorizó la interpretación de las experiencias, percepciones y saberes de los actores sociales. A diferencia de los métodos cuantitativos, el enfoque cualitativo no buscó medir ni generalizar, sino comprender la realidad desde la perspectiva de los sujetos sociales.

Según **Agrazal (2023)**, la metodología cualitativa permitió la exploración de los procesos sociales de distintos objetos de estudio, se generó conocimientos ricos y contextualizados en función de diversos factores. **Flick (2012)** sostuvo que la fortaleza del enfoque

cualitativo radicó en su capacidad para dar voz a narrativas individuales y colectivas que permitieron captar las complejidades de los significados sociales. La investigación sobre la identidad culinaria y la promoción turística en el cantón Santiago de Quero requirió una aproximación metodológica que reconociera la cocina como una práctica cultural viva. Por ello, el enfoque cualitativo fue el más adecuado para abordar las dimensiones simbólicas, sociales y territoriales de la gastronomía local. Este enfoque hizo posible acceder a las voces de los actores involucrados cocineras, agricultores, emprendedores y habitantes, comprender sus memorias, afectos y percepciones en torno a la comida como elemento identitario, y analizar cómo estos significados se proyectaban en la promoción turística del cantón.

De acuerdo con esta orientación, se adoptó un razonamiento inductivo, que partió de la observación y del diálogo con la comunidad para construir categorías y significados a partir de la experiencia. Esta lógica interpretativa permitió no solo describir la identidad culinaria como una expresión viva del patrimonio intangible, sino también comprender su papel dentro del desarrollo turístico local y su potencial como herramienta de fortalecimiento cultural.

Diseño

Diseño no experimental de tipo transversal

El diseño no experimental se caracterizó por la ausencia de manipulación de los fenómenos estudiados; el investigador observó, describió e interpretó los hechos tal como ocurrieron en su contexto natural. Según **Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014)**, este tipo de diseño fue idóneo cuando se buscó comprender los procesos sociales y culturales sin intervenir en ellos, con el fin de preservar la autenticidad del escenario de estudio. Por su parte, **Anguera et al. (2018)** señalaron que el diseño no experimental permitió captar la complejidad de los fenómenos comunitarios, especialmente cuando se pretendió estudiar prácticas culturales que perderían su esencia si fueran alteradas. Este tipo de diseño posibilitó un acercamiento respetuoso a las realidades locales, pues valoró la dinámica del entorno y las experiencias de los actores sociales.

En el contexto de la identidad culinaria y la promoción turística en el cantón Santiago de Quero, el diseño no experimental resultó pertinente porque permitió abordar la realidad tal como se presentó, sin modificar las prácticas ni las percepciones culturales que

conformaban el patrimonio alimentario local. Este diseño posibilitó recoger la voz de la comunidad, sus saberes y expresiones vinculadas a la cocina tradicional, así como analizar las formas de promoción turística que se aplicaban en el territorio, lo que mantuvo la integridad del fenómeno. De esta manera, se evitó la imposición de factores externos y se privilegió una comprensión profunda y contextualizada, acorde con la complejidad cultural que demandaba el estudio.

El diseño transversal, por su parte, se definió como aquel que recolectó información en un único momento temporal, lo que ofreció una visión puntual de la realidad investigada **(Hernández Sampieri et al., 2014). Anguera et al. (2018)** explicaron que los estudios transversales eran adecuados para investigaciones exploratorias y descriptivas que buscaban comprender cómo se manifestaban ciertos fenómenos en un contexto determinado. En este sentido, el diseño transversal resultó idóneo para la investigación de la identidad culinaria y la promoción turística en Santiago de Quero, dado que permitió captar la situación actual de estos procesos culturales en el territorio. A través de este diseño se recogió información de la comunidad y de los actores vinculados a la gastronomía local en un solo periodo, lo que permitió obtener una comprensión integral que reflejó las percepciones, prácticas y estrategias relacionadas con la cocina tradicional y su promoción turística. De este modo, se construyó un diagnóstico coherente que sirvió de base para futuras acciones y estudios en el cantón.

Alcance

Alcance Investigativo – Estudio de Caso

El estudio de caso fue un diseño de investigación cualitativa que permitió comprender un fenómeno dentro de su contexto real, considerando su complejidad y particularidades. **Yin (2003)** lo definió como una estrategia metodológica que analizaba situaciones concretas en profundidad, especialmente útil cuando las fronteras entre el fenómeno y el contexto no estaban claramente delimitadas. Este método no se limitó a describir hechos, sino que buscó interpretar cómo las personas vivían, construían y significaban sus experiencias. Por su parte, **Stake (2007)** sostuvo que el estudio de caso posibilitaba una exploración intensiva enriquecida con múltiples fuentes de información, lo que ofrecía una visión holística y contextualizada del objeto de estudio.

En la presente investigación, el estudio de caso se aplicó para comprender la relación entre la identidad culinaria y la promoción turística en el cantón Santiago de Quero, con el fin de ubicar la gastronomía dentro de su entorno cultural y territorial. Este alcance permitió recuperar las voces de los actores locales cocineras, agricultores, emprendedores y autoridades, así como interpretar los significados sociales que la comunidad atribuía a la cocina tradicional como parte de su patrimonio vivo. Según **Stake (2007)**, esta herramienta metodológica favoreció una aproximación cercana y profunda a las prácticas cotidianas, lo que permitió visibilizar saberes, expresiones y dinámicas culturales que habían sido poco reconocidas en los discursos turísticos convencionales. De esta manera, el estudio de caso contribuyó a comprender el valor simbólico y social de la identidad culinaria y su potencial dentro del desarrollo turístico local.

-Alcance territorial

Figura 3

Mapa del cantón



Nota. Se presenta la parroquia la matriz dentro del cantón Santiago de Quero

El cantón Santiago de Quero, situado en la provincia de Tungurahua, en la región Sierra del Ecuador, se distinguía por su riqueza natural, histórica y cultural. Su territorio abarcaba 173 km² y estaba conformado por una diversidad geográfica que iba desde los 2.795 hasta los 4.430 msnm, lo que le otorgaba una variedad de microclimas y paisajes andinos. La población quereña, según el Censo del INEC 2022, ascendía a 19.084 habitantes. Este territorio se caracterizaba por un fuerte vínculo con sus tradiciones ancestrales, que se expresaban en festividades religiosas, danzas, gastronomía y

actividades artesanales. Quero contaba con un entorno natural privilegiado, con montañas, miradores, cascadas y cerros como el Igualata y Shaushi, que fortalecían su vocación turística. Su economía se basaba principalmente en la agricultura, siendo el primer productor nacional de cebolla blanca y uno de los principales productores de papa. A lo largo de su historia, Quero había sido escenario de importantes procesos sociales, religiosos y productivos que habían forjado una identidad resiliente y comunitaria. La combinación de estas características convertía al cantón en un espacio representativo de los Andes ecuatorianos, en donde la cultura, la naturaleza y la vida rural se entretejían cotidianamente.

La investigación se centró en la parroquia La Matriz, cabecera cantonal de Quero, que concentraba la mayor extensión territorial del cantón con 92,9 km² y constituía el núcleo administrativo, económico y cultural del territorio. Su altitud promedio era de 2.951 msnm y presentaba un clima templado andino que favorecía tanto la vida urbana como las actividades agrícolas. Esta parroquia poseía una infraestructura más consolidada y era el centro de las principales festividades locales, como las celebraciones en honor a la Virgen del Monte, lo cual la convertía en un espacio estratégico para observar las dinámicas culturales y su vínculo con la identidad culinaria y el turismo.

Históricamente, La Matriz había sido el escenario de procesos significativos para el desarrollo del cantón. Aquí se situaba el santuario de la Virgen del Monte, centro de devoción y peregrinación con más de tres siglos de tradición, así como espacios clave del comercio local y de las expresiones artesanales. La parroquia mantenía viva la tradición de los cuchareros y era sede de ferias productivas que reunían a productores de toda la zona. Estas condiciones hicieron de La Matriz el lugar idóneo para aplicar esta investigación, al concentrar prácticas culturales, identidad productiva y flujos turísticos que permitieron observar con claridad la relación entre la identidad culinaria y la promoción turística.

Población y Muestra

La población objeto de estudio estuvo conformada por los residentes de la parroquia La Matriz, cabecera cantonal del cantón Santiago de Quero, en la provincia de Tungurahua. Esta parroquia representó el centro administrativo, económico y cultural del cantón, donde se desarrollaban las principales actividades gastronómicas y turísticas. Se estimó

una población aproximada de 14.000 habitantes, de la cual se seleccionó únicamente a quienes mantenían una relación directa con la gastronomía local, ya fuera mediante la preparación, producción, comercialización o promoción de alimentos tradicionales.

La muestra final estuvo integrada por 20 actores sociales vinculados a la cocina tradicional del territorio. Este grupo incluyó a cocineras patrimoniales, productores locales y dueños de restaurantes, cuyos conocimientos y experiencias aportaron información esencial para comprender la identidad culinaria del cantón. La selección de estos participantes respondió a su rol activo dentro de la cadena gastronómica del territorio y a su capacidad para brindar testimonios relevantes sobre las prácticas, significados y formas de transmisión de la cocina tradicional.

Tipo de muestreo

El tipo de muestreo empleado fue no probabilístico por juicio o intencional, adecuado para investigaciones de carácter cualitativo. Según **Vasilachis de Gialdino (2006)**, este tipo de muestreo se fundamenta en la elección deliberada de participantes que poseen conocimientos o experiencias significativas en torno al fenómeno estudiado. En esta investigación, el criterio del investigador permitió identificar a los actores más representativos de la gastronomía local, garantizando así la pertinencia y profundidad de la información obtenida.

La utilización de un muestreo por juicio respondió a la necesidad de priorizar la riqueza de los testimonios sobre la cantidad de participantes. Este método facilitó la recopilación de datos profundos y contextualizados, que contribuyeron a interpretar la identidad culinaria de Santiago de Quero desde las voces de quienes la viven cotidianamente y a analizar su articulación con la promoción turística.

Tabla 2

Tabla de Actores

Grupo de actores sociales	Total en el cantón	Participantes	Argumento de selección
Dueños de restaurantes	25	5	Restaurantes que ofrecen comida tradicional
Cocineros	35	5	Personas con experiencia en cocina tradicional
Productores	50	10	Agricultores que proveen insumos
Total	110	20	

Nota. Esta tabla se elaboró con base en el conocimiento del contexto local y de los datos obtenidos del Catastro Turístico Nacional del Ministerio de Turismo del Ecuador **(Ministerio de Turismo, 2023)**.

En base al checklist aplicado a los restaurantes de la parroquia La Matriz incluido en los anexos se identificaron los establecimientos que ofrecían comida tradicional. A partir de estos restaurantes seleccionados se determinó también el grupo de cocineros que participaron en la investigación, dado que ellos representaban a los portadores directos de las prácticas culinarias locales. Asimismo, los productores incluidos en la muestra se eligieron considerando su vínculo con estos establecimientos, pues eran quienes abastecían de ingredientes locales y materias primas para la elaboración de los platos tradicionales.

Técnicas

Observación Participante (Etnográfica)

Para la recolección de datos se empleó la técnica de observación participante, propia de los estudios etnográficos, que permitió registrar las prácticas culturales en su contexto natural. Según **Flick (2012)**, la observación participante posibilitó al investigador comprender los significados sociales desde dentro de la comunidad, a través de la inmersión en los espacios donde las acciones cobraban sentido. Esta técnica fue directa, pues implicó la presencia activa del investigador en el entorno; fue de campo, porque se aplicó in situ en ferias, cocinas, huertos y celebraciones comunitarias; y fue estructurada,

dado que la información se registró mediante las fichas del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), diseñadas para documentar los platos, ingredientes y técnicas tradicionales.

Su aplicación fue fundamental para identificar la identidad culinaria del cantón Santiago de Quero, tras observar cómo las prácticas alimentarias, los saberes ancestrales y los valores simbólicos se expresaban y se transmitían dentro de la comunidad. De esta forma, la observación participante permitió interpretar la cocina no solo como una práctica material, sino como una manifestación viva de la cultura local.

Encuesta

Asimismo, se utilizó la técnica de encuesta, entendida como un instrumento de diálogo orientado a recoger percepciones, experiencias y valoraciones de los actores involucrados. De acuerdo con **Vasilachis de Gialdino (2006)**, la encuesta cualitativa buscó generar un intercambio comunicativo que permitiera acceder a las interpretaciones que las personas construían sobre su realidad, sin imponer categorías predeterminadas. Esta técnica fue directa y se aplicó mediante contacto personal con los participantes; fue estructurada, porque se apoyó en un cuestionario previamente validado con preguntas abiertas; y fue de campo, puesto que se ejecutó en los espacios de trabajo o residencia de los informantes.

La encuesta se aplicó a los actores sociales seleccionados cocineras tradicionales, productores locales y dueños de restaurantes con el propósito de analizar la promoción turística del cantón y comprender cómo la gastronomía local se integraba en las estrategias de difusión. Este recurso permitió recoger testimonios auténticos y construir una visión colectiva sobre el valor de la cocina como atractivo turístico y como expresión identitaria de la comunidad.

Instrumentos

Fichas del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC)

Las fichas del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) constituyeron un instrumento técnico utilizado para registrar, sistematizar y documentar los elementos del patrimonio cultural inmaterial de una comunidad. Según el **INPC (2015)**, estas fichas permitieron identificar y describir las manifestaciones culturales, sus portadores,

contextos, usos y significados, con el fin de garantizar su preservación y valoración. En el ámbito gastronómico, las fichas recogieron información detallada sobre los platos tradicionales, los ingredientes empleados, las técnicas de preparación, las herramientas utilizadas y las expresiones culturales asociadas a la cocina. Este instrumento resultó pertinente en investigaciones de carácter cualitativo, dado que posibilitó la interpretación de las prácticas alimentarias desde una perspectiva patrimonial, social y simbólica.

En esta investigación, las fichas del INPC se aplicaron como medio para identificar la identidad culinaria del cantón Santiago de Quero. Para ello, se realizó un trabajo de campo en los espacios donde se elaboraban y se consumían los platos tradicionales, como cocinas familiares, ferias, restaurantes y celebraciones locales. Durante la observación participante, el investigador registró los datos correspondientes a cada preparación, que incluían su denominación, historia, ingredientes, técnicas, contexto cultural y valor simbólico. La información recopilada fue sistematizada y analizada para construir un panorama integral de la gastronomía quereña, que permitió reconocer los saberes y prácticas que conformaban su patrimonio culinario y su relación con la identidad territorial.

Encuesta Abierta

La encuesta abierta fue un instrumento de recolección de información propio del enfoque cualitativo, orientado a comprender los significados, percepciones y experiencias de los participantes frente a un fenómeno social. Según **Flick (2012)**, las encuestas cualitativas permitieron explorar la realidad desde la perspectiva de los sujetos, a través de un diálogo flexible y reflexivo que favoreció la interpretación de los discursos y contextos culturales. Este tipo de instrumento se diferenció de los cuestionarios estructurados porque promovió respuestas abiertas, espontáneas y contextualizadas, que enriquecieron el análisis de la información obtenida. En el marco de la presente investigación, la encuesta abierta resultó idónea para conocer las valoraciones de la población acerca de la promoción turística y el papel que cumplía la gastronomía tradicional en la identidad del cantón Santiago de Quero.

En este estudio, la encuesta se aplicó a actores sociales vinculados con la gastronomía local, como cocineras tradicionales, comerciantes de comida típica, productores agrícolas

y representantes institucionales relacionados con el turismo. Las preguntas buscaron identificar cómo se percibía la promoción de la cocina tradicional, el grado de participación comunitaria, la integración de los elementos culturales en la comunicación turística y las oportunidades de mejora. Debido al contexto laboral de los encuestados, las respuestas fueron breves y directas, sin perder la profundidad de sus percepciones. La información obtenida permitió analizar el desaprovechamiento de la identidad culinaria en la promoción turística y se validó con las experiencias y opiniones de quienes vivían cotidianamente la realidad gastronómica del cantón.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados

Variable independiente

A continuación, se presentan los resultados que se obtuvieron mediante la aplicación de nueve Fichas de Inventario A4 del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) Las 36 páginas de fichas documentales completas y la evidencia fotográfica de los 9 platos se encuentran disponibles en el Anexo D.

Tabla 3

Análisis y discusión de la variable independiente

Dimensión de la Identidad Culinaria	Análisis Descriptivo	Discusión
Histórico-Cultural	En el análisis se identificó un gran apego a las formas antiguas de preparación que guardan la memoria de la zona. Platos como el **Yahuarlocro** y el **Caldo de 31** muestran la herencia del mestizaje, que mantiene el proceso sin cambios por años, este aspecto se ve en su Baja Sensibilidad al Cambio.	La conservación de las recetas es una estrategia de resistencia simbólica **(Hall, 1990).** La cocina actúa como un archivo vivo donde se reconstruye el pasado. Esto se valida con **Connerton (1989)**, quien explica que la memoria social se mantiene en las prácticas que se repiten.
Simbólica	Se encontró que la comida es un lenguaje que comunica el valor de la	El sistema culinario es un sistema de símbolos **(Hall,**

	comunidad. El **Cuy Asado** y el **Hornado** son símbolos de prosperidad y son la ofrenda más importante. Por otro lado, la **Empanada de Tiesto** representa el trabajo sencillo.	**1990).** Al dar estos significados, la comunidad logra proyectar su identidad, al usar la comida como un relato profundo y diferenciado, que va más allá de solo nutrir.
De pertenencia	Se observó que los platos festivos **Hornado, Cuy Asado** se comen en rituales que unen a las familias y a la comunidad, que sirven como señales de identidad propias del cantón. Se notó que la gente siente que estos platos son "suyos".	Estos platos funcionan como puntos de anclaje emocional y marcadores de pertenencia **(Hall, 1990)**. El consumo en días especiales revalida el sentido de "nosotros" de Quero, que se refuerza el orgullo y el sentido de ser parte de la comunidad.
Territorial-Productiva	El análisis demostró que el menú se apoya directamente en los productos de la zona andina. El **cuy** y la **papa nativa** son la base de la mayoría de los platos, de esta manera se obliga a seguir técnicas de cocción que aseguren la calidad de los ingredientes.	El uso de productos locales es una estrategia de representación **(Hall, 1990)** que comunica la relación fuerte con el entorno. La identidad se crea a partir del lugar, con el fin de asegurar que el sabor sea auténtico y de la zona.
Económica	Se comprobó que las **Tortillas de Yuca con Morcilla, las Cholas Quereñas** y el **Hornado** son los productos más vendidos en la feria del	El saber culinario se convierte en una herramienta estratégica de desarrollo que genera

	domingo. La venta continua es una fuente de ingreso estable para las familias que cocinan.	valor, según **Narváez (2018).** Esta actividad económica reconfigura la identidad al participar en el mercado local sin perder el sentido cultural.
Social-Comunitaria	En el análisis se vio que la transmisión del saber es totalmente social: 100% de las recetas pasan de Padres - Hijos, con las mujeres como las principales encargadas. Esto demuestra que los roles organizan la cocina.	La transmisión por la práctica es un habitus social. La identidad se construye a través de roles sociales **(Hall, 1990)**, donde la conservación de la receta es un acto activo de protección cultural que se maneja desde la organización interna de la comunidad.
Promocional	El análisis mostró que, si bien el patrimonio culinario es muy rico, no existe una difusión formal y organizada. Los platos son conocidos por tradición, pero no por una estrategia de promoción específica y clara impulsada desde el cantón.	La difusión es un acto performativo **(Hall, 1990)** que afirma la pertenencia. La falta de una estrategia de promoción, a pesar de la riqueza encontrada, indica que se desaprovecha este activo clave para darle visibilidad y posicionamiento a Quero.
Turística	Se encontró que el alto valor simbólico y la autenticidad de los platos garantizada por la Baja Sensibilidad al	La autenticidad documentada en las fichas proporciona la base técnica e histórica necesaria para

	Cambio son un gran atractivo para los visitantes.	crear herramientas de difusión que garanticen la correcta transmisión del conocimiento al público externo **(Bessière, 1998).**

Nota: Esta tabla tiene los datos obtenidos de la aplicación del primer instrumento (Fichas INPC)

Análisis

El análisis de la identidad culinaria del cantón Santiago de Quero revela que la gastronomía local funciona como un eje entre memoria, territorio y comunidad. Los datos obtenidos mediante las fichas INPC muestran que las prácticas culinarias del cantón están ligadas a los ciclos agrícolas, a los roles familiares y a un conocimiento tradicional que se mantiene vigente gracias a la transmisión oral y la práctica cotidiana. La presencia de ingredientes locales y técnicas heredadas confirma que la cocina de Quero posee una estabilidad cultural que resiste los cambios que mantiene una fuerte conexión simbólica con la vida rural. Este análisis evidencia que la identidad culinaria no es solo un conjunto de recetas, sino una construcción social en la que une trabajo, historia y afecto, elementos que sostienen el sentido de pertenencia de la comunidad.

Discusión

La discusión de los hallazgos permite comprender que la identidad culinaria de Quero cumple un papel fundamental como patrimonio vivo, pero también como recurso estratégico para el desarrollo local. Aunque las fichas registran prácticas sólidas y profundamente arraigadas, la falta de documentación previa y de mecanismos formales de difusión ha limitado su visibilidad fuera del cantón. Desde la perspectiva de Stuart Hall, la identidad se fortalece cuando es representada; por ello, la ausencia de espacios que proyecten esta gastronomía genera una brecha entre el valor cultural interno y su reconocimiento externo. Esto confirma que la identidad culinaria de Quero tiene un enorme potencial para convertirse en un distintivo territorial, siempre que existan herramientas que permitan narrarla, registrarla y compartirla.

Variable dependiente

A continuación, se presentan los resultados que se obtuvieron la aplicación de una encuesta cualitativa a 20 actores clave del sector. El análisis de las respuestas se enfoca en detectar las debilidades y el desaprovechamiento de la riqueza cultural. Para el análisis, las respuestas se agruparon por las ocho dimensiones de la Promoción Turística. La evidencia visual del trabajo de campo se encuentra disponible en el Anexo D.

Tabla 4

Análisis y discusión de la variable dependiente

Dimensión	Pregunta/Hallazgo	Análisis Descriptivo	Discusión
Institucional	Apoyo oficial y alianzas público-privadas.	El análisis mostró que el apoyo de las autoridades es inestable o muy bajo. Los encuestados ven las alianzas como esenciales para la promoción, pero sienten que no se concretan, y se deja a los actores gastronómicos sin un respaldo formal.	Este vacío de liderazgo concuerda con **Inskeep (1991)**, quien afirma que la falta de apoyo gubernamental genera un obstáculo estructural que paraliza el desarrollo turístico sostenible de un destino.
Identitaria	Inclusión de elementos culturales propios en la promoción.	Se evidenció una contradicción: si bien los platos reflejan totalmente la cultura, la promoción no los utiliza como bandera. La promoción se centra en elementos genéricos, que omiten el rostro de la	La promoción falla en la representación cultural. Según **Hall (1990)**, si la identidad no se proyecta correctamente, el mensaje turístico pierde autenticidad y

		cocinera tradicional y la historia simbólica de la comida.	cae en lo genérico, se desaprovecha la riqueza del patrimonio.
Tecnológica	Uso de herramientas digitales y contenido atractivo.	Se determinó que el uso de redes sociales y sitios web es obsoleto o ineficaz. Los encuestados demandan contenido más atractivo, como videos de preparación y narrativas de las historias detrás de los platos, dado que actualmente no existe.	El turismo moderno exige una presencia digital de calidad **(OMT, 2012).** La carencia en esta área impide la correcta conexión con el turista de experiencias, que reduce el destino a una geografía sin historia ni profundidad.
Estratégica	Planificación y enfoque de los mensajes turísticos.	El consenso es que la planificación es inefectiva. No existe una ruta o un circuito gastronómico claro, y los mensajes no logran diferenciar a Quero de otros cantones. La promoción no está alineada con el alto valor cultural de los platos.	La planificación turística será holística **(García, 2010).** La falta de una estrategia bien definida que use la comida como eje central provoca que el esfuerzo promocional se disperse y no logre el posicionamiento deseado.

Participativa	Participación de la comunidad y formas de involucramiento.	Se constató una baja participación. Los actores sienten que solo son incluidos en eventos para la "foto" y no son consultados en las decisiones clave. La comunidad quiere involucrarse más, como en concursos y talleres.	La participación comunitaria es clave para la sostenibilidad **(OMT, 2012)**. La exclusión de los portadores del saber en la toma de decisiones atenta contra la autenticidad, puesto que el conocimiento es de la comunidad y será promovido desde ella.
Comunicacional	Difusión de la oferta y tipo de campañas efectivas.	Se encontró que la difusión es muy limitada, apenas se alcanza la provincia y no llega al turista nacional. Los encuestados creen que las campañas se enfocarían en el afecto y la calidez del hogar.	La comunicación turística será emocional **(Urry, 2002)**. Al no lograr un mensaje que trascienda la geografía y se centre en el sentimiento (como el afecto de la cocinera), la promoción falla en crear un deseo de viajar al destino.
Visual	Importancia de la imagen y	Hay un acuerdo total en que la imagen es vital "La presentación es el primer bocado". Sin	La calidad visual es determinante para el éxito promocional. Según **Bessière**

	elementos visuales clave.	embargo, se usan pocas imágenes de calidad, y las que existen no se centran en los elementos más valiosos: el proceso de cocción y el rostro de la cocinera.	**(1998)**, la promoción se enfocará en los elementos que transmiten la autenticidad y la experiencia humana, algo que los materiales visuales actuales no logran.
Experiencial	Influencia de vivencias auténticas y tipos de experiencias valiosas.	Se confirmó que la promoción basada en vivencias es la tendencia más fuerte. La comunidad sugiere ofrecer talleres prácticos y actividades de inmersión total por ello se respalda la necesidad de formalizar la información.	El turismo gastronómico se basa en la experiencia total **(Montanari, 2006)**. La falta de una oferta que permita al turista interactuar con el producto (la tierra, el proceso, la cocinera) es la mayor brecha de la promoción actual.

Nota: Esta tabla tiene los datos obtenidos de la aplicación del segundo instrumento (Encuesta abierta)

Análisis

El análisis de la promoción turística del cantón Santiago de Quero muestra que existe una desconexión entre la riqueza cultural del territorio y las acciones de difusión que actualmente se realizan. Las respuestas de los actores locales revelan que la comunicación turística carece de continuidad, planificación y enfoque identitario, lo que hace que la gastronomía tradicional no ocupe un lugar destacado dentro de la oferta. Aunque las redes

sociales y otros medios digitales están disponibles, su uso es limitado. Esto evidencia que, a pesar del interés de la comunidad por impulsar su gastronomía, la ausencia de coordinación institucional y de herramientas técnicas afecta la visibilidad del cantón.

Discusión

La discusión de los resultados permite comprender que el principal desafío de la promoción turística en Quero no es la falta de patrimonio, sino la falta de discursos que lo articulen. Según Hall, la identidad se constituye en el acto de representación, y en este caso, la escasa presencia de la gastronomía en los materiales promocionales debilita su posicionamiento como atractivo turístico. La comunidad reconoce el valor de sus saberes culinarios, pero la ausencia de estrategias institucionales, contenidos visuales atractivos y productos comunicacionales consistentes genera un desaprovechamiento evidente del potencial gastronómico del cantón. Los hallazgos confirman que el turismo local necesita una promoción más participativa, planificada, capaz de vincular la cocina tradicional con experiencias significativas para los visitantes. Este escenario justifica la necesidad de herramientas como el recetario, que permitan integrar identidad culinaria y promoción turística en un solo instrumento visual, educativo y representativo del territorio

3.2 Verificación de hipótesis

Se realiza la verificación de la hipótesis conforme a la metodología cualitativa declarada; es decir, mediante un contraste interpretativo entre los resultados obtenidos con las fichas INPC y las encuestas aplicadas. Los hallazgos evidencian que, aunque la identidad culinaria del cantón es sólida y ampliamente practicada por la comunidad, esta no se integra de manera efectiva en las estrategias de promoción turística, lo que confirma la hipótesis inicial sobre el desaprovechamiento de este patrimonio en los procesos de difusión del territorio.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Se presentan las conclusiones obtenidas del proceso investigativo, las cuales responden al cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos planteados.

La investigación permitió demostrar que la identidad culinaria de Santiago de Quero constituye un patrimonio cultural vivo, sostenido por prácticas tradicionales, ingredientes locales y saberes transmitidos de generación en generación. Las fichas INPC confirmaron que la gastronomía quereña mantiene una baja sensibilidad al cambio, lo que evidencia su autenticidad y su valor como expresión de memoria colectiva y pertenencia territorial.

Asimismo, se concluye que la promoción turística del cantón no integra de manera efectiva su cocina tradicional, lo que genera un desaprovechamiento de este recurso cultural. Los actores locales reconocen el potencial turístico de la gastronomía; sin embargo, señalaron la falta de estrategias institucionales, contenidos digitales atractivos y acciones de difusión sostenidas que permitan posicionar estos platos como parte de la oferta turística.

Finalmente, se confirma que la ausencia de herramientas formales de registro y difusión contribuye a esta brecha entre identidad y promoción. Por ello, la elaboración del recetario “Sabores y Saberes de la Gastronomía de Quero” surge como una propuesta pertinente y necesaria para fortalecer el orgullo local, visibilizar el patrimonio culinario y proporcionar un instrumento accesible que aporte a la promoción turística del cantón desde una mirada cultural, participativa y auténtica.

4.2 Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos y las conclusiones formuladas, se presentan una serie de recomendaciones.

Se recomienda que se fortalezca la identidad culinaria a través de espacios comunitarios donde las recetas, técnicas y saberes tradicionales puedan compartirse y mantenerse vivos en la memoria colectiva. Este tipo de encuentros permite que el conocimiento no se pierda y que las nuevas generaciones valoren la cocina local.

También se considera necesario que la promoción turística incorpore de forma más visible y constante la gastronomía del cantón, que aprovecha los contenidos visuales, relatos culturales y herramientas digitales que transmitan la autenticidad de los platos tradicionales. Una comunicación más coherente mejorará la imagen del territorio y atraer a visitantes interesados en conocer su cultura.

Finalmente, se reconoce el valor del recetario elaborado en esta investigación como un recurso que servirá tanto para fines culturales como turísticos. Su uso en escuelas, ferias, actividades comunitarias y plataformas digitales podría contribuir a posicionar la gastronomía quereña como un elemento distintivo del cantón y a reforzar el sentido de pertenencia entre sus habitantes.

Propuesta

Título de la propuesta

Saberes y Sabores de Quero: Recetario de la Identidad Culinaria Tradicional

Objetivo de la propuesta

Diseñar el recetario Saberes y Sabores de Quero: Recetario de la Identidad Culinaria Tradicional, que recopile y presente de forma clara los platos tradicionales del cantón Santiago de Quero, con el fin de preservar sus saberes culinarios, fortalecer la identidad cultural local y apoyar su difusión en procesos de promoción turística.

Justificación

La presente propuesta surge de la necesidad de contar con un recurso formal que preserve, organice y difunda la identidad culinaria del cantón Santiago de Quero, un territorio cuya

riqueza gastronómica se mantiene viva principalmente gracias a la tradición oral y a la práctica cotidiana. Durante el proceso investigativo se evidenció que, a pesar de que la comunidad conserva recetas, técnicas y saberes ancestrales, estos conocimientos no se encuentran sistematizados en un material accesible que permita su transmisión. Esta ausencia de documentación dificulta que las nuevas generaciones se apropien de su patrimonio culinario, lo que aumenta el riesgo de pérdida o transformación de prácticas que forman parte esencial de la memoria cultural de Quero.

Asimismo, se observó que la promoción turística del cantón no incorpora de manera visible la gastronomía local, a pesar de que esta constituye un recurso identitario con alto potencial para fortalecer el turismo comunitario, cultural y vivencial. La falta de materiales de apoyo, contenidos visuales y productos editoriales que incluyan la cocina tradicional limita las posibilidades de integrar la gastronomía a las estrategias de difusión del cantón. En este sentido, un recetario no solo cumple una función cultural, sino también comunicacional, ya que permite mostrar a visitantes y actores externos la autenticidad y diversidad de los platos que representan la historia y la forma de vida de la comunidad quereña. La creación del recetario Saberes y Sabores de Quero: Recetario de la Identidad Culinaria Tradicional responde a esta doble necesidad: preservar y difundir. Al recopilar tanto la historia del cantón como las recetas identificadas durante la investigación, el recetario se convierte en una herramienta educativa y cultural que facilita el acceso a información fiable sobre la cocina tradicional de Quero.

Finalmente, el recetario representa una propuesta viable, pertinente y alineada con las necesidades expresadas por los actores locales durante la investigación. Su formato sencillo, accesible y funcional permite que cualquier persona, dentro o fuera del cantón, pueda conocer, valorar y reproducir las recetas tradicionales de Santiago de Quero. De esta manera, Saberes y Sabores de Quero no solo preserva un patrimonio intangible, sino que también invita a reconocer y disfrutar la riqueza culinaria del territorio como una parte esencial de su identidad y un recurso estratégico para su proyección turística.

Desarrollo de la Propuesta

https://drive.google.com/drive/folders/1RAxZQagjai_Ulf__aa5Tm5KYZEwQ5IjN?usp=drive_link

C. MATERIALES DE REFERENCIA

Referencias bibliográficas

Agrazal, A. (2023). Metodologías cualitativas aplicadas a la investigación social. Universidad de Panamá. https://repositorio.up.ac.pa/handle/123456789/1519

Anguera, M. T., Blanco-Villaseñor, A., Losada, J. L., & Sánchez-Algarra, P. (2018). Metodología observacional en ciencias del comportamiento: Fundamentos y aplicaciones. Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. https://doi.org/10.1344/M2018.OMCBFA

Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. Sociología Ruralis, 38(1), 21–34. https://doi.org/10.1111/1467-9523.00063

Bourdieu, P. (1979). La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Les Éditions de Minuit. https://pics.unison.mx/maestria/wpcontent/uploads/2020/05/La_DistincionBourdieu_Pierre.pdf

Cabra Salinas, C. E., Rodríguez Vela, D. A., Castellanos Parra, C. J., Rojas Torres, C. R., & Forero Reina, C. (2020). Plan de transformación digital para la promoción turística en el Viceministerio de Turismo: Caso de estudio, departamento de Boyacá. Turismo y Sociedad, 28, 151–185. https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/5350/6545

Canclini, N. G. (1990). Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Grijalbo. https://monoskop.org/images/7/75/Canclini_Nestor_Garcia_Culturas_hibridas.pdf

Connerton, P. (1989). How societies remember. Cambridge University Press. https://hemisphericinstitute.org/images/courses/spring-2009/connerton.pdf

De Certeau, M., Giard, L., & Mayol, P. (1980). La invención de lo cotidiano. Universidad Iberoamericana.

https://monoskop.org/images/2/28/De_Certeau_Michel_La_invencion_de_lo_cotidiano_1_Artes_de_hacer.pdf

García, G. (2010). Planificación turística: El enfoque estratégico. Iberoamericana.

Geertz, C. (1973). The interpretation of cultures. Basic Books. https://web.mit.edu/allanmc/www/geertz.pdf

Gilmore, J. H., & Pine, B. J. (2007). Authenticity: What consumers really want. Harvard Business School Press. https://hbsp.harvard.edu/product/2272-PDF-ENG

Giménez, G. (1995). Modernización, cultura e identidad social. https://www.redalyc.org/pdf/138/13810203.pdf

Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. En J. Rutherford (Ed.), Identity: Community, Culture, Difference (pp. 222–237). Lawrence & Wishart. https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2769542

Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill Education

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2016). Fichas de registro de patrimonio cultural inmaterial – Formato A4: Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo. Quito, Ecuador

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2020). Instructivo para el registro e inventario del patrimonio cultural inmaterial. Dirección de Patrimonio Inmaterial. https://downloads.arqueoecuatoriana.ec/ayhpwxgv/noticias/publicaciones/INPC-X-InstructivoParaFichasDeRegistroInventarioPatrimonioInmaterial.pdf

Inskeep, E. (1991). Tourism planning: An integrated and sustainable development approach. Van Nostrand Reinhold.

Larsen, J., & Urry, J. (1990). The tourist gaze. SAGE Publications. https://www.redalyc.org/pdf/623/62331874007.pdf

Mayol, P. (1980). La invención de lo cotidiano. En M. de Certeau, L. Giard, & P. Mayol (Eds.), Universidad Iberoamericana.

https://monoskop.org/images/2/28/De_Certeau_Michel_La_invencion_de_lo_cotidiano_1_Artes_de_hacer.pdf

McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. McGraw-Hill. https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf

Middleton, V. T. C. (2001). Marketing in travel and tourism (3rd ed.). Butterworth Heinemann. https://www.academia.edu/36022046/MK_in_Travel_Tourism_Middelton_3_Ed

Muñiz, J., & Fonseca-Pedrero, E. (2019). Diez pasos para la construcción de un test. Psicothema, 31(1), 7–16. https://doi.org/10.7334/psicothema2018.291

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2012). Global Report on Food Tourism. UNWTO.

Ortiz Lastra, S. M., & Castillo Zúñiga, J. (2020). Estrategias de marketing digital en la promoción turística de la Provincia de Los Ríos. Magazine de las Ciencias: Revista de Investigación e Innovación, 5(3), 117–129. https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/1153/840

Ricoeur, P. (1983). Tiempo y narración I. Siglo XXI Editores. https://www.academia.edu/25251957/Paul_Ricoeur_Tiempo_y_narraci%C3%B3n

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2022). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (7.ª ed.). McGraw-Hill. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

Solís Ronquillo, M. F., Rueda M., R., Chang R., Y., González B., S., & Guerrero B., E. (2020). Fortalecimiento de la identidad cultural-gastronómica en la provincia de Los Ríos, Ecuador. Revista Científica Arbitrada de la Universidad de Panamá, 5(2), 40–55. https://revistas.up.ac.pa/index.php/revista_colon_ctn/article/view/1140/967

Suárez Balam, M. Á., & Vásquez Cetina, I. C. (2023). La aplicación de la inteligencia artificial en la creación de recetas culinarias con el fin de preservar y fortalecer la identidad gastronómica de Quintana Roo. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(2), 1123–1140. https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/17134/24635

Torres Prada, J. G., & González Parra, M. F. (2020). El papel de la gastronomía como impulsora del turismo y fortalecedora de la identidad cultural en Santander, Colombia. Turismo y Sociedad, 28, 193–214. https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/5350/6545

Urry, J. (1990). The tourist gaze. SAGE Publications. https://www.negrophonic.com/pdfs/Urry-The_Tourist_Gaze_2nd_Edition.pdf

Vasilachis de Gialdino, I. (2006). Estrategias de investigación cualitativa. Gedisa Editorial. http://www.famg.org.ar/documentos/herramientas-investigacion/03-investigacion-cualitativa-Vasilachis-2017.pdf

Vázquez Valencia, I., & del Valle Mendoza, G. (2020). La tortilla como símbolo de identidad cultural y su transformación en un alimento de consumo global. Región y Sociedad, 32(76), 3–28. https://regionysociedad.colson.edu.mx/index.php/rys/article/view/404/445

Zambrano Pinargote, C. A., & Loor Intriago, Y. E. (2023). Desarrollo de medios digitales para la promoción turística de la Reserva Natural Punta Gorda, Manabí. Revista Ñawi: Arte, Diseño y Comunicación, 7(2), 1–16. https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/938/606

Zambrano Salazar, C. (2023). Inteligencia Artificial para la promoción turística de la Amazonía y la percepción del usuario digital. Revista de Investigación Fronteriza, 4(4), 234–251. https://www.revistasocialfronteriza.com/ojs/index.php/rev/article/view/464/857

Zambrano Salazar, C. (2023). Las redes sociales y la promoción turística de la región amazónica del Ecuador. Revista de Investigación Fronteriza, 4(2), 130–145. https://www.revistasocialfronteriza.com/ojs/index.php/rev/article/view/214/371

Zula Álvarez, J., & Zula Álvarez, J. (2020). La identidad cultural gastronómica en el Ecuador. Pro Sciences: Revista de Investigación Científica, 4(3), 90–105. https://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/722/794

Anexos

Anexo A. Carta Compromiso

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SANTIAGO DE QUERO

ALCALDIA

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

Ambato, 29 de mayo de 2025.

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

Pablo David Velasco Garces en mi calidad de Alcalde del cantón Santiago de Quero, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema: "Identidad culinaria y la promoción turística en el cantón Santiago de Quero" propuesto por el estudiante Patricio Isaac Sierra Díaz, portadora de la Cédula de Ciudadanía 1850065416, 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.

Pablo David Velasco Garces
Alcalde de Santiago de Quero
1801947498
032994930 Ext. 001
0995340348
alcaldia@quero.gob.ec

Anexo B. Instrumentos

Tabla 4

Check List

Check List

Descripción

El checklist es un instrumento de verificación utilizado para identificar si los restaurantes de la parroquia La Matriz ofrecen comida tradicional del cantón Santiago de Quero. Su función es determinar, de manera rápida y ordenada, cuáles establecimientos cumplen con los criterios necesarios para ser considerados como parte de la oferta gastronómica tradicional.

Significado de comida tradicional

Para este estudio, se entiende por comida tradicional a las preparaciones elaboradas con ingredientes locales, técnicas transmitidas entre generaciones y recetas que forman parte de la memoria y cultura gastronómica de Santiago de Quero. Estos platos mantienen sabores, métodos y significados reconocidos por la comunidad como propios del territorio.

Instrucciones

Basándose en la definición de comida tradicional, el evaluador deberá marcar si el restaurante cumple o no cumple con los criterios establecidos.
Si cumple, el restaurante se considera apto.
Si no cumple, se clasifica como no apto.

Restaurantes	Cumple	No cumple
Frizzi´s Marisquería		X
La papa brava		X
Asadero Restaurante Sabor Andino		X
Restaurante Doña Gloria		X
Quinta Restaurante Sabor y Campo	X	
Pizzería Italiana		X
Asadero Janeth		X
Morcillas “La delicia”	X	
Las Delicias de Tere		X
El Asadito		X
Pollo Express		X
Cosita Rica		X
Virgen del Monte		X
Súper Pollo		X
La Estancia		X

El Roció		X
Don Nicolay		X
Sabor de Casa	X	
Restaurant Dayanita		X
Friend Chicken		X
Nik Mar		X
Guaytambos Restaurant		X
Abuelo Juan	X	
El palacio del Cuy	X	
A la Costa		X

Nota. Los restaurantes incluidos en este checklist fueron identificados a través del catastro

Tabla 5

Ficha de inventario (Ficha INPC)

<table>
<tr><td colspan="2">GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR
INPC</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO</td><td>CÓDIGO
0001</td></tr>
<tr><td colspan="3">1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</td></tr>
<tr><td>Provincia:</td><td>Cantón:</td><td></td></tr>
<tr><td>Parroquia:</td><td>☐ Urbana</td><td>☐ Rural</td></tr>
<tr><td colspan="3">Localidad:</td></tr>
<tr><td colspan="3">Coordenadas</td></tr>
<tr><td colspan="3">2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</td></tr>
</table>

Descripción de la fotografía:	
Código fotográfico:	

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	**Otra (s) denominación (es)**	
	D1	N/A
Grupo social	**Lengua (s)**	
	L1	ESPAÑOL
Subámbito	**Detalle del subámbito**	
Breve reseña		

4. DESCRIPCIÓN

Fecha o periodo		**Detalle de la periodicidad**
☐	Anual	
☐	Continua	
☐	Ocasional	
☐	Otro	
Alcance		**Detalle del alcance**
☐	Local	
☐	Provincial	
☐	Regional	
☐	Nacional	
☐	Internacional	

Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
Herramientas		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad /Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad

Procedencia del saber		Detalles de la procedencia
☐	Padres -Hijos	
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	

Transmisión del saber		Detalles de la transmisión
☐	Padres -Hijos	
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	

6.VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Sensibilidad al cambio		
☐	Alta	
☐	Media	
☐	Baja	

7.INTERLOCUTORES				
APELLIDOS Y NOMBRES	**DIRECCIÓN**	**TELEFONO**	**SEXO**	**EDAD**

8.ELEMENTOS RELACIONADOS			
CODIGO/NOMBRE	**ÁMBITO**	**SUBAMBITO**	**DETALLE DEL SUBAMBITO**
N/A	N/A	N/A	N/A

9.ANEXOS			
TEXTOS	**FOTOGRAFIAS**	**VIDEOS**	**AUDIO**

10.OBSERVACIONES
N/a

11.DATOS DE CONTROL	
Entidad Investigadora:	
Inventariada por:	**Fecha de inventario:**
Revisada por:	**Fecha de Revisión:**
Aprobada por:	**Fecha de aprobación:**
Registro Fotográfico:	

Nota. El uso de la ficha A4 del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) permite registrar conocimientos relacionados con prácticas culinarias tradicionales

Instrumento de variable dependiente

Tabla 6

Instrumento de la variable dependiente (Encuesta abierta)



Instrumento:
Encuesta abierta
Objetivo:
El objetivo de esta encuesta es analizar la promoción turística del cantón Santiago de Quero y su vínculo con la valorización de la cocina tradicional.
Instrucciones:
El investigador entregará un cuestionario con preguntas abiertas a los participantes seleccionados, quienes podrán responder de manera libre y espontánea según su experiencia y conocimiento sobre la gastronomía tradicional y la promoción turística del cantón Santiago de Quero.
Las respuestas serán breves, claras y personales, No existen respuestas correctas o incorrectas, debido a que se busca conocer la experiencia y punto de vista individual de cada persona.
Rol del observador:
El investigador actuará como un observador-participante neutral, cuya función será aplicar la encuesta abierta y acompañar el proceso de recolección de información con respeto y objetividad. Explicará de forma breve y clara el objetivo de la investigación con el fin de asegurar que las respuestas se brinden de manera libre, honesta y sin presiones externas.
No influirá en las opiniones de los participantes ni emitirá juicios personales sobre sus respuestas. Su intervención se limitará a facilitar la comprensión de las preguntas, registrar fielmente las respuestas y preservar la confidencialidad de la información obtenida.
Rol de los Observados
Los participantes de la encuesta cumplirán el rol de informantes clave, con el fin de contribuir sus percepciones, experiencias y valoraciones sobre la relación entre la identidad culinaria y la promoción turística en el cantón Santiago de Quero. Su participación será voluntaria, basada en su conocimiento y vivencia directa dentro de la comunidad.
Se espera que respondan con sinceridad y responsabilidad, que compartan ejemplos y opiniones que reflejen su experiencia en torno a la gastronomía, el turismo o la gestión cultural local. Su colaboración es esencial para comprender cómo se manifiesta el desaprovechamiento de la identidad culinaria en la promoción turística del cantón y para contribuir a la construcción de propuestas que fortalezcan el patrimonio cultural y gastronómico del territorio.
Nombre:
Fecha: **Hora:** **Lugar:**

Variable dependiente Promoción Turística

Dimensión	**Pregunta**	**Respuesta**
Institucional	1. ¿Cómo considera usted que las instituciones locales apoyan la promoción de la gastronomía tradicional en Santiago de Quero? 2. ¿Qué tan importantes cree que son las alianzas entre instituciones públicas y privadas para visibilizar la cocina tradicional del cantón?	

Identitaria	3. ¿De qué manera cree usted que la promoción turística en Santiago de Quero incluye los elementos culturales propios de la comunidad, especialmente en relación con la cocina tradicional?
	4. ¿Cree que los platos típicos del cantón reflejan adecuadamente la cultura de la comunidad?
Tecnológica	5. ¿Cómo evalúa el uso de herramientas digitales (como redes sociales, sitios web, etc.) para promocionar la gastronomía tradicional de Santiago de Quero?
	6. ¿Qué tipo de contenido digital considera que sería más atractivo para los turistas interesados en la gastronomía de la zona?
Participativa	7. ¿Cómo calificaría la participación de la comunidad local en las actividades de promoción turística de la gastronomía tradicional?
	8. ¿De qué manera cree que los habitantes de Santiago de Quero se involucrarían más en la promoción de su cocina tradicional?
Estratégica	9. ¿Qué tan efectiva cree que es la planificación y el enfoque de los mensajes turísticos en Santiago de Quero para resaltar la gastronomía tradicional?
	10. ¿Considera que la promoción de la gastronomía tradicional está alineada con los objetivos turísticos del cantón?
Visual	11. ¿Qué importancia cree que tiene el uso de imágenes, videos y diseños gráficos en la promoción de la gastronomía local?
	12. ¿Cuáles son los elementos visuales que mejor reflejan la identidad culinaria del cantón?
Experiencial	13. ¿Qué tipo de experiencias relacionadas con la gastronomía local cree que los turistas podrían valorar más?
	14. ¿Cómo podría la comunidad crear experiencias únicas para los turistas que estén interesados en la cocina tradicional del cantón?
Comunicacional	15. ¿Cómo percibe la difusión de la oferta turística relacionada con la gastronomía en Santiago de Quero?
	16. ¿Qué tipo de campañas o mensajes considera más efectivos para atraer turistas interesados en la cocina tradicional?

Nota: Esta tabla muestra las preguntas de la encuesta abierta

Validación de instrumento variable dependiente

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE ENCUESTAS A TURISTAS

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.

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				
Pregunta	**Dejar**	**Modificar**	**Eliminar**	**Observaciones**
¿Cómo considera usted que las instituciones locales están apoyando la promoción de la gastronomía tradicional en Santiago de Quero?	X			
¿Qué tan importantes cree que son las alianzas entre instituciones públicas y privadas para visibilizar la cocina tradicional del cantón?		X		
¿De qué manera cree usted que la promoción turística en Santiago de Quero incluye los elementos culturales propios de la comunidad, especialmente en relación con la cocina tradicional?	X			
¿Cree que los platos típicos del cantón reflejan adecuadamente la cultura de la comunidad?	X			
¿Cómo evalúa el uso de herramientas digitales (como redes sociales, sitios web, etc.) para promocionar la gastronomía tradicional de Santiago de Quero?	X			
¿Qué tipo de contenido digital considera que sería más atractivo para los turistas interesados en la gastronomía de la zona?	X			
¿Qué tan efectiva cree que es la planificación y el enfoque de los mensajes turísticos en Santiago de Quero para resaltar la gastronomía tradicional?	X			
¿Considera que la promoción de la gastronomía tradicional está alineada con los objetivos turísticos del cantón?	X			
¿Cómo calificaría la participación de la comunidad local en las actividades de promoción	X			

turística de la gastronomía tradicional?				
¿De qué manera cree que los habitantes de Santiago de Quero pueden involucrarse más en la promoción de su cocina tradicional?	X			
¿Cómo percibe la difusión de la oferta turística relacionada con la gastronomía en Santiago de Quero?	X			
¿Qué tipo de campañas o mensajes considera más efectivos para atraer turistas interesados en la cocina tradicional?	X			
¿Qué importancia cree que tiene el uso de imágenes, videos y diseños gráficos en la promoción de la gastronomía local?	X			
¿Cuáles son los elementos visuales que mejor reflejan la identidad culinaria del cantón?*	X			
¿Qué tipo de experiencias relacionadas con la gastronomía local cree que los turistas podrían valorar más?	X			
¿Cómo podría la comunidad crear experiencias únicas para los turistas que están interesados en la cocina tradicional del cantón?	X			

Opinión de aplicabilidad:

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

Validado por: Lic. Juan Carlos Zurita

Especialidad del evaluador CHEF

Lugar de trabajo: RESTAURANTE PROPIO

Cargo que desempeña: CHEF

Fecha: 09/10/2025

Firma: _____

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DE ENCUESTAS A TURISTAS

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.

_____
_____
_____
_____

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				
Pregunta	**Dejar**	**Modificar**	**Eliminar**	**Observaciones**
¿Cómo considera usted que las instituciones locales están apoyando la promoción de la gastronomía tradicional en Santiago de Quero?	X			
¿Qué tan importantes cree que son las alianzas entre instituciones públicas y privadas para visibilizar la cocina tradicional del cantón?	X			
¿De qué manera cree usted que la promoción turística en Santiago de Quero incluye los elementos culturales propios de la comunidad, especialmente en relación con la cocina tradicional?	X			
¿Cree que los platos típicos del cantón reflejan adecuadamente la cultura de la comunidad?	X			
¿Cómo evalúa el uso de herramientas digitales (como redes sociales, sitios web, etc.) para promocionar la gastronomía tradicional de Santiago de Quero?	X			
¿Qué tipo de contenido digital considera que sería más atractivo para los turistas interesados en la gastronomía de la zona?	X			
¿Qué tan efectiva cree que es la planificación y el enfoque de los mensajes turísticos en Santiago de Quero para resaltar la gastronomía tradicional?	X			
¿Considera que la promoción de la gastronomía tradicional está alineada con los objetivos turísticos del cantón?	X			
¿Cómo calificaría la participación de la comunidad local en las actividades de promoción	X			

turística de la gastronomía tradicional?				
¿De qué manera cree que los habitantes de Santiago de Quero pueden involucrarse más en la promoción de su cocina tradicional?	X			
¿Cómo percibe la difusión de la oferta turística relacionada con la gastronomía en Santiago de Quero?	X			
¿Qué tipo de campañas o mensajes considera más efectivos para atraer turistas interesados en la cocina tradicional?	X			
¿Qué importancia cree que tiene el uso de imágenes, videos y diseños gráficos en la promoción de la gastronomía local?	X			
¿Cuáles son los elementos visuales que mejor reflejan la identidad culinaria del cantón?*	X			
¿Qué tipo de experiencias relacionadas con la gastronomía local cree que los turistas podrían valorar más?	X			
¿Cómo podría la comunidad crear experiencias únicas para los turistas que estén interesados en la cocina tradicional del cantón?	X			

Opinión de aplicabilidad:

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

Validado por: Ing. Wilson Illaay

Especialidad del evaluador Ingeniero Ecoturismo

Lugar de trabajo: GADMSSB de Mocha

Cargo que desempeña: Analista de Turismo y Cultura

Fecha: 08/10/2025

Firma:

G.A.D. MUNICIPAL DE MOCHA
TURISMO

Anexo C. Carta entrega recepción del producto al beneficiario

Anexo D. Evidencias

Variable independiente

Tabla 7

Ficha sobre las Tortillas de yuca con morcilla

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR **INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL** DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO **A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO**	**CÓDIGO** **0001**
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN	
Provincia: Tungurahua	**Cantón: Quero**
Parroquia: La Matriz	☑ **Urbana** ☐ **Rural**
Localidad: La Matriz	
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: -1.3764226432326336, -78.60845316725243	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL	
	
Descripción de la fotografía: TORTILLAS DE YUCA CON MORCILLA, FOTO: ISAAC SIERRA, 2025	

Código fotográfico: IMG-20251026

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
TORTILLAS DE YUCA CON MORCILLA	D1	N/A
Grupo social	**Lengua (s)**	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
Subámbito	**Detalle del subámbito**	
GASTRONOMÍA	Sistema de creencias vinculadas a la gastronomía	

Breve reseña

Las Tortillas de Yuca con Morcilla son una propuesta culinaria de gran tradición. La masa se elabora a partir de yuca cocida bien procesada, para tener una textura suave y consistente. Esta base contiene un relleno de morcilla, preparada con especias que le otorgan un sabor fuerte y característico. El contraste entre la yuca y la intensidad del embutido resulta en un bocado satisfactorio. Son un producto de calidad garantizada que representa fielmente el sabor auténtico de la cocina popular. Un plato que cumple y sabe bien.

4. DESCRIPCIÓN

La elaboración inicia con la selección de la yuca fresca. Se cocina hasta el punto exacto para ser triturada y amasada, para llegar a una masa uniforme que se trabaja sin dificultad.

El punto central de la tortilla es el relleno. Utilizamos morcilla de alta calidad, elaborada con la receta tradicional que incluye arroz, cebolla, y una mezcla de especias que intensifican su sabor sin ser invasivas. Cada porción de morcilla se coloca en el centro de la tortilla, que es sellada con precisión para evitar fugas durante la cocción. Las tortillas se doran en una paila o sartén hasta que la superficie está firme y ligeramente crujiente. Se consumirá calientes para apreciar el contraste entre el exterior sellado y la suavidad interna del relleno y la masa. Es un alimento que se distingue por su sabor auténtico y su técnica de elaboración artesanal.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad
☐	Anual	La señora Ana Cecilia López elabora este plato como mínimo los domingos debido a que ese día es de feria
☐	Continua	
☑	Ocasional	
☐	Otro	
Alcance		**Detalle del alcance**
☑	Local	Solo es conocido en Quero y sus alrededores. Su alcance es local, pues no ha tenido la fama para difundirse a nivel nacional.
☐	Provincial	
☐	Regional	
☐	Nacional	

☐	Internacional	

Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E1	Yuca	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Sal	Mineral	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Achiote	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Morcilla	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E5	Arroz	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E6	Cebolla paiteña	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E7	Hojas de col	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E8	Zanahoria	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
Herramientas		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Olla	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Cuchillo	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Sartén	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Espatula	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad /Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Ana Cecilia López	15 AÑOS	HABITANTE DEL SECTOR	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	La Matriz

Procedencia del saber		Detalles de la procedencia
☑	Padres -Hijos	La abuela de la señora Ana fue quien se encargó de transmitir el saber a las generaciones más nuevas.
☐	Maestro-Aprendiz	

☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	

Transmisión del saber		Detalles de la transmisión
☑	Padres -Hijos	La señora Ana al igual que su abuela se encarga de transmitir su conocimiento no sólo a sus familiares sino también a todos quienes estén dispuesto a aprender.
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	

6.VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

El plato tiene gran importancia identitaria y cultural en Quero. Es un testimonio de la fusión de productos de la yuca y la morcilla. Preserva una tradición culinaria artesanal que se transmite entre familias, que llega a ser un símbolo gastronómico de la localidad.

Sensibilidad al cambio

☐	Alta	Este plato presenta baja sensibilidad al cambio porque está arraigado a la tradición familiar y local. Sus ingredientes son básicos y accesibles en la zona. La receta se mantiene inalterable por su valor cultural, que resiste a innovaciones que modifiquen su sabor auténtico.
☐	Media	
☑	Baja	

7.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
ANA CECILIA LÓPEZ	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	N/A	FEMENINO	66
BRYAN VILLACIS	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	0997110240	MASCULINO	22

8.ELEMENTOS RELACIONADOS

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBAMBITO	DETALLE DEL SUBAMBITO
N/A	N/A	N/A	N/A

9.ANEXOS			
TEXTOS	**FOTOGRAFIAS**	**VIDEOS**	**AUDIO**
	IMG-20251026.jpg		
10.OBSERVACIONES			
N/a			
11.DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Universidad Técnica de Ambato			
Inventariada por: Isaac, Sierra		**Fecha de inventario:** 26/10/2025	
Revisada por: Ing. Diego Melo		**Fecha de Revisión:** 06/11/2025	
Aprobada por: Ing. Diego Melo		**Fecha de aprobación:** 06/11/2025	
Registro Fotográfico:			

Nota: En esta tabla se encuentra la información de las Tortillas de yuca con morcilla

Tabla 8

Ficha sobre el Caldo de 31

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR INPC **INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL** DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO **A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO**	**CÓDIGO** **0002**

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua	**Cantón: Quero**	
Parroquia: La Matriz	☑ **Urbana**	☐ **Rural**
Localidad: La Matriz		
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: -1.3764226432326336, -78.60845316725243		

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: CALDO DE 31, FOTO: ISAAC SIERRA, 2025
Código fotográfico: IMG-20251026

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	**Otra (s) denominación (es)**

CALDO DE 31	D1	N/A
Grupo social	**Lengua (s)**	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
Subámbito	**Detalle del subámbito**	
GASTRONOMÍA	Sistema de creencias vinculadas a la gastronomía	

Breve reseña

El Caldo de 31 es un plato ancestral de la Sierra, valorado por su intensidad y sus virtudes como "levanta muertos". Su base es un caldo sustancioso donde se cuecen y se combinan diversas vísceras de res, como tripas y panza. La clave está en la cocción prolongada y un refrito bien sazonado con ajo y cebolla, que le da un sabor profundo y reconfortante. Es un plato que aprovecha toda la proteína y representa la gastronomía de resistencia y tradición.

4. DESCRIPCIÓN

El Caldo de 31 es una sopa potente que toma su nombre de una antigua tradición de las haciendas, donde las vísceras se aprovechaban al finalizar el mes. Este caldo concentra el sabor de diversas partes del menudo de res, principalmente la panza y las tripas.

La preparación comienza con una limpieza meticulosa y una cocción a presión de las vísceras hasta que alcanzan una textura tierna. Después, se elabora un refrito con cebolla blanca, cebolla paiteña y ajo, el cual se condimenta con comino y orégano. El menudo cocido se corta en trozos pequeños, se incorpora al refrito y se cubre con su propio caldo. El resultado es un líquido espeso, rico en colágeno y proteínas. Se finaliza con un toque de cilantro o cebolla larga fresca (el picadillo). Es un plato que se consume caliente, ideal para recuperar energías, y su acompañamiento con limón le da el toque ácido que resalta el sabor.

Fecha o periodo		**Detalle de la periodicidad**
☐	Anual	La señora María Rosa elabora este plato continuamente en diferentes ferias de otros cantones y los domingos en Quero.
☑	Continua	
☐	Ocasional	
☐	Otro	
Alcance		**Detalle del alcance**
☐	Local	Se sirve en todo el país por su valor histórico y tradicional.
☐	Provincial	
☐	Regional	
☑	Nacional	
☐	Internacional	

Elementos	**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**

E1	Menudo de Res	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Sal	Mineral	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Cebolla paiteña	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia
E4	Cebolla blanca	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia
E5	Ajo	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E6	Grasa	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E7	Mote	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E8	Hierbitas	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia
Herramientas		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Olla grande	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Cucharon	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Olla de presión	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Tabla de picar	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	**Nombre**	**Edad /Tiempo de actividad**	**Cargo, función o actividad**	**Dirección**	**Localidad**
Individuos	María Rosa Tixilema	20 AÑOS	HABITANTE DEL SECTOR	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	La Matriz

Procedencia del saber		**Detalles de la procedencia**
☑	Padres -Hijos	Los abuelos de la señora María fue quienes se encargaron de transmitir el saber a las generaciones más nuevas.
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	

Transmisión del saber		**Detalles de la transmisión**
☑	Padres -Hijos	La señora María al igual que sus abuelos se encarga de transmitir su conocimiento a sus hijos
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	

6.VALORACIÓN

Importancia para la comunidad
El plato es esencial para la identidad. Representa la tradición serrana de aprovechamiento, el sustento familiar y es un poderoso símbolo de la cocina popular de la región andina.

Sensibilidad al cambio		
☐	Alta	Es un plato fuertemente ligado a la tradición popular. Sus ingredientes se mantienen muy estables y resistentes a las innovaciones culinarias modernas.
☐	Media	
☑	Baja	

7.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
MARIA ROSA TIXILEMA	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	0998854155	FEMENINO	60

8.ELEMENTOS RELACIONADOS

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBAMBITO	DETALLE DEL SUBAMBITO
N/A	N/A	N/A	N/A

9.ANEXOS

TEXTOS	FOTOGRAFIAS	VIDEOS	AUDIO
	IMG-20251026.jpg		

10.OBSERVACIONES

N/a

11.DATOS DE CONTROL	
Entidad Investigadora: Universidad Técnica de Ambato	
Inventariada por: Isaac, Sierra	**Fecha de inventario:** 26/10/2025
Revisada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de Revisión:** 06/11/2025
Aprobada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de aprobación:** 06/11/2025
Registro Fotográfico:	

Nota: En esta tabla se encuentra la información del Caldo de 31

Tabla 9

Ficha sobre el Yahuarlocro

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR INPC **INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL** DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO **A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO**	**CÓDIGO** **0003**

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua	**Cantón: Quero**	
Parroquia: La Matriz	☑ **Urbana**	☐ **Rural**
Localidad: La Matriz		
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: -1.3764226432326336, -78.60845316725243		

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: YAHUARLOCRO, FOTO: ISAAC SIERRA, 2025
Código fotográfico: IMG-20251026

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	**Otra (s) denominación (es)**

YAHUARLOCRO	D1	N/A
Grupo social	**Lengua (s)**	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
Subámbito	**Detalle del subámbito**	
GASTRONOMÍA	Sistema de creencias vinculadas a la gastronomía	

Breve reseña

El Yahuarlocro es una sopa andina densa y nutritiva que se distingue por su ingrediente principal: la papa, base de cualquier buen locro. Sin embargo, su toque único es la adición de sangre de borrego cocida y desmenuzada, de donde toma su nombre “yawar” significa 'sangre' en kichwa. El sabor es realzado por un refrito de cebolla y ajo. Es un plato que aporta gran energía y es fundamental en la tradición gastronómica de la Sierra.

4. DESCRIPCIÓN

Este locro es una sopa cremosa cuya base es una cocción lenta de papas nativas que se deshacen, para dar la textura característica al caldo. Se inicia con un sofrito aromático de cebolla, ajo, achiote y comino, que se integra al agua o caldo de carne, donde luego se añaden las papas troceadas.

La peculiaridad y el sabor definitorio del plato provienen de la sangre de borrego. Esta sangre es cocida, cuajada y luego picada finamente para ser incorporada a la sopa en el tramo final de la cocción. Esto le confiere un color rojizo o cobrizo y un sabor metálico, intenso y singular. El plato se sirve tradicionalmente coronado con tomate, aguacate, cebolla encurtida y, a veces, panza de borrego o tripa, que añade capas de textura. Es un plato sustancioso y de profunda raíz cultural.

Fecha o periodo		**Detalle de la periodicidad**
☐	Anual	La señora Elizabeth Paredes elabora este plato ocasionalmente los domingos en el mercado de Quero
☐	Continua	
☑	Ocasional	
☐	Otro	
Alcance		**Detalle del alcance**
☐	Local	El Yahuarlocro es un plato Nacional porque es historia mestiza pura. Nace en la Sierra, pero su fama y su sabor potente han hecho que se coma y se respete en todo el Ecuador.
☐	Provincial	
☐	Regional	
☑	Nacional	
☐	Internacional	

Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E1	Papas	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia
E2	Sal	Mineral	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Achiote	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Cebolla blanca	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia
E5	Sangre de borrego	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E6	Leche	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E7	Aguacate	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E8	Tripa/Panza	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
Herramientas		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Olla grande	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Cucharon	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Sartén	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Tabla de picar	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad /Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	María Rosa Tixilema	20 AÑOS	HABITANTE DEL SECTOR	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	La Matriz

Procedencia del saber		Detalles de la procedencia
☑	Padres -Hijos	La mamá de la señora Elizabeth Paredes fue quien se encargo de transmitir el saber a su hija
☐	Maestro-Aprendiz	

☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	
Transmisión del saber		**Detalles de la transmisión**
☐	Padres -Hijos	La señora Elizabeth aún no ha compartido los conocimientos de la receta a otras personas
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☑	Otro	

6.VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

El Yahuarlocro es vital porque refleja la identidad andina y el mestizaje. Simboliza el aprovechamiento total del borrego, une a las familias en festividades y es una fuente de fuerza y orgullo cultural.

Sensibilidad al cambio

☐	Alta	La sensibilidad al cambio del Yahuarlocro es baja porque su identidad está ligada directamente a sus ingredientes centrales. Alterar estos componentes esenciales especialmente la sangre, que le da su nombre y significado cultural haría que deje de ser el plato tradicional.
☐	Media	
☑	Baja	

7.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
ELIZABETH PAREDES	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	0994513845	FEMENINO	28

8.ELEMENTOS RELACIONADOS

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBAMBITO	DETALLE DEL SUBAMBITO
N/A	N/A	N/A	N/A

9.ANEXOS			
TEXTOS	**FOTOGRAFIAS**	**VIDEOS**	**AUDIO**
	IMG-20251026.jpg		
10.OBSERVACIONES			
N/a			
11.DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Universidad Técnica de Ambato			
Inventariada por: Isaac, Sierra		**Fecha de inventario:** 26/10/2025	
Revisada por: Ing. Diego Melo		**Fecha de Revisión:** 06/11/2025	
Aprobada por: Ing. Diego Melo		**Fecha de aprobación:** 06/11/2025	
Registro Fotográfico:			

Nota: En esta tabla se encuentra la información del Yahuarlocro

Tabla 10

Ficha sobre el Cuy con papas

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR INPC **INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL** DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO **A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO**	**CÓDIGO** **0004**
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN	
Provincia: Tungurahua	**Cantón: Quero**
Parroquia: La Matriz	☑ **Urbana** ☐ **Rural**
Localidad: La Matriz	
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: -1.3764226432326336, -78.60845316725243	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL	
	
Descripción de la fotografía: CUY ASADO CON PAPAS, FOTO: ISAAC SIERRA, 2025	
Código fotográfico: IMG-20251026	
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Denominación	**Otra (s) denominación (es)**

CUY ASADO CON PAPAS	D1	N/A
Grupo social	**Lengua (s)**	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
Subámbito	**Detalle del subámbito**	
GASTRONOMÍA	Sistema de creencias vinculadas a la gastronomía	

Breve reseña

El Cuy Asado con Papas es mucho más que un plato, es un ícono ceremonial de la cocina andina. El cuy se adereza con una mezcla potente de ajo, comino, achiote y especias, y luego se asa lentamente, a menudo sobre brasas, hasta conseguir una piel crujiente y dorada. La carne, tierna y de sabor característico, se sirve tradicionalmente con papas cocidas, bañadas en salsa de maní

4. DESCRIPCIÓN

Este plato se distingue por la preparación del cuy, el cual requiere un proceso de marinado minucioso. Se limpia y se aliña generosamente, tanto por dentro como por fuera, con una pasta hecha a base de ajo, comino, sal y achiote para darle color. La cocción es lenta y uniforme, generalmente a la brasa o en un horno de leña, donde se gira constantemente para asegurar que la piel quede perfectamente tostada y crujiente, un atributo esencial de este manjar.

El cuy asado se sirve entero o en presas, acompañado por papas cocidas que son la base del plato. Estas papas son frecuentemente bañadas en un caldillo o salsa de maní. Es un plato con un fuerte simbolismo social, consumido en reuniones familiares, fiestas y eventos de gran trascendencia.

Fecha o periodo		**Detalle de la periodicidad**
☐	Anual	La señora Rosa Sánchez elabora este plato continuamente visto que tiene varios clientes
☑	Continua	
☐	Ocasional	
☐	Otro	
Alcance		**Detalle del alcance**
☐	Local	El Cuy Asado es nacional porque nació con nuestros abuelos. Es nuestra herencia, un plato sagrado y festivo que representa a toda la Sierra en cada rincón del país.
☐	Provincial	
☐	Regional	
☑	Nacional	
☐	Internacional	

Elementos		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Papas	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia

E2	Sal	Mineral	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Cuy	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia
E4	Achiote	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E5	Orégano	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E6	Maní	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E7	Leche	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E8	Cebolla	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E9	Ajo	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
Herramientas		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Olla grande	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Molino	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Propio
E3	Horno	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Tabla de picar	Tradicional	AMBATO, TUNGURAHUA	Compra
E5	Cuchillo	Tradicional	AMBATO, TUNGURAHUA	Compra

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	**Nombre**	**Edad /Tiempo de actividad**	**Cargo, función o actividad**	**Dirección**	**Localidad**
Individuos	Rosa Sánchez	10 AÑOS	HABITANTE DEL SECTOR	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	La Matriz

Procedencia del saber		**Detalles de la procedencia**
☑	Padres -Hijos	La tía abuela de la señora Rosa Sánchez fue quien se encargó de transmitir el saber a su hija
☐	Maestro-Aprendiz	

☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	
Transmisión del saber		**Detalles de la transmisión**
☑	Padres -Hijos	La señora Rosa ha compartido el conocimiento para que sus hijos sigan la tradición de preparar el cuy
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	

6.VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

El Cuy Asado es la comida de fiesta. Es importante porque es la máxima ofrenda en bodas, bautizos y reuniones grandes. Muestra respeto y estatus, y une a toda la familia en torno a nuestra tradición más sagrada.

Sensibilidad al cambio

☐	Alta	La sensibilidad al cambio del Cuy Asado es baja porque es un plato ceremonial y festivo. Su elaboración y su presentación están determinadas por la tradición andina, que son un símbolo cultural tan fuerte que cualquier modificación sustancial en el ingrediente principal o en la técnica de cocción seria rechazado por la comunidad.
☐	Media	
☑	Baja	

7.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
ROSA SÁNCHEZ	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	0982652486	FEMENINO	57

8.ELEMENTOS RELACIONADOS

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBAMBITO	DETALLE DEL SUBAMBITO
N/A	N/A	N/A	N/A

9.ANEXOS

TEXTOS	FOTOGRAFIAS	VIDEOS	AUDIO
	IMG-20251026.jpg		

10.OBSERVACIONES

N/a

11.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: Universidad Técnica de Ambato	
Inventariada por: Isaac, Sierra	**Fecha de inventario:** 26/10/2025
Revisada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de Revisión:** 06/11/2025
Aprobada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de aprobación:** 06/11/2025
Registro Fotográfico:	

Nota: En esta tabla se encuentra la información el Cuy con papas

Tabla 11

Ficha sobre el Locro de cuy

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR INPC **INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL** DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO **A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO**	**CÓDIGO** **0005**
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN	
Provincia: Tungurahua	**Cantón: Quero**
Parroquia: La Matriz	☑ **Urbana** ☐ **Rural**
Localidad: La Matriz	
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: -1.3764226432326336, -78.60845316725243	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL	
	
Descripción de la fotografía: LOCRO DE CUY, FOTO: ISAAC SIERRA, 2025	
Código fotográfico: IMG-20251026	
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Denominación	**Otra (s) denominación (es)**

LOCRO DE CUY	D1	N/A
Grupo social	**Lengua (s)**	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
Subámbito	**Detalle del subámbito**	
GASTRONOMÍA	Sistema de creencias vinculadas a la gastronomía	

Breve reseña

El Locro de Cuy es una variante sustanciosa y menos conocida de los locros andinos. A diferencia del cuy asado, en este plato la carne de cuy se cuece lentamente, que mejora el caldo espeso a base de papas deshechas. Se comienza con un refrito de ajo y cebolla para darle sabor, y el cuy se incorpora para que su grasa y sabor se integren a la sopa. Se sirve caliente y es un plato de gran poder nutritivo, considerado un alimento de alto valor energético.

4. DESCRIPCIÓN

El Locro de Cuy tiene como base el locro tradicional: una sopa cremosa lograda por la cocción prolongada de papas nativas que se deshacen en el caldo. La diferencia crucial es la incorporación de la carne de cuy, generalmente las presas con más hueso o las partes menos utilizadas para el asado.

La preparación arranca con un sofrito bien sazonado con cebolla, ajo, achiote y comino. A este refrito se añade el cuy troceado para que se dore y se impregne del sabor. Luego se añaden las papas y el líquido. La cocción es lenta, esto permite que el sabor de la carne del cuy se infunda completamente en la sopa, para crear un caldo denso y con un gusto singular. Se termina con un poco de leche o queso para aumentar la cremosidad.

Fecha o periodo		**Detalle de la periodicidad**
☐	Anual	La señora Rosa Sánchez elabora este plato ocasionalmente dado que no tiene tanta acogida como el cuy asado
☐	Continua	
☑	Ocasional	
☐	Otro	
Alcance		**Detalle del alcance**
☐	Local	El Locro de cuy es un plato de origen humilde y casero, le falta la promoción y el prestigio para ser adaptado por la alta cocina global
☐	Provincial	
☐	Regional	
☑	Nacional	
☐	Internacional	

Elementos		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Papas	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia

E2	Sal	Mineral	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Cuy	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia
E4	Achiote	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E5	Queso	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E6	Leche	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E7	Cebolla	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
Herramientas		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Olla grande	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Tabla de picar	Tradicional	AMBATO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Cuchillo	Tradicional	AMBATO, TUNGURAHUA	Compra

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	**Nombre**	**Edad /Tiempo de actividad**	**Cargo, función o actividad**	**Dirección**	**Localidad**
Individuos	Rosa Sánchez	10 AÑOS	HABITANTE DEL SECTOR	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	La Matriz

Procedencia del saber		**Detalles de la procedencia**
☑	Padres -Hijos	La tía abuela de la señora Rosa Sánchez fue quien se encargó de transmitir el saber a su hija
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	
Transmisión del saber		**Detalles de la transmisión**
☑	Padres -Hijos	La señora Rosa ha compartido el conocimiento para que sus hijos sigan la tradición de preparar el cuy de las dos formas.
☐	Maestro-Aprendiz	

☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	

6.VALORACIÓN		
Importancia para la comunidad		
El Locro de Cuy es importante porque le saca todo el jugo al cuy, volviéndolo una sopa que alimenta y da fuerza. Es la comida de la gente de trabajo, que muestra el ingenio del campo para aprovechar cada cosa y mantener viva la tradición andina.		
Sensibilidad al cambio		
☐	Alta	La sensibilidad al cambio del Locro de Cuy es Baja. Aunque la base de la es rígida e inalterable debido a la tradición andina, el plato es más flexible en sus acompañamientos y el uso de lácteos.
☐	Media	
☑	Baja	

7.INTERLOCUTORES				
APELLIDOS Y NOMBRES	**DIRECCIÓN**	**TELEFONO**	**SEXO**	**EDAD**
ROSA SÁNCHEZ	ELOY ALFARO Y 17 DE ABRIL	0982652486	FEMENINO	57

8.ELEMENTOS RELACIONADOS			
CODIGO/NOMBRE	**ÁMBITO**	**SUBAMBITO**	**DETALLE DEL SUBAMBITO**
N/A	N/A	N/A	N/A

9.ANEXOS			
TEXTOS	**FOTOGRAFIAS**	**VIDEOS**	**AUDIO**
	IMG-20251026.jpg		

10.OBSERVACIONES
N/a

11.DATOS DE CONTROL	
Entidad Investigadora: Universidad Técnica de Ambato	
Inventariada por: Isaac, Sierra	**Fecha de inventario:** 26/10/2025
Revisada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de Revisión:** 06/11/2025
Aprobada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de aprobación:** 06/11/2025
Registro Fotográfico:	

Nota: En esta tabla se encuentra la información del Locro de cuy

Tabla 12

Ficha sobre el Caldo de morcilla

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR — INPC **INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL** DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO **A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO**	**CÓDIGO** **0006**

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua	**Cantón: Quero**	
Parroquia: La Matriz	☑ **Urbana**	☐ **Rural**
Localidad: La Matriz		
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: -1.3809155233312997, -78.60824041347082		

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: CALDO DE MORCILLA, FOTO: ISAAC SIERRA, 2025

Código fotográfico: IMG-20251102

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	**Otra (s) denominación (es)**	
CALDO DE MORCILLA	D1	N/A
Grupo social	**Lengua (s)**	

MESTIZO	L1	ESPAÑOL

Subámbito	**Detalle del subámbito**
GASTRONOMÍA	Sistema de creencias vinculadas a la gastronomía

Breve reseña

El Caldo de Morcilla es una sopa reconfortante, conocida por su sabor intenso y especiado, ideal para combatir el frío andino. El caldo se prepara con un base de huesos o carne de cerdo para darle profundidad, y el ingrediente estrella es la morcilla (o rellena) cocida, que se desmenuza en el líquido. Esto libera las especias y el sabor de la sangre, que mejora toda la sopa. Es un plato que aporta una gran carga energética, es de fácil acceso y goza de gran popularidad en los mercados populares.

4. DESCRIPCIÓN

El Caldo de Morcilla es un plato sencillo pero muy sabroso. El proceso comienza con la preparación de un caldo base, generalmente con huesos o espinazo de cerdo, cocidos lentamente para extraer todo el sabor y la gelatina. A este caldo se le añade un refrito simple de cebolla y ajo, condimentado con sal y comino.

La morcilla precocida se trocea o se desmenuza directamente en el caldo caliente. A medida que se calienta, la rellena suelta sus ingredientes internos (arroz, especias) y tiñe el líquido de un color más oscuro y turbio, para llegar a su gusto característico. Se suelen añadir papas en trozos o arroz para hacerlo más sustancioso. Se sirve muy caliente, y el toque final esencial es el picadillo (cebolla blanca picada y cilantro) esparcido por encima.

Fecha o periodo		**Detalle de la periodicidad**
☐	Anual	La señora Carmen Guamán elabora este plato todos los domingos, es el único día en el que abre el local.
☐	Continua	
☑	Ocasional	
☐	Otro	
Alcance		**Detalle del alcance**
☐	Local	Es conocido en toda la provincia de Tungurahua por su historia y sabor.
☑	Provincial	
☐	Regional	
☐	Nacional	
☐	Internacional	

Elementos		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Morcilla	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Papas	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia

E3	Cebolla blanca	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Ajo	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E5	Cilantro	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E6	Limón	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
Herramientas		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Olla	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Cuchillo	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Sartén	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Espátula	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	**Nombre**	**Edad /Tiempo de actividad**	**Cargo, función o actividad**	**Dirección**	**Localidad**
Individuos	Carmen Guamán	12 AÑOS	HABITANTE DEL SECTOR	BERNARDO DARQUEA Y PEDRO FERMIN CEVALLOS	La Matriz

Procedencia del saber		**Detalles de la procedencia**
☑	Padres -Hijos	La mamá de la señora Carmen fue quien se encargó de transmitir el conocimiento del plato
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	
Transmisión del saber		**Detalles de la transmisión**
☑	Padres -Hijos	La señora Carmen ha transmitido el conocimiento a sus hijos para que sigan la tradición
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	

☐	Otro	

6.VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

El Caldo de Morcilla es importante porque es el desayuno fuerte. Es un caldo barato, sabroso y poderoso que da la fuerza para el trabajo, y mantiene viva la tradición de la comida popular. Por ello es la fuerza a los que trabajamos desde la madrugada. Es la comida que une a la gente, porque aquí todos lo piden el que vende, el que compra y el que nos visita

Sensibilidad al cambio

☐	Alta	La sensibilidad al cambio de este caldo es baja, Este plato es tan popular y económico que la gente lo busca por su sabor fuerte y tradicional de toda la vida. No se quitará la morcilla ni cambiarle la sazón de la abuela, porque entonces deja de ser el caldo que nos cura el frío y el cansancio.
☐	Media	
☑	Baja	

7.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
CARMEN GUAMAN	BERNARDO DARQUEA Y PEDRO FERMIN CEVALLOS	0998451681	FEMENINO	53

8.ELEMENTOS RELACIONADOS

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBAMBITO	DETALLE DEL SUBAMBITO
N/A	N/A	N/A	N/A

9.ANEXOS

TEXTOS	FOTOGRAFIAS	VIDEOS	AUDIO
	IMG-20251102.jpg		

10.OBSERVACIONES

N/a

11.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: Universidad Técnica de Ambato

Inventariada por: Isaac, Sierra	**Fecha de inventario:** 02/11/2025
Revisada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de Revisión:** 06/11/2025
Aprobada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de aprobación:** 06/11/2025

Registro Fotográfico:

Nota: En esta tabla se encuentra la información del Caldo de morcilla

Tabla 13

Ficha sobre las Empanadas de tiesto

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR INPC **INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL** DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO **A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO**	**CÓDIGO** **0007**

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua	**Cantón: Quero**	
Parroquia: La Matriz	☑ **Urbana**	☐ **Rural**
Localidad: La Matriz		
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: -1.3805975624764493, -78.6082328637571		

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: EMPANADAS DE TIESTO, FOTO: ISAAC SIERRA, 2025

Código fotográfico: IMG-20251102

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	**Otra (s) denominación (es)**	
EMPANADAS DE TIESTO	D1	N/A
Grupo social	**Lengua (s)**	

MESTIZO	L1	ESPAÑOL

Subámbito	**Detalle del subámbito**
GASTRONOMÍA	Sistema de creencias vinculadas a la gastronomía

Breve reseña

Las Empanadas de Tiesto son un bocado tradicional andino que se distingue por su técnica de cocción. A diferencia de las fritas o de horno, estas se cocinan sobre un tiesto de barro o una paila de metal caliente, así se conseguirá una textura de masa suave, elástica y ligeramente ahumada. La masa, hecha de harina de maíz o trigo y su relleno es de panela.

4. DESCRIPCIÓN

La característica fundamental de las Empanadas de Tiesto es su masa. Esta es elaborada con harina de maíz, para obtener una textura rústica y un color amarillento. La masa se amasa, se estira y se rellena. El relleno que las hace únicas es el de panela se cocina la panela con agua, a veces con un poco de mantequilla y especias como canela, hasta obtener un melado espeso y dulce. Este relleno se coloca dentro de la masa cruda y se sella con cuidado. Debido a la cocción se le da su nombre, se colocan directamente sobre un tiesto o comal previamente calentado, sin añadir aceite. El calor seco y gradual permite que la masa se cocine uniformemente por dentro y se dore ligeramente por fuera, sin el exceso de grasa de una fritura.

Fecha o periodo		**Detalle de la periodicidad**
☐	Anual	La señora Elena Toapanta elabora este plato continuamente todos los domingos en la esquina cerca del mercado
☑	Continua	
☐	Ocasional	
☐	Otro	

Alcance		**Detalle del alcance**
☐	Local	Es vendido generalmente en las carreteras de la región y en pequeños puestos en lugares estratégicos.
☐	Provincial	
☑	Regional	
☐	Nacional	
☐	Internacional	

Elementos		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Harina	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Sal	Mineral	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Manteca	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra

E4	Panela	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
Herramientas		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Tiesto de barro	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Bol Grande	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Rodillo	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad /Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Elena Toapanta	22 AÑOS	HABITANTE DEL SECTOR	BERNARDO DARQUEA Y JUAN LEON MERA	La Matriz

Procedencia del saber		Detalles de la procedencia
☐	Padres -Hijos	Una amiga de la señora Elena fue quien se encargó de transmitir el conocimiento del plato
☑	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	

Transmisión del saber		Detalles de la transmisión
☑	Padres -Hijos	La señora Elena ha transmitido el conocimiento a sus hijos para que sigan la tradición y son los que le ayudan a vender
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	

6.VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

La Empanada de Tiesto es vital porque es el legado de la cocina sencilla. Es la demostración de la gente humilde de la Sierra, que convierte la panela en un manjar dulce sin necesidad de horno. Es la tradición que se comparte con el café, y mantiene vivo el sabor auténtico de la feria y del pueblo.

Sensibilidad al cambio

☐	Alta	La sensibilidad al cambio de la Empanada de Tiesto es Baja. El plato será de masa de maíz cocida en el tiesto de barro y, sobre todo, llevará la panela por dentro. Si le cambiamos la panela o la freímos en aceite, ya no es nuestra empanada.
☐	Media	
☑	Baja	

7.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
ELENA TOAPANTA	BERNARDO DARQUEA Y JUAN LEON MERA	0997416587	FEMENINO	49

8.ELEMENTOS RELACIONADOS

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBAMBITO	DETALLE DEL SUBAMBITO
N/A	N/A	N/A	N/A

9.ANEXOS

TEXTOS	FOTOGRAFIAS	VIDEOS	AUDIO
	IMG-20251102.jpg		

10.OBSERVACIONES

N/a

11.DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: Universidad Técnica de Ambato	
Inventariada por: Isaac, Sierra	**Fecha de inventario:** 02/11/2025
Revisada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de Revisión:** 06/11/2025
Aprobada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de aprobación:** 06/11/2025
Registro Fotográfico:	

Nota: En esta tabla se encuentra la información de las Empanadas de tiesto

Tabla 14

Fichas sobre las Cholas quereñas

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR **INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL** DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO **A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO**	**CÓDIGO** **0008**

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua	**Cantón: Quero**	
Parroquia: La Matriz	☑ **Urbana**	☐ **Rural**
Localidad: La Matriz		
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: -1.3810431092159656, -78.60894200512541		

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: CHOLAS QUEREÑAS, FOTO: ISAAC SIERRA, 2025
Código fotográfico: IMG-20251102

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	**Otra (s) denominación (es)**	
CHOLAS QUEREÑAS	D1	N/A
Grupo social	**Lengua (s)**	

MESTIZO	L1	ESPAÑOL

Subámbito	**Detalle del subámbito**
GASTRONOMÍA	Sistema de creencias vinculadas a la gastronomía

Breve reseña

Las Cholas Quereñas son un pan tradicional que lleva el sabor de la Sierra Central. Su relleno es dulce de panela, cocida hasta formar un melado espeso. Se caracterizan por su masa suave y abultada, que contrasta deliciosamente con el relleno oscuro y azucarado. Este pan es un deleite simple, representativo de la tradición panadera de la zona y es altamente valorado por su frescura y autenticidad.

4. DESCRIPCIÓN

La Chola Quereña es un pan de harina de trigo, de forma ligeramente redonda y con una textura de masa suave por dentro y una costra delgada por fuera. El elemento distintivo es su relleno, que se diferencia de otras variedades de pan dulce.

El relleno se elabora a partir de panela, la cual se disuelve y se cocina hasta formar un melado o jarabe oscuro y denso, que se incorpora en el centro de la masa antes de hornear. Este proceso permite que el relleno se caramelice ligeramente en el interior durante la cocción. El pan se cuece en hornos tradicionales o de leña, para conseguir ese sabor particular y una suavidad característica. Es un producto que se garantiza fresco y delicioso, y se vende popularmente en manojos de varias unidades, ideal para acompañar el desayuno o la merienda. La Chola Quereña es un manjar que hermana las recetas de Quero con las de Guano, que son un gran ejemplo de la panadería de herencia en la región.

Fecha o periodo		**Detalle de la periodicidad**
☐	Anual	La señora Juana Chérrez elabora este plato continuamente todos los domingos y también salen en ferias si existen
☑	Continua	
☐	Ocasional	
☐	Otro	

Alcance		**Detalle del alcance**
☐	Local	La Chola Quereña es regional, y no nacional, porque su fama y su método de cocción están fijados en Quero. Es un producto de emprendimiento local y su nombre específico hacen que su fuerza se concentre aquí en la Sierra
☐	Provincial	
☑	Regional	
☐	Nacional	
☐	Internacional	

Elementos		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Harina	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra

E2	Sal	Mineral	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Levadura	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Panela	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E5	Cebolla blanca	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
Herramientas		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Horno	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Pala Panadera	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Rodillo	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	**Nombre**	**Edad /Tiempo de actividad**	**Cargo, función o actividad**	**Dirección**	**Localidad**
Individuos	Juana Chérrez	15 AÑOS	HABITANTE DEL SECTOR	AV. 17 DE ABRIL Y PEDRO FERMIN CEVALLOS	La Matriz

Procedencia del saber		**Detalles de la procedencia**
☐	Padres -Hijos	La hermana de la señora Juana fue quien se encargó de transmitir el conocimiento del plato
☑	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☐	Otro	
Transmisión del saber		**Detalles de la transmisión**
☐	Padres -Hijos	La señora Juana aun no ha compartido el conocimiento a otras personas
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☑	Otro	

6.VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La importancia de las Cholas Quereñas para la comunidad es que son un símbolo de unión y economía. Este pan es un emblema gastronómico que atrae a los visitantes a la plaza del pueblo todos los domingos, debido a que mueve el comercio local. Su elaboración en asociaciones de mujeres no solo mantiene viva una receta de tradición panadera, sino que también promueve el emprendimiento y el sustento familiar.					
Sensibilidad al cambio					
☐	Alta	La sensibilidad al cambio de las Cholas Quereñas es Baja. La comunidad protege fuertemente sus rellenos y el uso del horno artesanal, que son su sello de identidad y sabor			
☐	Media				
☑	Baja				

7.INTERLOCUTORES				
APELLIDOS Y NOMBRES	**DIRECCIÓN**	**TELEFONO**	**SEXO**	**EDAD**
JUANA CHÉRREZ	AV. 17 DE ABRIL Y PEDRO FERMIN CEVALLOS	0984165415	FEMENINO	32

8.ELEMENTOS RELACIONADOS			
CODIGO/NOMBRE	**ÁMBITO**	**SUBAMBITO**	**DETALLE DEL SUBAMBITO**
N/A	N/A	N/A	N/A

9.ANEXOS			
TEXTOS	**FOTOGRAFIAS**	**VIDEOS**	**AUDIO**
	IMG-20251102.jpg		

10.OBSERVACIONES
N/a

11.DATOS DE CONTROL	
Entidad Investigadora: Universidad Técnica de Ambato	
Inventariada por: Isaac, Sierra	**Fecha de inventario:** 02/11/2025
Revisada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de Revisión:** 06/11/2025
Aprobada por: Ing. Diego Melo	**Fecha de aprobación:** 06/11/2025
Registro Fotográfico: Ing. Diego Melo	

Nota: En esta tabla se encuentra la información de las Cholas quereñas

Tabla 15

Ficha sobre el Hornado

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR **INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL** DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO **A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO**	**CÓDIGO** **0009**

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Tungurahua	**Cantón: Quero**	
Parroquia: La Matriz	☑ **Urbana**	☐ **Rural**
Localidad: La Matriz		
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM: -1.3810431092159656, -78.60894200512541		

-2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: HORNADO, FOTO: ISAAC SIERRA, 2025

Código fotográfico: IMG-20251102

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	**Otra (s) denominación (es)**	
HORNADO	D1	N/A
Grupo social	**Lengua (s)**	

MESTIZO	L1	ESPAÑOL

Subámbito	**Detalle del subámbito**
GASTRONOMÍA	Sistema de creencias vinculadas a la gastronomía

Breve reseña

El Hornado es la joya de la corona de la cocina andina, un plato festivo y sustancioso que tiene al cerdo entero como protagonista. La carne se marina durante horas, a veces días, con una mezcla potente de comino, ajo, chicha y achiote, y luego se hornea lentamente, tradicionalmente en horno de leña. El resultado es una carne extremadamente tierna que se desprende del hueso, coronada por un cuero crocante y dorado. Se sirve con tortillas de papa o mote, que son un plato que simboliza la celebración y la gran tradición culinaria mestiza del Ecuador.

4. DESCRIPCIÓN

El Hornado es un plato que requiere tiempo y maestría. Se utiliza un cerdo entero o una pierna grande, que es frotado exhaustivamente con un adobo robusto. Este aliño es clave y varía ligeramente según la provincia, pero siempre incluye una base ácida (naranja agria o chicha de jora), ajo molido, comino, achiote para el color, y sal.

La cocción es esencial del plato: el cerdo se hornea a fuego lento durante varias horas (de 4 a 8 horas) en un horno de ladrillo o leña. El calor prolongado derrite la grasa, para suavizar la carne hasta un punto inigualable. Hacia el final, se sube el fuego para lograr el ansiado "cuerito" crujiente. El jugo que suelta el cerdo se utiliza para humedecer el mote y las papas. Se sirve en grandes presas acompañado de tortillas de papas y un curtido de cebolla y tomate. Es un plato central en mercados y celebraciones importantes.

Fecha o periodo		**Detalle de la periodicidad**
☐	Anual	La señora Silvia Cáceres elabora este plato continuamente debido a que es uno de los más pedidos
☑	Continua	
☐	Ocasional	
☐	Otro	
Alcance		**Detalle del alcance**
☐	Local	El Hornado es Nacional porque es el plato principal de las fiestas de la Sierra. Representa la herencia mestiza de las haciendas, une a todas las familias y se come y se respeta en cada rincón del Ecuador.
☐	Provincial	
☐	Regional	
☑	Nacional	
☐	Internacional	

Elementos	**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**

E1	Cerdo	Animal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Ajo	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Sal	Mineral	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Achiote	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E5	Cebolla paiteña	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E6	Papas	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Producción propia
E7	Mote	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E8	Tomate	Vegetal	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
Herramientas		**Tipo**	**Procedencia**	**Forma de adquisición**
E1	Horno	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E2	Bandejas de acero	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E3	Cuchillo	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra
E4	Olla Grande	Tradicional	QUERO, TUNGURAHUA	Compra

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	**Nombre**	**Edad /Tiempo de actividad**	**Cargo, función o actividad**	**Dirección**	**Localidad**
Individuos	Silvia Cáceres	8 AÑOS	HABITANTE DEL SECTOR	AV. 17 DE ABRIL Y PEDRO FERMIN CEVALLOS	La Matriz

Procedencia del saber		**Detalles de la procedencia**
☐	Padres -Hijos	La prima de la señora Silvia fue quien se encargó de transmitir el conocimiento del plato
☑	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	

☐	Otro	
Transmisión del saber		**Detalles de la transmisión**
☐	Padres -Hijos	La señora Juana aún no ha compartido el conocimiento a otras personas puesto que no tiene hijos, cuando los tenga el conocimiento será transmitido
☐	Maestro-Aprendiz	
☐	Centro de capacitación	
☑	Otro	

6.VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

El Hornado es la máxima expresión de fiesta y prosperidad. Es un plato que simboliza abundancia y celebración. Su importancia es que une a toda la comunidad y la familia en días especiales como navidad, bodas, ferias. Es una muestra de orgullo de la Sierra, pues mantiene viva la tradición del horno de leña y la maestría mestiza para sazonar.

Sensibilidad al cambio

☐	Alta	La sensibilidad al cambio del Hornado es baja porque es un plato ceremonial que requiere una técnica de cocción estricta y una marinada tradicional. La comunidad exige el cuerito crocante y la carne tierna, por eso no se alterarará el ingrediente principal o el proceso seria rechazado por respeto a su valor histórico y festivo.
☐	Media	
☑	Baja	

7.INTERLOCUTORES

APELLIDOS Y NOMBRES	DIRECCIÓN	TELEFONO	SEXO	EDAD
SILVIA CÁCERES	AV. 17 DE ABRIL Y PEDRO FERMIN CEVALLOS	0998464240	FEMENINO	28

8.ELEMENTOS RELACIONADOS

CODIGO/NOMBRE	ÁMBITO	SUBAMBITO	DETALLE DEL SUBAMBITO

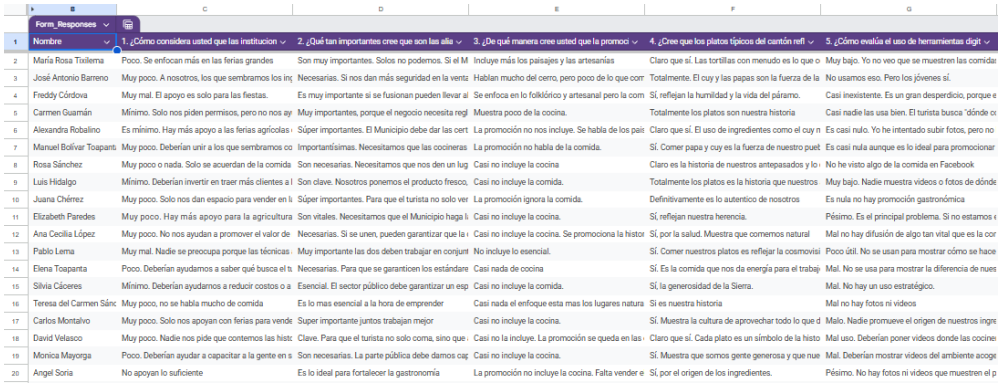
N/A	N/A	N/A	N/A
9.ANEXOS			
TEXTOS	**FOTOGRAFIAS**	**VIDEOS**	**AUDIO**
	IMG-20251102.jpg		
10.OBSERVACIONES			
N/a			
11.DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Universidad Técnica de Ambato			
Inventariada por: Isaac, Sierra		**Fecha de inventario:** 02/11/2025	
Revisada por: Ing. Diego Melo		**Fecha de Revisión:** 06/11/2025	
Aprobada por: Ing. Diego Melo		**Fecha de aprobación:** 06/11/2025	
Registro Fotográfico:			

Nota: En esta tabla se encuentra la información del Hornado

Variable dependiente

Figura 4

Encuesta del instrumento de la variable dependiente



Nombre	1. ¿Cómo considera usted que las institucion	2. ¿Qué tan importantes cree que son las alia	3. ¿De qué manera cree usted que la promoci	4. ¿Cree que los platos típicos del cantón refl	5. ¿Cómo evalúa el uso de herramientas digit
María Rosa Tixilema	Poco. Se enfocan más en las ferias grandes	Son muy importantes. Solos no podemos. Si el M	Incluye más los paisajes y las artesanías	Claro que sí. Las tortillas con menudo es lo que o	Muy bajo. Yo no veo que se muestren las comidas
José Antonio Barreno	Muy poco. A nosotros, los que sembramos los ing	Necesarias. Si nos dan más seguridad en la venta	Hablan mucho del cerro, pero poco de lo que com	Totalmente. El cuy y las papas son la fuerza de la	No usamos eso. Pero los jóvenes sí.
Freddy Córdova	Muy mal. El apoyo es solo para las fiestas.	Es muy importante si se fusionan pueden llevar al	Se enfoca en lo folklórico y artesanal pero la com	Sí, reflejan la humildad y la vida del páramo.	Casi inexistente. Es un gran desperdicio, porque e
Carmen Guamán	Mínimo. Solo nos piden permisos, pero no nos ay	Muy importantes, porque el negocio necesita regi	Muestra poco de la cocina.	Totalmente los platos son nuestra historia	Casi nadie las usa bien. El turista busca "dónde co
Alexandra Robalino	Es mínimo. Hay más apoyo a las ferias agrícolas	Súper importantes. El Municipio debe dar las cert	La promoción no nos incluye. Se habla de los pais	Claro que sí. El uso de ingredientes como el cuy n	Es casi nulo. Yo he intentado subir fotos, pero no
Manuel Bolívar Toapant	Muy poco. Deberían unir a los que sembramos co	Importantísimas. Necesitamos que las cocineras	La promoción no habla de la comida.	Sí. Comer papa y cuy es la fuerza de nuestro pueb	Es casi nula aunque es lo ideal para promocionar
Rosa Sánchez	Muy poco o nada. Solo se acuerdan de la comida	Son necesarias. Necesitamos que nos den un lug	Casi no incluye la cocina	Claro es la historia de nuestros antepasados y lo	No he visto algo de la comida en Facebook
Luis Hidalgo	Mínimo. Deberían invertir en traer más clientes a l	Son clave. Nosotros ponemos el producto fresco,	Casi no incluye la comida.	Totalmente los platos es la historia que nuestros	Muy bajo. Nadie muestra videos o fotos de dónde
Juana Chérrez	Muy poco. Solo nos dan espacio para vender en l	Súper importantes. Para que el turista no solo ver	La promoción ignora la comida.	Definitivamente es lo autentico de nosotros	Es nula no hay promoción gastronómica
Elizabeth Paredes	Muy poco. Hay más apoyo para la agricultura	Son vitales. Necesitamos que el Municipio haga li	Casi no incluye la cocina.	Sí, reflejan nuestra herencia.	Pésimo. Es el principal problema. Si no estamos
Ana Cecilia López	Muy poco. No nos ayudan a promover el valor de	Necesarias. Si se unen, pueden garantizar que la	Casi no incluye la cocina. Se promociona la histor	Sí, por la salud. Muestra que comemos natural	Mal no hay difusión de algo tan vital que es la cor
Pablo Lema	Muy mal. Nadie se preocupa porque las técnicas	Muy importante las dos deben trabajar en conjunt	No incluye lo esencial.	Sí. Comer nuestros platos es reflejar la cosmovisi	Poco útil. No se usan para mostrar cómo se hace
Elena Toapanta	Poco. Deberían ayudarnos a saber qué busca el tu	Necesarias. Para que se garanticen los estándare	Casi nada de cocina	Sí. Es la comida que nos da energía para el trabaj	Mal. No se usa para mostrar la diferencia de nues
Silvia Cáceres	Mínimo. Deberían ayudarnos a reducir costos o a	Esencial. El sector público debe garantizar un esp	Casi no incluye la comida.	Sí, la generosidad de la Sierra.	Mal. No hay un uso estratégico.
Teresa del Carmen Sánc	Muy poco, no se habla mucho de comida	Es lo mas esencial a la hora de emprender	Casi nada el enfoque esta mas los lugares natura	Si es nuestra historia	Mal no hay fotos ni videos
Carlos Montalvo	Muy poco. Solo nos apoyan con ferias para vende	Super importante juntos trabajan mejor	Casi no incluye la cocina.	Sí. Muestra la cultura de aprovechar todo lo que d	Malo. Nadie promueve el origen de nuestros ingre
David Velasco	Muy poco. Nadie nos pide que contemos las histo	Clave. Para que el turista no solo coma, sino que	Casi no la incluye. La promoción se queda en las	Claro que sí. Cada plato es un símbolo de la histo	Mal uso. Deberían poner videos donde las cocine
Monica Mayorga	Poco. Deberían ayudar a capacitar a la gente en s	Son necesarias. La parte pública debe damos cap	Casi no incluye la cocina.	Sí. Muestra que somos gente generosa y que nue	Mal. Deberían mostrar videos del ambiente acoge
Angel Soria	No apoyan lo suficiente	Es lo ideal para fortalecer la gastronomía	La promoción no incluye la cocina. Falta vender e	Sí, por el origen de los ingredientes.	Pésimo. No hay fotos ni videos que muestren el p

Nota: Respuestas de las preguntas (1-5)

Figura 5

Encuesta del instrumento de la variable dependiente

6. ¿Qué tipo de contenido digital considera qu	7. ¿Qué tan efectiva cree que es la planificaci	8. ¿Considera que la promoción de la gastror	9. ¿Cómo calificaría la participación de la cor	10. ¿De qué manera cree que los habitantes	11. ¿Cómo percibe la difusión de la oferta tur
Mostrar fotos de cómo se hace la comida.	Poco efectiva, porque los mensajes no hablan de	No mucho. Dicen que quieren turismo, pero no da	Media. La gente se anima si hay concursos o fies	Si el municipio da mas enfoque a la gastronomía.	Muy débil. La gente solo sabe dónde comprar cor
Fotos de los campos llenos de tubérculos	Considero que no se enfocan en la gastronomía	No conozco que un objetivo se alinee con la gastr	Es voluntaria y son en eventos no tan seguidos	Que vean cómo se saca la papa y que entiendan	No se escucha mucho sobre la comida cuando pr
Reels de "5 Platos que Debes Probar en Quero" y	La planificación es cero. No hay un mensaje claro	No hay un objetivo que hable sobre la gastronomí	Es baja por desmotivación. La gente no ve un retc	A través de la innovación en el servicio	Muy pobre. No existe un directorio gastronómico.
Mostrar fotos de platos servidos de manera atrac	Nada efectiva. El mensaje no nos diferencia de ot	No. Si quieren que la gente se quede a comer, det	Baja son pocas las personas que participan en la	Que el GAD haga concursos de sabor y calidad	Muy limitada. No hay mapas, no hay letreros, no h
Videos cortos de la preparación y fotos de los pla	Es dispersa. No hay un mensaje fuerte	No totalmente. Quieren turismo, pero no entiende	Es baja por falta de incentivos.	Mejorando la calidad del servicio	Muy mala. No hay un directorio o un mapa que m
Videos de la cosecha. Que vean cómo se saca la	No hay tantos mensajes en especifico que hablen	No. Si los turistas vienen a ver lo natural, la comid	Media. La gente quiere participar, pero necesita q	Permitiendo visitas guiadas a los restaurantes	Muy mala. No hay ninguna guía. Yo vendo mis pa
Que muestren la receta original	No hay mensajes de comida	Quieren que la gente venga, pero no les dicen por	Es voluntaria, pero falta organización.	Documentando las recetas	Muy poca difusión
Videos cortos que muestren la frescura del produ	No es efectiva	No, no hay objetivo de la gastronomía	Es media. La gente está dispuesta a abrir sus pue	Vendiendo directamente a los turistas.	Pobre. El turista que llega no tiene información de
Videos de ferias y de los platos servidos en el me	No es efectiva. Si viniera más gente, sabríamos q	No. Quieren que la gente venga por el paisaje, per	Media. La gente tiene la voluntad	Mejorando la higiene y haciendo más visibles los	Casi nula. Solo los que viven cerca saben dónde c
Fotografías de alta calidad	Nula. No hay un mensaje fuerte que use la gastro	No. Si los turistas vienen a ver lo auténtico, la con	Media. La gente se anima si ve que hay un retorn	Capacitándonos en el manejo de alimentos, prese	Muy débil. No existe una marca de calidad
Videos que expliquen los beneficios de los produc	No es efectiva. Los mensajes deberían ser: "Com	No se enfocan en la gastronomía	Media. La gente tiene el conocimiento, pero nece	Certificando la calidad	Poca. Si el turista no pregunta, no se entera.
Videos que muestren la cocción	No funciona. No hay un mensaje que hable del sa	No hay objetivo gastronómico	Poco util ya que no se participa activamente	Organizando talleres gastronómicos	Muy mala. No hay ninguna guía o folleto que diga
Videos cortos de las cocineras probando el plato	No es efectiva. No hay mensajes que digan que e	No. Si quieren que el turista venga, deben darle ur	Media. Queremos participar, pero nos da miedo q	Recibiendo capacitación para mejorar la presenta	Muy mala. No hay ninguna lista de dónde se vend
Testimonios de clientes satisfechos y videos com	No es efectiva. El mensaje no habla de que aquí e	Ningún objetivo promueve la cocina	Media. La gente trabaja duro, pero si no hay client	Unificando los precios para ser competitivos y ga	Muy limitada. Solo se sabe de los locales que est
Videos de las diferentes preparaciones	No es efectiva, no hace que llame la atención del	No hay objetivo	Media. Queremos participar, pero necesitamos q	Con ferias gastronómicas	Casi nada no incluyen la gastronomía en la oferta
Videos cortos sobre la calidad	El mensaje es genérico y no diferencia a Quero.	No existen un objetivo que hable de la gastronom	Media. La gente trabaja, pero necesita que el GAD	Generando valor agregado a los productos	Muy débil. No hay una guía de calidad
Videos de historias	No es efectiva. El mensaje no habla de la sabiduri	La gastronomía esta en segundo plano y por eso	Media. La gente tiene las historias y quiere contar	Organizando eventos de cuentacuentos en los co	Muy limitada. Nadie sabe que aquí la comida tien
Fotos del interior de los locales con la gente rienc	No es efectiva. Los mensajes no hablan de la exp	No. Si el objetivo es vender una experiencia rústic	Media. La gente tiene el cariño para atender, pero	Mejorando el servicio al cliente	Muy poca. Nadie promueve el buen servicio
Fotos de primeros planos de platos con buena pr	No es efectiva	No. Si el objetivo es captar al turista joven, la com	Media. Los jóvenes queremos hacer cosas nueva	Adaptando los menús a las dietas modernas	Muy limitada

Nota: Respuestas de las preguntas (6-11)

Figura 6

Encuesta del instrumento de la variable dependiente

12. ¿Qué tipo de campañas o mensajes cons	13. ¿Qué importancia cree que tiene el uso de	14. ¿Cuáles son los elementos visuales que r	15. ¿Qué tipo de experiencias relacionadas o	16. ¿Cómo podría la comunidad crear experi
"Venga a Quero a probar la gastronomía tradicion	Toda la importancia. La gente come con los ojos,	El horno de leña, el plato de barro con la comida s	Poder participar en la preparación de las comidas	Creando rutas para que el turista sepa donde com
Mensajes que digan que la comida de Quero es 1	Yo creo que es importante para que el turista sep	Los cultivos, la tierra y las herramientas	Cosechar su propia comida	Que el turista pague por entrar y ver el proceso, y
Mensajes que apelen a la "autenticidad" y la "expe	Es lo más importante. Una buena foto es una resp	La gente del campo con sus ponchos, el humo de	Comer en la cocina de una familia local	Ofrecer un recetario a los turistas y aprendan sob
Mensajes enfocados en el sabor de casa, algo qu	Mucha. Necesitamos fotos profesionales de los p	El cuy asado en brasas	Cenas temáticas que cuenten la historia de los pl	Certificando la autenticidad y que los turistas viva
Campañas que garanticen el sabor de la Sierra y l	Máxima importancia. Una foto bonita y limpia en	El plato de barro, los ingredientes rústicos	Degustaciones de los productos	Organizando visitas programadas a los comedore
Mensajes que destaquen el origen de los ingredie	Es importante para mostrar que el producto es lin	El producto servido en el plato	Que los propios turistas cocinen su plato	Antes de que el turista deguste se le cuente la his
Mensajes que hablen del sabor original y casero	Mucha importancia. Una buena foto te da apetito.	Los platos y las herramientas que ayudan a prepa	Que puedan ver cómo cocinamos	Vendiendo un recetario
Mensajes que hablen de la cadena de valor comp	Toda la importancia. La gente quiere ver que la cc	Los platos con una buena calidad	Poder cosechar y cocinar al mismo tiempo	Creando recetarios para que el turista venga
Campañas que prometan "Sabor de Fiesta todo el	Total importancia. La gente come lo que ve.	El maíz, el cuy recién asado y el ambiente de la fe	Probar varios platillos pequeños	Creando un lugar en específico que ofrezcan solo
Mensajes que hablen de "Recetas de Abuela con l	La más alta. En turismo, la imagen lo es todo.	El plato bien limpio y decorado	Cenas temáticas que expliquen la historia del plat	Formalizando un recetario para garantizar que lo
El mensaje sería "Comida única y llena de historia	Importante. Debe verse limpio y natural.	La preparación y los platos debe ser lo ideal	Experiencias vivenciales incluyendo a la cocina	Creando recetarios llenos de historia de los platos
Mensajes que se enfoquen en la experiencia de la	Es lo que mayor llama la atención y eso la hace er	Las cocinas, las técnicas y los platos	Clases de cocina sobre cómo usar los productos	Documentando todas las recetas en un libro
Campañas que prometan "Sabor de Pueblo"	Importante. La foto debe mostrar que el plato es	El cuy recién salido del horno, la mano de la cocin	Que puedan ver los ingredientes que usamos y qu	Dándoles a probar versiones pequeñas de varios
Mensajes que se centren en el valor de la comida	Alta. La imagen debe mostrar la limpieza, la abun	El plato lleno de comida	Menús de degustación	Recopilando las recetas y hacerlas llegar a los tur
Mensajes que resuman la experiencia gastronóm	Alto así los visitantes vendrán a nuestros locales	Los platos que hablan nuestra historia	Explicar las preparaciones antes de desgustar	Dar información de las recetas para que intenten
Mensajes que se centren en la calidad, frescura y	Alta. Se necesita que las imágenes muestren higi	Los platos con una buena presentación	Catas de productos	Formalizando un recetario con historia
Mensajes como "Deguste la historia de Quero"	Alta. La imagen debe mostrar el rostro de la cocir	Las manos sabias de la cocinera, los utensilios ar	Comidas con narración	Documentaciones con historias de las recetas pa
Mensajes que se centren en la calidez y el ambier	Muy alta. La imagen debe mostrar un local acoge	La decoración rústica con cucharetas, la atención	Que la cocinera salga a saludar a los clientes y qu	Vender un recetario
Mensajes como "Tradición que crece en cada boc	Máxima. La presentación es el primer bocado	Los colores deben ser lo esencial en la foto del pl	Degustaciones de platos tradicionale	Usando un recetario como guía para la replica de

Nota: Respuestas de las preguntas (12-16)

Figura 7

Entrevista a cocinera sobre el Hornado



Fuente: **Fotografía propia**

Figura 8

Entrevista a cocinera sobre las Cholas quereñas



Fuente: **Fotografía propia**

Figura 9

Entrevista a cocinera sobre las Empanadas de tiesto



Fuente: **Fotografía propia**

Figura 10

Entrevista a cocinera sobre las Tortillas de yuca con morcilla



Fuente: **Fotografía propia**

Figura 11

Entrevista a cocinera sobre el Caldo de 31



Fuente: **Fotografía propia**