



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

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

“La gastronomía típica como factor motivacional de viaje”

Autora: Toapanta Parra Rosa Estefanía

Tutora: Ing. Viteri Toro María Fernanda Mg.

Ambato – Ecuador

julio, 2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: “**La gastronomía como factor motivacional de viaje**”, de la estudiante Rosa Estefanía Toapanta Parra, 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, julio 2022

LA TUTORA

.....
Ing. María Fernanda Viteri Toro, Mg.

C.C.: 1802903888

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**La gastronomía típica como factor motivacional de viaje**” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, julio 2022

LA AUTORA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rosa Estefania Toapanta Parra', written over a horizontal line.

.....
Rosa Estefania Toapanta Parra

C.C.: 0503685927

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Ambato, julio 2022

LA AUTORA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rosa Estefania Toapanta Parra', written over a horizontal line.

.....
Rosa Estefania Toapanta Parra

C.C.: 050368592-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**La gastronomía como factor motivacional de viaje**” de Rosa Estefania Toapanta Parra, 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, julio 2022

Para constancia firman

Lic. Johana Gabriela Monge Martínez Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

1803149614

Lic. Mario Giovanni Romo Rojas Mg.

MIEMBRO CALIFICADOR

1803156478

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación está dedicado en primer lugar a mi madre Lorena Parra que ha sido mi apoyo incondicional en todo este tiempo y mi inspiración, a la Familia Lema Chicaiza por abrirme las puertas de su casa y apoyarme en mis peores momentos, a Marlon Lema mi enamorado por ser ese compañero incondicional en todo este proceso, también dedico este proyecto a mi difunto abuelo (padre) que me acompaña y cuida desde el cielo, se lo dedico a mi fiel compañero Peluchin por estar a mi lado en todo momento y acompañarme en cada aventura.

De igual manera a Ana Lucia por ser parte de este triunfo, a mi familia y amigos más cercanos que estuvieron en todo el proceso.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por permitirme cumplir una meta más en mi vida, a mi madre por ser el pilar fundamental en mi vida y por apoyarme en todo momento, a la Universidad Técnica de Ambato por abrirme las puertas de sus aulas y poderme formar como profesional, agradezco a todas las personas que Dios ha puesto en mi camino en el transcurso de este tiempo.

Agradezco a mi tutora María Fernanda Viteri Toro por ser una gran guía de apoyo, más que una docente ser una amiga y brindarme toda la información a su alcance para nutrir mis conocimientos.

Agradecer infinitamente a la señora Pilar Del Roció Medina, propietaria de Chugchucaras Roció, por ser de suma importancia en el proceso de investigación y por la ayuda brindada mediante la información deseada.

Rosa Estefania Toapanta Parra

Índice General

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
AUTORÍA DEL TRABAJO	III
DERECHOS DE AUTOR	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	V
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN EJECUTIVO	XII
ABSTRACT	XIII
CAPITULO I.....	1
MARCO TEORICO.....	1
Antecedentes	1
Teorías.....	2
Teoría Funcionalismo de Malinowski.....	2
Teoría del Giro ontológico	3
Descripción de las variables.....	4
Variable independiente: La gastronomía típica.....	4
Alimentación.....	4
Historia de la gastronomía	5
Importancia de la gastronomía	6
Gastronomía tradicional	8
La gastronomía y cultura.....	10
Sabores y aromas de la gastronomía	12
El rol de la mujer en la cocina típica.....	13

Variable dependiente: Motivación de viaje.....	14
Motivación	14
Perfil del turista.....	17
Motivaciones culturales	18
Motivaciones personales	19
Motivaciones familiares	20
Motivaciones Recreativas	21
Necesidades, motivos, motivaciones.....	21
Satisfacción del turista	23
1.2 OBJETIVOS	25
Objetivo General:	25
Objetivos Específicos:.....	25
Descripción de los objetivos	25
CAPÍTULO II	27
METODOLOGÍA	27
2.1 Materiales.....	27
2.2 Métodos	28
-Ontología relativista.....	28
-Epistemología subjetivismo.....	28
-Paradigma pragmatismo	28
-Enfoque cualitativo	29
-Diseño no experimental transversal.....	29
-Alcance descriptivo fenomenológico.....	29
-Alcance Territorial.....	30

-Características	30
-Población y muestra.....	30
-Técnicas	31
- Inventario	31
-Cartografía social.....	31
-Instrumentos	32
-Fichas	32
-Mapas parlantes	34
-Análisis de validez y fiabilidad de los instrumentos	34
-Retribución de la información	34
2.3 Hipótesis.....	36
CAPÍTULO III.....	37
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	37
3.1 Análisis y discusión de los resultados.....	37
Discusión de resultados.....	53
Análisis del Mapa Parlante.....	56
CAPITULO IV	60
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	60
Conclusiones	60
Recomendaciones.....	62
Bibliografía	66
ANEXOS	73

INDICE DE TRABLAS

Tabla 1: Recursos.....	27
Tabla 2: ATLAS ALIMENTARIO (Chugchucaras)	37
Tabla 3: ATLAS ALIMENTARIO (Allullas)	39
Tabla 4: ATLAS ALIMENTARIO (Queso de hoja)	40
Tabla 5: ATLAS ALIMENTARIO(Buñuelos)	41
Tabla 6: ATLAS ALIMENTARIO (Tortillas de maíz).....	42
Tabla 7: ATLAS ALIMENTARIO (Caldo de gallina).....	43
Tabla 8: ATLAS ALIMENTARIO (Cuy asado)	45
Tabla 9: ATLAS ALIMENTARIO (Morocho)	47
Tabla 10: ATLAS ALIMENTARIO (Papas con cuero)	48
Tabla 11; ATLAS ALIMENTARIO (Chicha).....	49
Tabla 12: ATLAS ALIMENTARIO (Locro de cuy).....	50
Tabla 13: ATLAS ALIMENTARIO (Fritada).....	52
Tabla 14: Mapa Parlante	59
Tabla 15: Leyenda del Mapa Parlante.....	59
Tabla 16: Guion del recurso audiovisual	63

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edición del video.....	65
---	----

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación consiste en conocer la importancia de la gastronomía típica y tradicional dentro del campo del turismo gastronómico, teniendo en consideración los platos típicos y tradicionales de la ciudad de Latacunga y como estos influyen en las motivaciones de los turistas en su decisión de elegir un lugar de destino para ser visitado. En cuanto a las motivaciones de los turistas llegan a ser personales, familiares e incluso se ven atraídos por lo cultural, en lo que respecta a este tema se tiene en cuenta que todo esto conlleva a ser un plato tradicional dentro del contexto turístico y cuanta historia posee detrás de la variedad de platillos, desde su preparación y cuán importante son las técnicas tradicionales implementadas en cada uno. En la metodología se considera un enfoque cualitativo, mediante la ontología relativista. Se toma en cuenta también que la publicidad juega un papel importante en cuanto a la demanda de turistas en la ciudad de Latacunga, por lo que es sustancial realizar un mejoramiento en todo lo que a la difusión de los sectores en donde se brinda la comida típica y tradicional, y que platos se ofertan en cada uno de ellos, la gastronomía típica de Latacunga se representa por las chugchucaras, queso de hoja y las allullas, que conforme con la investigación cada uno de estos se ha ido conservando de generación en generación, con algunas técnicas tradicionales aún utilizadas por las nuevas generaciones. Los resultados de la investigación reflejan la variedad de platillos que la ciudad de Latacunga oferta en restaurantes de comida típica y tradicional, también en mercados, pero se distinguen 3 platillos en cuanto a la identidad del lugar.

PALABRAS CLAVE: GASTRONOMIA TIPICA, TRADICIONAL, IDENTIDAD, CULTURAL, MOTIVACION.

ABSTRACT

The present investigation consists of knowing the importance of typical and traditional gastronomy within the field of gastronomic tourism, taking into consideration the typical and traditional dishes of the city of Latacunga and how these influence the motivations of tourists in their decision to choose a restaurant. destination to be visited. As for the motivations of tourists become personal, family and are even attracted by the cultural, with regard to this issue is taken into account what it means to be a traditional dish within the tourist context and how much history it has. behind the variety of dishes, from their preparation and how important the traditional techniques implemented in each one is. In the methodology, a qualitative approach is considered, through relativistic ontology. It is also taken into account that advertising plays an important role in terms of the demand for tourists in the city of Latacunga, so it is essential to make an improvement in everything related to the dissemination of the sectors where the typical food is offered. and traditional, and what dishes are offered in each of them, the typical gastronomy of Latacunga is represented by chugchucaras, leaf cheese and allullas, which according to the investigation each of these has been preserved from generation to generation, with some traditional techniques still used by new generations. The results of the investigation reflect the variety of dishes that the city of Latacunga offers in restaurants of typical and traditional food, also in markets, but 3 dishes are distinguished in terms of the identity of the place.

KEYWORDS: TYPICAL, TRADITIONAL, IDENTITY, CULTURAL, MOTIVATION GASTRONOMY.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

La gastronomía es el arte de la preparación de una buena comida que se compone de un conjunto de conocimientos y prácticas relacionadas con el arte culinario, las recetas, los ingredientes, las técnicas y los métodos, así como su evolución histórica y su significado cultural, teniendo en cuenta que la misma proporciona un sabor único, además que se la puede aprovechar como un ingreso económico y que hoy en día ha sido incluida en el sector turístico como turismo gastronómico **(Elizalde et. al, 2020)**.

La comida hoy en día ha sido caracterizada mundialmente para ser parte del turismo gastronómico debido a que los turistas tienen como motivación visitar lugares que posean platos típicos y tradicionales y de esa manera degustar de cosas diferentes además de poder conocer nuevas culturas en base a un plato, teniendo en cuenta cada aspecto denominado por el turismo gastronómico que hoy en día se da se tiene presente que es una de las motivaciones de los turistas por visitar un destino turístico **(Villagómez et. al, 2017)**.

Las motivaciones gastronómicas se han visto reflejados en cada uno de los turistas que ahora poseen el gusto de visitar distintos lugares en los que se mantenga una tradición gastronómica por la que exista una historia de por medio y que se esté dando de generación en generación y así puedan ser transmitidas a los mismo para un mayor aprendizaje, mediante por el cuál esta tipología de turismo ha expandido nuevos horizontes en la incrementación económica para el país **(Villagómez et. al, 2017)**.

Por otro lado el caso de estudio está relacionado con el cantón Latacunga, este lugar presenta gran variedad de comida típica por lo que atrae a los turista, en el mismo se realiza distintas festividades en la que la demanda de turistas es muy alta y los

prestadores de servicio del sector de restauración se ven beneficiados porque a más de consumir y generar un ingreso económico a los negocios también conocían y degustaban los platos típicos, de esta manera llevándose una buena referencia de la comida de este lugar (MINTUR, 2016).

Teorías

Teoría Funcionalismo de Malinowski

Bronislaw Malinowski manifiesta que la teoría del funcionalismo se basa en el detalle de los acontecimientos antropológicos en todas las categorías de mejora por su finalidad, principalmente por el rol que cumplen dentro del régimen cultural y a su vez por la forma de mantenerse vinculado entre sí en la parte interna del proceso. Siendo este también una conexión al entorno, por tanto, la particularidad realista de una cultura se basa en el vínculo estructurado de todos sus elementos. Sin embargo, el autor no definió a la cultura como aspecto global, sino que únicamente expuso casi toda su teoría con un enfoque descriptivo detallando ideas específicas.

Cabe mencionar que Malinowski contemplaba las culturas como uniformes en función de que cada tradición existente cumpla un objetivo, es decir, se refiere al total de recursos que usa el ser humano para cumplir sus expectativas. Por tal razón, estas deben estar unidas, lo cual para el autor fundamentaba su ideología como algo sistémico y global. Así mismo, afirmo que la cultura es fundamentalmente una propiedad material por el cual el individuo se posiciona en la perspectiva más adecuada para resolver problemáticas en particular que se encuentra en su entorno, en el transcurso del cumplimiento de sus deseos (Gaona y Tejera, 1986).

De este modo, al ser la cultura parte fundamental de la sociedad, se ha considerado la variable gastronomía típica debido a que esta presenta un gran aporte en el desarrollo del campo de estudio seleccionado. Teniendo en cuenta que previamente es importante analizar el ámbito cultural del lugar para poder enfocar de mejor manera a los platos típicos e incluso dar mayor relevancia a la identidad tradicional. Además, hoy en día las personas buscan estar en contacto con lo autóctono, por ende, el área gastronómica se convierte en uno de sus principales intereses.

Por consiguiente, en cuanto a la variable planteada se desea distinguir las costumbres y tradiciones del lugar siendo su propósito resaltar y dar a conocer los campos habituales y pocos conocidos en los que sea posible destacar la gastronomía y todos sus componentes que permitan tener un mayor alcance. Lo que genere visitas y despierte el interés de los turistas para realizar turismo gastronómico, y al mismo tiempo, involucrarse en otros aspectos culturales de la zona; en la actualidad la temática mencionada ha sido demandada por los visitantes y conocida como una nueva tendencia en el sector turístico **(Cadenas, 2016)**.

Teoría del Giro ontológico

La teoría del giro ontológico está basada en la perspectiva nueva que se les da a las cosas mediante un sistema en el cual vaya funcionando de la misma manera y adecuando una cosa con la otra, por lo tanto, esta teoría se basa en el poder que busca dar una conceptualización en los roles de género tomando en cuenta cada uno de ellos como importante en una investigación, teniendo presente como se desenvuelve cada uno en los diversos temas. Además, posee la interculturalidad que está ligada con la cultura y todo lo relacionado a la misma, teniendo en consideración cada uno de los parámetros que reconozcan a esta variable como una cultura **(Balsaneli, 2022)**.

No solamente se entiende por los roles de género o por la cultura a esta teoría, sino también está basada en la interdisciplinariedad que respeta cada uno de los saberes que se ha dado de generación en generación mediante un estudio determinado, al igual que prestar los debidos cuidados y conseguir variedad de información para que los mismo saberes no se vayan perdiendo con el pasar del tiempo y en la actualidad se maneje de la misma manera la práctica de los mismos teniendo en consideración como se realizaba en la antigüedad **(Ruiz y Cairo, 2016)**.

Descripción de las variables

Variable independiente: La gastronomía típica

Alimentación

Hace varias décadas atrás la alimentación surgió como algo fundamental en la sociedad debido a que era un proceso por el cual los seres vivos buscaban subsistir, además de prever alimentos de diversas maneras ya sean, frutos, plantas entre otras cosas en esos tiempos. Además de tener en cuenta que la alimentación es un proceso por el cual se puede llegar a estudiar a una persona de manera predilecta en la sociedad, debido a todos los procesos que surgen en esta actividad dentro de un círculo social **(Fróna y otros, 2019)**.

Teniendo como referencia que los alimentos están situados en diversos escenarios en la vida cotidiana de una persona, siendo el mismo que se da en tiempo, espacio y una sociedad determinada, con esto se entiende que no todos los comensales van a gustar de los mismos alimentos que otras personas por lo tanto, estar en esta situación ayuda a realizar un estudio de mercado en el cual se puede obtener diversos factores y gustos de un comensal para la diversificación de productos alimentarios **(Aguirre, 2016)**.

Avanzado el tema se puede tener en consideración que la alimentación posee varias vistas y una de ellas es desde la antropología, basándose en hechos que este tema se puede ir desarrollando y modificando con el pasar del tiempo debido a la cultura y sociedad, existen distintos lugares en los cuales se puede tener el concepto de una alimentación correcta muy distinto a otro, por lo tanto el concepto en general de comida correcta engloba todo, el tiempo, que y cuando se debe comer, además de cuanto se debe de hacerlo para no exceder los límites de una nutrición correcta para el ser humano **(Fróna y otros, 2019)**.

En los años de 1943 se realizó una conferencia la misma que tenía por nombre Conferencia sobre la Agricultura y la Alimentación de las Naciones Unidas, en la misma se tomó en cuenta dos factores importantes como lo son el consumidos y el

productor, además de tener en vista la desnutrición que en este caso estaría ocasionado por la economía que conlleva a las personas de esos años a no poseer lo suficiente para realizar la compra de sus víveres y productos de alimentación, de esa manera se genera varios discursos en los cuales se está de acuerdo que los alimentos en la vida del ser humano son indispensables, de la misma forma en la que la economía también afecta al sector alimentario por la falta de recursos y así no poder ir surgiendo como un buen consumidor **(Aguirre, 2016)**.

El productor busca satisfacer las necesidades de los consumidores por lo tanto se ha generado la agricultura como un campo de abastecimiento de alimentos para esos años en consideración a los resultados que se buscaba obtener debido a la falta de nutrientes en las personas **(Suárez, 2016)**.

En consecuencia, la alimentación entendida como una transcendencia cultural, la cual con el pasar de los años se ha ido modificando de diversas formas, las misma que han permitido el avance y desarrollo de nuevas tendencias culinarias. No obstante, la alimentación no era solo un requerimiento de las personas como tal sino que también lego a ser un objeto de estudio científico en varios lugares del mundo por ejemplo Argentina llevo a cabo su primer estudio en el periodo de entreguerras lo cual permitió realizar varios cambios o adecuaciones en la producción, la comercialización e incluso en el consumo de los productos alimentarios, además se verifico la existencia de nuevas tendencias en los productos internacionales que se han ido introduciendo poco a poco en la cocina de los comensales del país en cuestión **(Buschini, 2016)**.

Historia de la gastronomía

Con el descubrimiento de la fundición de metales, las poblaciones se trasladaban en búsqueda de metales mejorando la comunicación entre poblaciones y dando inicio al comercio. La aparición del fuego al servicio de la alimentación humana fue un hecho significativo que cambió la forma de vida de los seres humanos, por ejemplo, los alimentos que antes no se podían consumir por su dureza, al cocinarlos se emblandecían y podían ser comidos **(Claudio y otros, 2017)**.

La agricultura y la domesticación de animales representan un segundo gran avance en la historia de la humanidad. La agricultura proporcionó una gran diversidad de alimentos y la domesticación de animales introdujo alimentos derivados de ellos, ambos aspectos contribuyeron a llevar una dieta más sana y variada, además de un aumento en la población en las diferentes civilizaciones (**Gheorghe y Tudorache, 2014**).

Mesopotamia fue la primera civilización de Medio Oriente, aquí se inició la civilización, la agricultura, la fundición de metales, domesticación de animales y el primer código escrito. La alimentación se basaba en los cereales: trigo, cebada y mijo y algunas leguminosas como lentejas y garbanzos, vegetales como cebolla, pepino, calabaza, berenjena, frutas como durazno, melón, almendras, moras, granadillas, y uvas (**Sonoja, 2017**).

Al tomar en cuenta la historia de la gastronomía se va dando a conocer cada uno de los aspectos que fueron relevantes para la implementación de la cocina en la antigüedad, de dicha manera los pueblos existentes en esas épocas podían resolver el problema de alimentación con un poco más de facilidad al tener ya animales y varias frutas y vegetales con los que se podían alimentar, los pueblos y comunidades de esas épocas eran unidos por lo que cada uno designado para realizar las tareas para la preparación de su comida y así poder alimentarse entre todos sin dejar de lado a nadie y así al transcurrir los días se iba dando nuevos descubrimientos para alimentarse y sembrar productos (**Sonoja, 2017**).

Importancia de la gastronomía

La importancia de la gastronomía se basa en cada uno de los lugares, ciudades o regiones las cuales se direccionan a esta rama por así decirlo es una de las variables en las que se da a reconocer la cultura de cada lugar, aquí se puede hablar sobre las costumbres, tradiciones y los estilos de vida en los pueblos o comunidades los cuales

se representan por poseer un plato típico o varios, los mismos que son reconocidos y están a alto alcance. Teniendo en cuenta que al hablar de la importancia gastronómica se puede ir observando cómo ha ido evolucionando las cosas y la forma de preparación de los alimentos, también toma en consideración la antigüedad de cada lugar en los que se ha ido aprovechando los recursos propios y cada uno de los procesos que se han ido avanzando con el paso de los años **(López y Margarida, 2011)**.

Respecto a la importancia también se puede tomar en cuenta que aporta de gran manera en el campo de la salud debidamente a que con el pasar del tiempo se ha ido dando la creación de recetas las mismas que podrían ser beneficiosas o destructivas para la salud de las personas, por otro lado también se puede tomar en cuenta que la gastronomía ha producido grandes cambios en la sociedad en los cuales e han visto reflejados personas muy longevas en distintas partes del mundo ya que llevan una alimentación buena y en épocas pasadas lo primordial eran los alimentos saludables sin que posean colorantes como hoy en día **(Burini, 2020)**.

Reanudando el tema la importancia de este factor es muy considerable en todos los aspectos incluyendo a un clima, debido a que la gastronomía en Ecuador específicamente se torna un poco diferente en las diversas regiones, por lo tanto, no va a ser siempre lo mismo en una región cálida que en una región de clima frío, pero, en consecuencia la gastronomía ha ido adaptándose a cada tipo y lugar en donde se la ha implementado de diversas maneras, no obstante, este tema es muy amplio por lo que se ha podido visualizar la adaptación en las costumbres, tradiciones, en cada uno de los alimentos dándoles una clase distinta como grasos, frescos, etc. **(Hernández, 2018)**.

Tomando en cuenta en la actualidad la importancia de la gastronomía se ha ido ampliando en los sectores y uno de ellos es el turístico el mismo que atrae turistas interesados por el tema de degustar platos típicos o sabores particulares que en sus países o lugares de origen no existe, centrándose o creando nuevas rutas gastronómicas las cuales permiten ir abriendo un campo muy riguroso para la activación de un sector en el cual la comida sea el centro de atención de los turistas **(Burini, 2020)**.

En varios lugares del mundo optan por realizar festejos los cuales incluyen específicamente a la gastronomía como el factor principal de estos espectáculos, los mismos que atraen a gran cantidad de demanda, realizando la degustación de platos únicos y atractivos siendo exóticos en estos lugares, hoy en día es de suma importancia conocer los platos típicos e incluso la historia para poder disfrutar de un mejor momento conjuntamente con los residentes de las comunidades o los creadores de las actividades gastronómicas **(Olivera, 2017)**.

Sin embargo la gastronomía brinda y se fortalece en la calidad debido a que lo primero que debe primar en un restaurante o feria gastronómica es la calidad del lugar e incluso de la atención por lo que esto llamara más la atención del cliente, es de suma importancia poseer con esta cualidad para que de esa manera los platos ofertados sean vendidos de manera exclusiva sin ningún inconveniente, con el pasar de los años la autenticidad de la gastronomía e ha visto relevante por lo que se ha ido conociendo diversidad en platos típicos que en la actualidad son degustados por personas extranjeras y nacionales los mismos que se unen a la tendencia de un nuevo turismo en el sector gastronómico y de esa manera disfrutar de nuevas experiencias **(Olivera, 2017)**.

Gastronomía tradicional

La gastronomía tradicional tiene por objetivo el mostrar una identidad propia de un lugar determinado o de una sociedad, además de la cohesión social y la distinción cultural, dada la relevancia del tema en este sentido lo tradicional es surgir o ir de generación en generación implementando las técnicas culinarias de los antepasados y no perder esas costumbres, en la gastronomía tradicional se puede recordad la infancia, momentos únicos los cuales se dieron por una receta esencial teniendo como fin pasar un período ameno **(Richards, 2017)**.

Teniendo en cuenta la teoría de Malinowsky contribuye a la creación de nuevos alimentos en base al vinculo que genera la misma con su entorno natural y lo cultural,

debido a que se toma en cuenta todos los aspectos para la realización del mismo en cuanto a la creación de platillos se puede tener en cuenta una manera distinguida en la cual se haga referencia a una nueva manera de crear y evolucionar manteniendo siempre un vínculo generado entre los alimentos característicos.

La cocina tradicional posee varias características las cuales reflejan todo el sentido de la palabra, entre ella se presenta a la cocina de reflejo sociocultural que surge como resultado de los productos de la tierra de una zona determinada, los productos que se cosechan o siembran en el lugar es debido a las necesidades de los habitantes de ese sitio los cuales al momento de cosechar los alimentos, desarrollan varias formas en cómo implementar el mismo producto en la cocina, por lo tanto así se va dando las recetas gastronómicas tradicionales que sin pensar se fueron creando de manera esencial y luego dar a conocerlas al mundo por medio de técnicas implementadas las cuales sean primordiales para el procedimiento y la preparación de un plato **(Alam y Malaysia, 2021)**.

En la cocina tradicional se puede ver reflejado todos los elementos presentados por Malinowski en una parte de su teoría menciona que se refiere al total de sus recursos, por lo tanto, la gastronomía típica esta relaciona por lo que en su plato se puede observar que hace una sumatoria total de todos los ingredientes para que se haga posible la presentación de un plato que sería el resultado final. La gastronomía o cocina tradicional en años pasados se la conocía como una cocina sencilla que acude a las técnicas y productos básicos que se han presentado en el momento de vida, la misma que constituye una base sobre la que se van creando por así decirlo nuevas tendencias de cocina o nuevas formas de ir preparando la comida **(Alam y Malaysia, 2021)**.

Sobre todo, lo tradicional es explícitamente basándose en las cosas, procedimientos y técnicas implementadas al inicio de una época, la misma que ha ido evolucionando con el pasar de los años pero que en estos tiempos ya se busca más una comida tradicional que emplee los productos, utensilios que fueron implementados en la primera preparación de la comida **(Meléndez y Cañez, 2016)**.

Al hablar de tradicional se entiende por cosas, objetos o procedimientos que se han realizados desde la antigüedad y que se van transmitiendo de generación en generación para no perder esas costumbres o incluso las actividades de como emplear los procedimientos, al ser practicado desde la antigüedad eso se refiere exclusivamente como decir a saberes ancestrales por parte de la personas más adultas de la familia y que dejaron como una herencia para las nuevas generaciones y de tal manera buscar la manera de no dejar decaer o perder las tradiciones que dejaron en su tiempo las personas adultas para que sean implementadas de igual manera para que se pueda distinguir a un lugar de otros y lo haga resaltar **(Villalba y Inga, 2020)**.

La gastronomía y cultura

La gastronomía es el arte de la preparación de una buena comida que se compone de un conjunto de conocimientos y prácticas relacionadas con el arte culinario, las recetas, los ingredientes, las técnicas y los métodos, así como su evolución histórica y su significado cultural, Teniendo en cuenta que la misma proporciona un sabor único, además de que se la puede aprovechar como un ingreso económico y que hoy en día ha sido incluida en el sector turístico como turismo gastronómico **(Bermeo et. al, 2020)**.

Entendiéndose como la palabra cultura al conjunto de costumbres, tradiciones, estilos de vida, crecimiento social, artístico dentro de una sociedad o un lugar determinado, además de poseer un conjunto de manifestaciones tradicionales las cuales distingan a un pueblo de otros y sea expresado con mayor relevancia los actos para demostrar autenticidad dentro de un círculo social. La cultura está relacionada con la gastronomía debido a la autenticidad que lleva los platos típicos y tradicionales, los mismo que han sido creados dentro de un tiempo determinado con la ayuda de la relación con la sociedad, al crecimiento económico y como va a surgir nuevas ideas dentro de las creaciones de los platos **(Hernandez y Dancusa, 2018)**.

La gastronomía posee una gran historia desde tiempo atrás, la misma que es una ciencia que se va renovando día con día, que va dando paso a la imaginación y creación

de nuevas cosas, tomándose de las nuevas tendencias para generar nuevos recursos, de esta manera se va descubriendo nuevas formas de ir transformando los alimentos, la imaginación, creación y el ingenio de los cocineros hace la gran diferencia en la cocina debido a que ahí se realiza la magia de convertir de unos simple productos como los vegetales, frutos, granos vayan dando forma y se conviertan en algo llamativo y que sea muy profesional al ojo del turista para poder ser consumido por el mismo **(Kivela y Crotts, 2006)**.

Es importante tener en cuenta que la gastronomía se basa en los retos culinarios que se van dando al transcurrir del tiempo, pero si bien es cierto esta mismo es la que da un valor cultural a los pueblos en donde se lo practica, teniendo en consideración la teoría del giro ontológico, relacionándole con la gastronomía y su cultura es un tema en el cual abunda conocimiento y en la perspectiva de lo cultura se encuentra como la gastronomía ha ido adentrándose al mundo turístico, siendo este sector el más representativo de manera cultural para una región en determinado **(Hernandez y Dancusa, 2018)**.

Continuando con el tema la gastronomía es un factor importante en la historia del pueblo, además de ser una pieza fundamental para el avance y desarrollo de la localidad debido a que forma parte de la oferta turística y esta ayuda al desarrollo económico de una manera indirecta si no fuese el caso de ser el elemento principal por el cual los turistas vitan el lugar, hoy en día el turismo gastronómico representa una gran ayuda para las comunidades debido al crecimiento de la demanda en este sector se genera nuevos empleos y lo que ayuda a las personas de la misma comunidad al mejor su estilo de vida de una manera beneficiaria **(Acle et. al, 2019)**.

Siguiendo con el tema, es una manera de expresar, comunicarse y dar a conocer los distintivos que posee un pueblo o comunidad dentro de su entorno, por lo tanto, la gastronomía es una manifestación cultural en la cual se arraigan de diversas maneras los métodos a utilizarse con distintas aptitudes y actitudes en los que lo principal de la cocina es la creación de un plato poniendo a volar la imaginación, teniendo en cuenta la gran creatividad que una o varias personas deben poseer para seguir ingeniándose

las cosas y de esa manera resolver los problema y luego dar a conocer un plato típico lo cual permita la admiración y atracción del turista hacia nuevos destinos pero en este caso gastronómicos **(Pérez y otros, 2017)**.

Sabores y aromas de la gastronomía

En la gastronomía se determina una gran variedad de sabores y aromas lo cuales permiten distinguir a un plato, en lo general de este tema se presenta varios distintivos en los cuales una persona se puede basar para la degustación o critica de un plato, como 3 factores principales se encuentran la vista, el olfato, y el gusto que en este caso sería el más importante pero sin dejar de la lado que al comensal hoy en día le atrae un plato bien presentado con todas las normas de bioseguridad, inclusive con los adornos que se pueda poner a su alrededor y de manera que si se incorpora en el plato las decoración deberían ser comestibles y llegar a tener una mejor experiencia en la degustación del mismo, al igual que el olfato se tiene muy en cuenta porque el olor atrae al turista, es algo llamativo lo cual genera una curiosidad en los comensales para ir a probar y de esa manera tener una buena impresión por el sabor, olor y la textura **(Harrington, 2018)**.

En la distinción del gusto se puede variar en las sensaciones que explícitamente entrarían a ser diversos sabores como el amargo, dulce, salado, umami, acido/agrio, de esa manera se va clasificando los sabores que genera un alimento en la vida cotidiana de los comensales, los mismo que dan su punto de vista desde lo que se ha probado para generar un criterio en el cual inclusive se pueda mejorar la calidad del alimento proporcionado y de esa manera dar una mejor impresión al turista para que pueda volver a probar los alimentos del lugar **(Klosse, 2014)**.

El fusionar los sabores y los aromas crea una contextura especial en la que los comensales puedan disfrutar de un alimento esencial y de esa manera genere la expectativa de volver al lugar para probar el mismo alimento o con el pasar del tiempo ir probando más alimentos que hayan sido creados en el transcurso de los meses teniendo como buen resultado la aceptación de los clientes y de la comunidad en sí, la creación de sabores es específicamente añadirle un plus a los alimentos comunes en

los que todos ya hayan probado, la creatividad de los aromas y sabores generan una mejora de los alimentos optando por dar a conocer nuevas cosas a mundo gastronómico **(Chacón, 2015)**.

Dado la situación en los sabores se puede encontrar los edulcorantes que han ido añadiéndose al mundo de la gastronomía desde tiempos antiguos para generar una nueva especie de sabor artificial para que los alimentos puedan tener un plus y de esa manera ser más vendidos y consumidos por parte de los productores y así generar más ganancias, en algunos de los casos los edulcorantes artificiales son dañinos para la salud de los comensales pero eso no ha sido de mayor relevancia por lo que se sigue implementando en los alimentos sin tener ningún inconveniente. El aroma se refiere a la detección de compuestos volátiles que se desprenden durante la masticación y se difunden en la mucosa del paladar y la faringe a través de la vía retro nasal **(López et. al, 2017)**.

El rol de la mujer en la cocina típica

Las mujeres en el mundo gastronómico no han tenido el mismo reconocimiento al igual que los hombres, pero es de gran importancia mencionar que las mujeres son ellas quienes han mantenidos las costumbres y tradiciones de cada cocina, las familias han ido pasando de generación en generación las recetas en el tema gastronómico para que de esa manera se mantenga la tradición de crear un plato único y manteniendo la misma singularidad desde cuando se realizó su creación **(Gutierrez y Maldonado, 2017)**.

Si bien es cierto la cocina se ha visto reflejada por el poder femenino a la cabeza, debido a que desde tiempo antiguos la mujer se ha dedicado a los trabajos domésticos los mismo que incluían la realización de la alimentación para toda su familia. Por lo tanto, las mujeres son la cabeza y la representación de la cocina tradicional en cada uno de los lugares **(Cabrera, S/F)**.

Teniendo en cuenta en Latacunga hoy en día en todos los establecimientos de restauración se puede encontrar la figura femenina como el factor clave para la

elaboración de los alimentos y de esa manera llevar las costumbres y tradiciones de la familia a flote en un solo platillo (**Gutierrez y Maldonado, 2017**).

En el sentido del poder el rol de la mujer esta implícitamente arraigado a la cocina desde tiempo antiguos por lo que se pensaba que las mujeres solo tenían que cocinar y no hacer ningún otro trabajo, hoy en día las mujeres se han empoderado a la sustentación de la cocina como poseer restaurantes, negocios propios en los que ellas sean las que mandan y tienen el poder, la gastronomía típica se ve reflejada en ese sentido debido a que ellas poseen el conocimiento previo a todas las técnicas de cocción al igual que conocen todos los procedimientos para la realización de los alimentos y pretenden mantener las tradiciones efectuadas desde tiempo antiguos con su previo conocimiento y práctica (**Araoz y Garcia, 2020**).

Variable dependiente: Motivación de viaje

Motivación

Refiriéndose al tema la motivación es lo que genera a los individuos realizar o dejar de realizar actividades ya sea en el ámbito laboral o personal, en el diario vivir los individuos están relacionados a las acciones que se presentan en sus vidas cotidianas. Además, el comportamiento es una razón por la que las motivaciones están adentradas a ser humano, debido a que al presentar cualquier tipo de conducta este es generado por una reacción a algo que lo incentive o lo desagrade. El proceder del individuo es riguroso y sostenido en cuanto a la misma versión de él (**Hjalager y Richards, 2002**).

En consecuencia, la voluntad de cada persona se ve reflejado en las gestiones que se realizan día con día en las cuales se desenvuelven de una manera eficaz demostrando su potencial, por lo tanto, la motivación en el individuo es fijarse un objetivo el cual se desea cumplir además de buscar nuevas estrategias para poder llegar a la meta y de esa manera efectuar y tenga una idea clara de que este es un proceso mediante el cual tiene un inicio, desarrollo y por ultimo una conclusión en el cual el objetivo que haya sido planteado ya ha sido resuelto o logrado con satisfacción (**Araujo y Marusa, 2017**).

De esta forma, desde las épocas antiguas se ha realizado estudios en los cuales mediante unos determinados procesos se ha ido modificando la idea de motivación en la cual se ven reflejados el interés, el comportamiento, y la importancia que se le vaya dando a cada uno de las finalidades que la persona en lo largo o corto se vaya fijando, el desenvolvimiento de los individuos espera crear un manera única en la que la persona desarrolle un esquema que lo motive a seguir adelante sin quedarse estancado. Cada ser humano le da un valor específico a las cosas o tareas que desea realizar tema por lo cual está destinado a la motivación que siente al querer cumplir con su actividad **(Avcikurt y otros, 2016)**.

Respecto a lo que menciona **Dann (1997)** se refiere a las motivaciones de viaje de un turista se basa en la teoría de dos conceptos los cuales hacen énfasis en la primer a realizar un aislamiento de lo cotidiano y normal para una persona y lo el otro concepto se ejemplifica en viajar a un destino por el hecho de ya poseer referencias anteriormente mencionadas para visitar un lugar en determinado **(Araujo y Gosling, 2017)**.

Diferentes cualidades del ser humano hacen la diferencia en crear motivaciones para ellos mismo, como el autoconocimiento de su persona, la cual sepa a donde y porque quiere llegar tan lejos, o las cosas que se quieran cumplir, no darse un límite de tiempo, sino mejor evaluar las posibilidades que tengan para poder llegar a lo más alto. Buscar una motivación se centra en toda la capacidad que esa persona mismo se genere, a cuál puede estar relacionada con su familia, amigos, compañeros, etc. Las diversas motivaciones acuden y ayudan al desenvolvimiento del individuo lo que presenta actividades claves en las cuales se puede tomar de forma adecuada en el sentido de dar un conocimiento abstracto de la persona en el cual este incluso su desenvolvimiento y dar una demostración de su autoconocimiento y su eficacia para resolver las cosas **(Naranjo, 2016)**.

En todas las personas surge un ciclo motivacional el cual está compuesto por varias fases las misma que son; satisfacción, equilibrio interno, estímulo, tensión, necesidad,

acción, cada una de ellas representa un sentido común en la vida cotidiana del ser humano. De tal manera se puede observar que al pasar de los años se ha ido realizando estudios en los mismo que se han llegado a determinar que existe variedad de motivaciones, pueden ser negativas, intrínseca, positivas, estimulantes, entre otras, cada sujeto se propone a dejarse llevar por una motivación la que más lo determine y lo represente **(Avcikurt y otros 2016)**.

Uysal &Hagan (1993) y **Dann (1997)** logran mencionar que las motivaciones de viaje son realmente una necesidad de buscar algo fuera de lo común, un lugar en donde se puedan alejar de todo lo que los rodea en la cotidianidad, según estos autores mencionan que los turistas poseen la necesidad de buscar lugares alejados de la realidad **(Araujo y Gosling, 2017)**.

Avanzando en el tema también se ha realizado una inclusión con la pirámide de Maslow que representa las necesidades humanas en las cuales las personas se pueden basar al diario vivir para generar sus motivaciones, en cada apartador de la pirámide se puede observar distintos puntos en los cuales se lograría centrar una idea o efectuar una actividad auto ayudándose a la realización de dichas cosas que se requiere lograr. Entre las necesidades humanas requeridas por este autor se encuentra la fisiología, seguridad, afiliación, reconocimiento y la autorrealización, en las misma que se puede observar que dentro de ellas existe uno o varios temas en los cuales las personas se centran para ayudarse con sus motivaciones **(Carillo et. al, 2016)**.

En cuanto al tema relacionando al turismo la motivación es lo que le lleva al turista a tomar la decisión de salir de viaje y visitar diversos lugares ya sean naturales o culturales, teniendo en consideración cuales serían las expectativas que dicho cliente está teniendo en su mente al llegar a su lugar de destino y como es que se decidió por aquel atractivo. Además de buscar algo que no esté relacionado con lo cotidiano, busca nuevas maneras de divertirse y estar relajado en un ambiente cómodo y tranquilo para disfrutar de su tiempo de ocio **(Naranjo, 2016)**.

Perfil del turista

En el momento de viajar se distingue las clases sociales, los niveles económicos e incluso hoy en día se han designado diferentes tipos de perfiles de turista según sus motivaciones de viajar. Además de que se ha englobado todos los destinos turísticos y las manifestaciones culturales en todo el mundo debido a que cada turista hoy en día se clasifica de diferente manera y existen 11 perfiles de turistas a los cuales se les caracteriza algo único y esencial que son los viajes, los diferentes perfiles son: deluxe, foodie, low cost, single, voluntario, aventurero, solo famele, zen, eco friendly, adults only, fabs **(Fernández y Calderon, 2012)**.

En consecuencia, con lo anteriormente mencionado del perfil de los turistas, se puede tomar en cuenta para el caso de estudio a los foodie que se especializan en degustar el paladar realizando un turismo gastronómico, en el cual le brindan diversas experiencias a través de su gusto. Hoy en día la gastronomía ha llamado mucho la atención de los turistas por lo cual se ha designado esta clasificación para los amantes de la comida tradicional y de conocer lugares turísticos relacionados con el ámbito gastronómico. Por lo tanto, al ser designados a esta clasificación las agencias de viajes ya consideran los lugares y destinos que mayor acogida poseen por los platos típicos para brindar un paquete exclusivo a este tipo de turista **(Robleda y Pérez, 2017)**.

Al analizar los perfiles del turista se tiene como objetivo conocer las características, hábitos, intereses y gasto, para determinar a qué tipo de perfil pertenece cada uno y de esa manera buscar y dar a percibir cuales serían los paquetes de interés de estos individuos para que prevalezca y puedan disfrutar de su viaje en todo momento y puedan satisfacer sus necesidades las cuales han ido optando con el pasar del tiempo. No obstante, el saber de cada característica que representa al turista da un mayor realce a las agencias de viajes debido a que ya pueden tener la idea de dónde y que actividades ofrecer al turista para que de esa manera mantenga un viaje en el cual se sienta cómodo **(Fernández y Calderón, 2012)**.

Sin lugar a duda es de suma importancia poder contar con datos los cuales arrojen de distintas maneras los resultados que los prestadores de servicio desean saber, hoy en día la constancia y la relevancia que se le da a cada turista para crear su perfil es muy útil para la sociedad y más para el sector turístico que le permite definir y tener de una manera clara por lo que el turista está dispuesto a pagar en su consumo y en su estadía en un lugar turístico **(Robleda y Pérez, 2017)**.

Motivaciones culturales

Para empezar, hay que tener en cuenta que las motivaciones culturales es lo que conlleva a un turista a visitar un lugar en determinado, considerando este tema los turistas se dirigen hacia lugares en donde presente una historia cultural, manifestaciones, tradiciones, costumbres, entre otras cosas, para un individuo que le guste disfrutar de bailes típicos, música, comida, artesanías, será un gusto poder viajar y visitar estos lugares los cuales poseen todas las características de un sitio cultural que un determinado segmento de mercado va a elegirlo **(Lim, 2007)**.

Se puede señalar que los principales atractivos culturales que un destino presenta pueden ser museos, rituales chamánicos, preparación de la comida, lugares arqueológicos, en donde puedan divertirse y seguir adquiriendo conocimientos del interés en común que presentan con el lugar visitado, en muchas de las ocasiones al visitar un lugar cultural se presentan maneras significativas de aprender cosas nuevas que a lo largo de la historia ha marcado un antes y un después. La cultura se basa en cada objetos, idea o tradición que esta representa a un sitio determinado, además también de representar a una clase social y a una época **(Prada y Pesántez, 2017)**.

Se refiere a la necesidad de tener impacto, control o influencia sobre otra persona, grupo o el mundo en general. Se asocia a la motivación del control antes descrita. En tanto valor, el poder se refiere a la evaluación y búsqueda de prestigio social, al control y dominio sobre personas y recursos. La idea básica es que las personas de culturas colectivistas comparten una representación, imagen o "construcción" del sí mismo interdependientes. La conducta se orienta a obtener una buena imagen de sí mediante

la inserción, el sentido de pertenencia grupal, el cumplir con los deberes implicados en sus roles, la promoción de objetivos grupales y el mantenimiento de la armonía en el grupo (**Torres y Ortiz 2020**).

También aumenta la capacidad de aprender otro idioma y entender el concepto histórico, los usos y costumbres, el significado real de las distintas manifestaciones de la forma de pensar y actuar de las personas, evitando malas interpretaciones. Esto se refleja en una mayor capacidad de comprensión, de empatía y mejores relaciones con los demás, participando en conjunto con la comunidad del lugar y variando los conceptos de las cuales se realizan demostraciones y se incluyen al turista para que realice las diferentes actividades, esto es lo que conlleva al turista a motivarse por el turismo cultural (**Svanes 1987**).

Motivaciones personales

Las motivaciones personales se desarrollan en base al deseo de la persona que va a viajar, de sus gustos, como por ejemplo un viaje a la playa para disfrutar del mar y la arena, viajes a lugares fuera de la ciudad para estar en contacto con la naturaleza, realizar turismo gastronómico porque le atrae degustar platos nuevos los que no sean comunes en su lugar de residencia. Además de sus gustos por diferentes lugares, las motivaciones personales se presentan en si les gustaría visitar un sitio en el que se pueda realizar un voluntariado para ayudar a las personas de una localidad, también se puede tener en cuenta lo que les motiva a viajar como la visita de amigos, familiares, incluso hoy en día existen nuevas tendencias de turismo que las personas se motivan en ir a visitar refugios de perros, entre otros (**Sheena y Mark, 1999**).

Al mismo tiempo, es un medio por el que las personas buscan una recompensa, pero de tipo psicológico, derivada de la experiencia temporal de nuevos lugares y situaciones, estando libre de las limitaciones del trabajo y de los patrones normales de la vida cotidiana en el hogar. Tomando en consideración cada uno de los aspectos anteriores las motivaciones personales se reflejan en cuanto una persona desea realizar ese viaje y por qué lo va a realizar, cada uno presenta distintas posibilidades y distintos

deseos en los cuales nadie puede interferir a más de darle un apoyo para que la persona cumpla con lo que ha venido deseando tiempo atrás (**Paredes y Morillo, 2016**).

La motivación personal o automotivación es tener el impulso y el entusiasmo para lograr algo sin la supervisión o influencia de otros. Cuando un individuo está motivado, se siente más realizado y ve posible alcanzar sus objetivos. Contar con capacidad de automotivación es una gran ventaja, ya que puede mejorar la calidad de vida, además de desempeñar un papel importante en el desarrollo profesional, la productividad e incluso la satisfacción en el deseo de poder visitar un lugar en concreto para su ocio (**Šimková y Holznerb, 2014**).

En consecuencia, la motivación personal es multidimensional, combina elementos de necesidades, intereses y características de personalidad que reflejan el estímulo, la dirección y la persistencia de los comportamientos relacionados con la carrera. La motivación personal aplicada a la perspectiva profesional se construye en base a tres dominios (**Fernández et. al, 2017**).

Motivaciones familiares

En la actualidad es difícil convivir con la familia, por lo que viajar con ellos es una buena opción para compartir tiempo de calidad y establecer una relación más fuerte. El objetivo es crear experiencias únicas para fortalecer los lazos familiares mientras se encuentran apartados de la rutina diaria. Al realizar un viaje con la familia se puede ir conectando de diversas maneras y su motivación al estar disfrutando un tiempo de calidad será compartir momentos únicos con sus seres queridos los cuales no pasan mucho tiempo juntos por las labores del día a día en su ida cotidiana (**McCain y Ray, 2013**).

Por otro lado, la motivación del turista entorno a lo familiar también se basa en la visita a parientes que se encuentran lejos de su lugar de residencia por lo que cuando estos tienen tiempo de vacaciones toman la iniciativa de viajar para ir de visita donde sus familiares que no han visto por mucho tiempo y de esa manera reunirse y pasar un

tiempo ameno con los que se aprecia. En contexto con esta motivación se puede definir el pasar tiempo con la familia y no prestar atención a las cosas profesionales del lugar de trabajo y solo tener en consideración la manera de disfrutar de sus seres queridos en ese momento. Por consiguiente, simplemente se trata de ese apoyo o impulso que se le da a una persona desde su núcleo familiar para que se sienta querida, atendida y capaz de alcanzar sus metas u objetivos, generando a su vez un mayor bienestar familiar. Tomando en cuenta la gran capacidad de la persona que labora todos los días y sacrifica el tiempo con su familia para darles lo mejor, se puede observar que al momento de viajar esa persona o individuo disfruta y se relaja en compañía de quienes no puede tener todos los días a su lado **(Font y Hindley, 2015)**.

Un viaje familiar incentiva a las personas que luego del viaje realicen sus actividades de mejor manera y tenga un desenvolvimiento mucho más eficaz debido a que ya liberada cada una de sus tensiones en el transcurso del viaje, su familia apoya la noción de poder irse a divertir en un atractivo turístico en el cual todos estén de acuerdo y de esa manera pasar momentos únicos en los cuales puedan unir sus lazos como un equipo y que todos se sientan satisfechos con lo logrado de construir una familia estable **(Precht et. al, 2016)**.

Motivaciones Recreativas

En relación con lo que la **(OMT, 2018)** menciona los turistas poseen una motivación por actividades recreativas que logren incentivarles a su desenvolvimiento en sus empleos, esta motivación se basa intrínsecamente en las actividades de recreación y ocio, lo cuales pueden ser, deportivas, entre otras, las mismas que utilizan un espacio de atractivos naturales y en algunos casos atractivos culturales **(Plascencia, 2016)**.

Necesidades, motivos, motivaciones

Las necesidades, motivos y motivaciones son los motores de la conducta humana y, por lo tanto, son vitales para activar los mecanismos que mueven el turismo. El motivo

se da cuando una persona tiene un impulso que genera una necesidad, que a su vez crea una sensación de insatisfacción que no desaparecerá hasta que dicha necesidad sea satisfecha. En la satisfacción de toda necesidad se allá involucrada una inversión de energía en una dirección determinada. La sed y el hambre son buenos ejemplos de necesidades primarias **(Ramírez, 2019)**.

Existen en el turismo los llamados motivos externos, que pueden influenciar al turista arrastrándole hacia una determinada motivación y posteriormente a una decisión. Los destinos turísticos tratan de atraer a los turistas potenciales y esta fuerza social se puede convertir en un factor de arrastre para que un individuo establezca un motivo para viajar, así como una motivación más específica para seleccionar un determinado destino. Los factores de arrastre provienen tanto del destino mismo, como de varias situaciones turísticas extrínsecas, tales como el clima, recursos históricos y la comodidad. Los factores de arrastre están relacionados con el sentimiento de privación y como tal evocan un deseo y, por consiguiente, se trata de sentimientos subjetivos y socialmente construidos **(Araujo, 2017)**.

También se pueden ver reflejado los motivos intrínsecos, claramente relacionados con los deseos intangibles del viajero: impulsos acaecidos dentro del interior de la persona y que se conocen como los “push factors” o factores de empuje. Contrario al sentimiento de privación que dejan los factores de arrastre, los factores de empuje se relacionan con una carencia de cosas imprescindibles para conservar la vida. Una falta de descanso puede conducir a una situación de fatiga que a la vez genera una necesidad de viajar **(Li y Cai, 2016)**.

Se puede distinguir diferentes estratos motivacionales. Los motivos son más generalizados y año tras año, según sean sus necesidades, la gente de las sociedades occidentales genera diferentes motivos para irse de vacaciones. Luego está la motivación, la cual ayuda a determinar tanto el destino como el tipo de vacaciones. El motivo para viajar se deriva de la introspección (factor de empuje), pero la motivación más específica que generalmente se basa en el motivo viaje se inspira en influencias externas o factores de atracción **(Zamora et. al, 2016)**.

Satisfacción del turista

En primer lugar, se entiende como satisfacción que es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio. El cumplimiento del gusto o del deseo también se conoce como satisfacción, por otro lado, teniendo en cuenta el sector turista primero los prestadores de servicio deberán poseer una satisfacción con su entorno laboral y de tal manera generar una satisfacción al cliente luego de adquirir los servicios y los productos (**Correia y otros, 2013**).

En consecuencia, con la definición anterior en el ámbito turístico la satisfacción se basa en dar al turista lo que desea, ayudar a satisfacer sus necesidades en cuanto a los pedidos que el individuo realice durante el viaje, además de anteriormente ya conocer cuáles han sido sus exigencias las mismas que deben ser cumplidas en el lapso de realizar su estadía en un alojamiento o desayunar la comida que el pidió. La satisfacción se basa en tener satisfecho al cliente para que de esa manera en una próxima ocasión pueda volver a visitar el mismo sitio, además también de recomendar a sus conocidos o familiares que el lugar es excelente y que podrían visitarlo (**Alegre y Garau, 2010**).

Al alcanzar la satisfacción, el funcionamiento mental del ser humano se encuentra en **armonía**. La complacencia contribuye a la felicidad, ayudando a subir la autoestima del turista para que pueda generar las mejores energías y regresar a su ámbito cotidiano de lo más tranquilo, teniendo en mente que todas las expectativas que el género de un atractivo turístico tanto en servicio como en productos fue resultado de la mejor manera y alcanzo su nivel de satisfacción para poder elegir el lugar en una próxima ocasión que pueda realizar un viaje (**Carvache et. al, 2018**).

Consecuente se explica que la satisfacción se obtiene después de una decisión de compra cuando se ha recibido el servicio. De este modo, si las expectativas de los consumidores no se cumplen, no estarán satisfechos y verán la satisfacción en otra

parte. Por lo tanto, al no cumplir con las expectativas del cliente estos mismos serán los que decidan optar por conocer otros lugares o incluso por generar la compra de sus productos en donde se tome en cuenta sus necesidades y satisfacer las mismas incluyéndolo en todo momento al ser ellos los principales tomados en cuenta (**Alegre y Garau, 2010**).

La satisfacción del turista está en relación directa con la satisfacción de sus necesidades y deseos a través de los servicios brindados, el precio, los canales de distribución, la mezcla promocional, las personas, la evidencia física, el ambiente donde se brinda el servicio y los procesos, estos son algunas de las variables tomadas en cuenta para que un cliente pueda estar satisfecho después de haber adquirido un paquete turístico en el cual hayan cumplido con cada una de sus expectativas y se le haya brindado un servicio de calidad y haber generado un nivel alto de satisfacción para el individuo (**Carvache et. al 2018**).

1.2 OBJETIVOS

Objetivo General:

Investigar la gastronomía como factor motivacional de viaje en Latacunga

Objetivos Específicos:

- Sustentar teóricamente la gastronomía y la motivación turística.
- Identificar la gastronomía típica y tradicional de la ciudad de Latacunga.
- Crear un video publicitario de la gastronomía como factor motivacional de viaje.

Descripción de los objetivos

Para el desarrollo del objetivo específico 1, se procedió a realizar una investigación mediante las fuentes bibliográficas y de campo, en las cuales se ha podido determinar teóricamente la gastronomía mediante conceptos al igual que la motivación turística de los viajeros.

Para el progreso del objetivo específico 2, sustentando mediante la observación y visita a los lugares más frecuentados en la ciudad en donde se oferta la gastronomía típica y tradicional de la zona. En los cuales se ha verificado que la gastronomía típica y tradicional se impulsa mediante 3 platillos, como son: las chugchucaras, queso de hoja, allullas.

Para el desarrollo del objetivo específico 3 se realizó un video promocional en el que se busca dar a conocer los platos típicos y tradicionales de la ciudad de Latacunga, mediante las bases de la gastronomía como es la elaboración de los productos y las técnicas tradicionales utilizadas hoy en día.

La estructura del video promocional realizado posee el siguiente proceso:

- 1: Planteamiento del guion
- 2: Seleccionar el campo de estudio

En base a los lugares más frecuentados se tomó en consideración a Chugchucaras Roció, La casa de las Allullas, la casa del queso de hoja y Asadero Divino Niño.

- 3: Acuerdo de fechas para la grabación.
- 4: Grabación y edición del video promocional.
- 5: Revisión y aprobación por parte de la investigadora.
- 9: Difusión del video promocional.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

En este capítulo se procede dar a conocer las técnicas y procesos que serán utilizados en el proyecto de titulación antes mencionado, en el cual se ha recopilado información la cual interceden diferentes áreas, con este capítulo se pretende cumplir con los objetivos que previamente fueron planteados, además se conocerá las herramientas con las que se pondrá en marcha la recopilación de datos.

2.1 Materiales

Tabla 1

Recursos

Recursos	Detalle	Valor
Tecnológicos	Computador	\$300,00
	Cámara fotográfica	\$200,00
	Celular	\$260,00
	Conexión de internet	\$80,00
	Impresora	\$280,00
	Ilustración	\$60,00
	Software	\$200,00
Materiales	Suministros de oficina	\$30,00
	Impresión mapas	\$5,00
	Diseñador grafico	\$40,00

Movilización	Visitas a Latacunga	\$300,00
	TOTAL	\$1.555,00

La siguiente tabla contiene costos y gastos en cuanto a la realización del proyecto de investigación.

2.2 Métodos

-Ontología relativista

La ontología relativista esta adecuada a la realidad de entender la realización de la creación de objetos, con una determinación ideológica la cual posee un organismo de pensamiento. Teniendo en cuenta que se tiene presente la actividad realizada en un determinado lugar para la creación de platos distintivos del mismo, lo que provoca la aceptación de las personas, además se centra en el caso de estudio porque se relaciona con una comunidad en determinado lo que genera una constante identidad de cultura del lugar (**Rocha, 2016**).

-Epistemología subjetivismo

El enfoque epistemológico se basa en el estudio del subjetivismo, el mismo que está relacionado con el sentir de una identificación de un pensamiento en el cual se hace referencia con la gastronomía como factor motivacional de viaje debido a que los turistas poseen un sentir y una identificación de la cultura de un lugar al probar nuevas tendencias de comida (**Byerly, 2019**).

-Paradigma pragmatismo

En consecuencia, con el paradigma se tendrá en cuenta el pragmatismo, el cual está dirigido a la ciencia social, siendo la misma una filosofía la cual puede ser estudiada a fondo. En la presente investigación se puede tomar en consideración como las recetas

tradicionales pueden tener un enfoque llamativo para que las nuevas generaciones y estas puedan inducirse a la cocina de sus antecesores y de esa manera generar nuevas plazas en el mercado turístico, teniendo como tendencia el turismo gastronómico y dando a conocer la gastronomía típica de Latacunga (**Morgan, 2014**).

-Enfoque cualitativo

El presente trabajo de investigación se realizará bajo un enfoque cualitativo debido a que este proporciona la descripción a fondo del modelo de estudio, teniendo como una finalidad que se comprenda y analice mediante el estudio de varios métodos en los cuales se pueda ver reflejada la información y esta sea verificada, para que la demostración de los datos conseguidos sea veraz. Además, teniendo en cuenta que el enfoque cualitativo es de investigación privilegiada, el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas (**Castaño, 2018**).

-Diseño no experimental transversal

El diseño no experimental transversal está enfocado a la investigación dada en un momento preciso en el cual se pueda tomar como referencia el pensar o el actuar de los individuos, el mismo que se tomara en cuenta para la recolección de determinada información, el enfoque se lo utiliza para la descripción de las variables y analizar las interrelaciones que se puedan presentar en el momento sin alteraciones (**Huairé, 2019**).

-Alcance descriptivo fenomenológico

En este alcance de la investigación, se determina las características del fenómeno y lo que se ha procedido a buscar, teniendo en consideración la presencia de un grupo en determinadas circunstancias. En relación con el fenomenológico se busca realizar descripciones en las cuales se de paso a la subjetividad de los turistas como pioneros en el crecimiento del turismo gastronómico, haciendo énfasis a las emociones que

genera la sensación de probar nuevos platos y que los mismos sean representativos para una cultura y un lugar en determinado **(Escalante, 2010)**.

-Alcance Territorial

La presente investigación su campo de estudio es la ciudad de Latacunga, debido a la gastronomía típica y representativa del lugar. En el mismo que presenta su economía como destacada en el sistema de restauración, teniendo en cuenta la actividad productiva que los pobladores

-Características

Latacunga es la cabera del cantón denominado con el mismo nombre, además se representa como la capital de la provincia de Cotopaxi. Posee alrededor de una población de 143.979 personas. Es la ciudad más grande y poblada del condado. Se encuentra ubicada en la parte centro-norte de la región interandina ecuatoriana, en la cuenca del río Papa, atravesada por los ríos Cutuchi y Pumacunchi, a una altitud de 2.750 msnm, y tiene un clima andino frío de 12 grados. C **(Tobar y Moreno, 2020)**.

Latacunga cuenta con uno de los centros históricos mejor conservados del Ecuador ya que es uno de los sitios religiosos más importantes del centro del país. En toda la ciudad, hay una gran industria de flores que ha impulsado su economía; También cuenta con industria minera de cal y cemento, industrias metalúrgicas livianas y pesadas, productos agrícolas, productos lácteos y pecuarios, aeropuerto internacional "Aeropuerto Cotopaxi", forma aérea de gran capacidad, y en la parte urbana existen amplios y modernos mercados. equipo. Un centro comercial que lo convirtió en el centro comercial preeminente del estado el cual acoge a gran cantidad de personas para que realicen sus actividades de comercio **(Guano, 2012)**.

-Población y muestra

Al ser una investigación de carácter social cualitativa basada en la subjetividad, se busca la representatividad de criterios. El muestreo planteado es no probabilístico

intencional por bola de nieve lo que permite seleccionar casos característicos delimitando la muestra al criterio de la investigadora.

-Técnicas

A continuación, se procede a describir las diferentes técnicas que serán utilizadas en el trabajo de investigación.

- Inventario

Por otro lado, el inventario se describe como un procedimiento en el cual se procede a almacenar diversos productos, de los cuales se tiene una constancia con nombre y número de los que existen, de esa manera se verifica. El propósito central de un inventario es mantener un adecuado orden en el que ingresen y salgan ya sea productos primarios o elaborados, este medio proporciona la facilidad y agilidad de una empresa para poder tener un orden en la misma, siempre y cuando la información registrada sea verdadera (**Duràn, 2012**).

En la presente investigación se procede a realizar el inventario de los ingredientes que necesita cada uno de los restaurantes para la realización de los platos típicos, y para ellos se lleva un registro de cuanta mercancía ingresa a los locales y de esa manera poder tener el orden de las cosas.

-Cartografía social

La cartografía social es un proceso que hace viable la teoría, el pensamiento y discurso con la práctica. Esta última es dinamizada por las personas que utilizan unos instrumentos y unas técnicas. Esta opción tiene como centro las personas que participan en el proceso metodológico, ellas construyen, recrean y se apropian del conocimiento, induciendo así a aproximaciones conceptuales y a generar actitudes que llevan a pensar y a tener una práctica o teniendo como referencia un concepto o una teoría existente. En ambos casos se utilizan instrumentos técnicos y vivenciales. Lo anterior obliga a considerar a las personas como sujetos pensantes, críticos y propositivos y no como objetos receptores de conocimientos (**Liebman y Paulston, 2006**).

-Instrumentos

En los instrumentos a utilizar en la presente investigación se encuentran las fichas y los mapas parlantes, los mismo que aportaran con ayuda para la recolección de información de cada una de las variables; se describe cada uno, su uso y como aporta en el trabajo de investigación.

-Fichas

En el presente trabajo de investigación se procede a utilizar las fichas de atlas alimentario como apoyo para el trabajo y recolección de datos.

En las fichas presentadas se puede observar que posee varios puntos en los cuales se trata de diversos temas, en cuanto al nombre del producto se procede a poner como se denomina al platillo que está a punto de describirse, la ancestralidad está basada en la preparación de los alimentos en cuanto a épocas que se han ido realizando los mismo, ahí es cuando se da lugar al nombre como criollo, prehispánico o contemporáneo, la época de consumo es en cuanto a la temporada que se vende más el producto y en la cual algunos de ellos se puede elaborar una sola vez al año como la denominada fanesca que se elabora una única vez en el mes de abril, los lugares de consumo como su nombre lo especifica es en donde se puede encontrar el plato ya elaborado para después proceder a consumirlo, puede ser en ferias, restaurantes, etc., descripción se realiza una breve síntesis de que trata el plato y que posee, en las zonas tradicionales de consumo se puede evidenciar diversos puntos en los cuales se da a conocer en donde se puede encontrar los alimentos ya sea en una ciudad, parroquia o barrio en determinado que vendan, en cuanto a los ingrediente se va realizando una descripción de que es lo que contiene el platillo y de cuáles son las porciones para proceder a realizar el mismo, las formas de preparación es exclusivamente como se elabora el producto, teniendo en cuenta la cocción, el tipo de corte que se va a realizar a los ingredientes como vegetales, proteína y carbohidratos, las propiedades representa a que tan nutritivo es el plato que se va a consumir de igual manera se puede observar ahí que beneficios puede traer al ser consumido, el estado de conservación se puede distinguir mediante tres fases; común, raro y en peligro, esto significa que se clasifica si los productos se consiguen de manera muy fácil y son preparados en abundancia o por ultimo han sido excluidos de la lista de preparación frecuente en cuanto a

alimentos, por último la imagen del plato elaborado es una representación gráfico de lo que se va a degustar.

Anexo Ficha ATLAS alimentario

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto		
Ancestralidad		
Época de consumo		
Lugares de consumo		
Descripción		
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	
	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
Propiedades		
Estado de conservación		
Ubicación		

-Mapas parlantes

Los mapas parlantes son instrumentos técnicos metodológicos que permiten la organización y comunicación de las decisiones del medio comunal, a través de la diagramación de escenarios (pasado, presente y futuro) en mapas territoriales. El objetivo metodológico de los mapas parlantes es recoger de manera gráfica la percepción de los participantes sobre el territorio local y fortalecer su identidad (Carreño, 2019).



-Análisis de validez y fiabilidad de los instrumentos

Las fichas fueron analizadas con validez y fiabilidad porque son oficiales del ATLAS alimentario.

-Retribución de la información

Al finalizar la investigación se les hará entrega de los mapas diseñados para la utilización en los restaurantes, los mismo que podrán servir de ayuda para generar un

amplio conocimiento sobre los productos que forman parte de un plato típico, al igual que se podrá presentar un video en el cual se promocióne los lugares que destacan por la comida típica de la ciudad.

2.3 Hipótesis

La gastronomía típica y tradicional es la motivación de viaje del turista que visita la ciudad de Latacunga.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de los resultados.

Tabla 2:

ATLAS ALIMENTARIO (Chugchucaras)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Chugchucaras	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados; menos habituales hogares	
Descripción	Plato fuerte, consiste en una porción de fritada, mote, papas cocinas y fritas en el mismo aceite del cerdo, cuero reventado, empanadas, maduro frito, tostado y canguil.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	

<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 lb Carne de cerdo ➤ 1 cda Sal ➤ ½ cda Pimienta ➤ ½ cda Comino ➤ 1 cda Ajo picado finamente ➤ 1 lb Cuero reventado ➤ 4 maduros fritos rebanados en rodajas ➤ 1 lb Papas pequeñas enteras fritas ➤ 10 empanadas ➤ 1 lb Mote cocido ➤ 10 cdas Tostado, chifles y canguil 	<p>La forma más frecuente de cocción es con la carne de cerdo luego de ser hervida es frita en su propia grasa a fuego bajo, durante horas. Este procedimiento se lo realiza en paila de bronce. Además, otra manera más común de alimentos es el mote que se lo deja remojando durante toda la noche, cocinar con agua y sal, este procedimiento es durante varias horas o incluso toda la noche.</p>
<p>Propiedades</p>	<p>Las chugchucaras proporcionan suficiente energía para trabajos duros. Además, posee un buen aporte calórico.</p>
<p>Estado de conservación</p>	<p>Común (Se encuentra en abundancia en los lugares tradicionales de consumo).</p>
<p>Ubicación</p>	<p>Donde y porque se escogió el plato y el restaurante</p>

Tabla 3:

ATLAS ALIMENTARIO (Allullas)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Allullas	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados; menos habituales hogares	
Descripción	Un bocadillo, elaborado con una base en harina, levadura, manteca, entre otros.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 kilo de harina ➤ 500 cc. de agua tibia ➤ 25 gramos de sal ➤ 30 gramos de levadura ➤ 40 gramos de leche en polvo ➤ 50 gramos de manteca 		La forma más frecuente de elaborar este producto o de tener una buena textura es la fermentación que se le da a la masa durante 30 min o 1 hora. Luego de la fermentación, una buena técnica para que salga crocantes las allullas es importante meter al horno en una adecuada temperatura.
Propiedades		Aportan grasa y mayores calorías.
Estado de conservación		Común

Tabla 4:

ATLAS ALIMENTARIO (*Queso de hoja*)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Queso de hoja	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados; menos habituales hogares	
Descripción	Un bocadillo, el cual se encuentra preparado con queso, hojas de achira y en algunos casos con leche.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
<ul style="list-style-type: none"> • 1 queso fresco • 2 litros de agua hirviendo • Sal 3 cucharadas • 8 hojas de achira 		La forma más frecuente de elaborar este producto es cortar en trozos pequeños el queso fresco y ponerlo en agua hirviendo para que este se haga de una consistencia muy suave. Además de limpiar y aplanar la hoja de achira para que su textura esta lista para poner el producto y envolver. G
Propiedades		Es la principal fuente de calcio
Estado de conservación		Común

Tabla 5:

ATLAS ALIMENTARIO(Buñuelos)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Buñuelos	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados, hogares.	
Descripción	Bolas de masa de harina, con color amarillento, y de una textura crocante.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes	Formas de preparación	
<ul style="list-style-type: none"> • 2 1/2 Tazas Harina De Trigo • 1 cucharada Polvo Para Hornear • 1 taza Leche • 1 unidad Huevo • 5 cucharadas Azúcar • 2 cucharadas Esencia De Vainilla • 2 cucharadas Mantequilla Sin Sal 	La manera más frecuente de preparación de los buñuelos es la realización de la masa con una textura ligera lo que ayuda a la concentración de ingredientes, su cocción es a fuego medio alto para que los buñuelos agarren una textura de crocancia.	
Propiedades	Los buñuelos aportan energía por la cantidad de azúcar que compone el producto.	
Estado de conservación	Común	

Tabla 6:

ATLAS ALIMENTARIO (Tortillas de maíz)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Tortillas de maíz	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados; menos habituales hogares	
Descripción	Plato fuerte, consiste en una porción de fritada, mote, papas cocinas y fritas en el mismo aceite del cerdo, cuero reventado, empanadas, maduro frito, tostado y canguil.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
<ul style="list-style-type: none"> • 900 gr harina de maíz cruda • 100 gr harina de trigo • 200 gr manteca • 4 huevo • Sal al gusto • 150 gr agua tibia • 250 gr queso fresco (rallado) 		La forma más frecuente de cocción es en el tiesto, ya preparada la masa se le da la forma redondeada, se le agrega un poco de achiote para que tome color en las tortillas y luego ya se le pone en el tiesto caliente y con poco de aceite.
Propiedades		Las tortillas de maíz aportan con calorías, proteínas y calcio.
Estado de conservación		Común

Tabla 7:

ATLAS ALIMENTARIO (*Caldo de gallina*)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Caldo de Gallina	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados, hogares.	
Descripción	Sopa líquida, que lleva una presa de gallina con papas y acompañado de culantro.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
<ul style="list-style-type: none"> • 1 pollo o gallina cortada en presas y bien lavadas • 2 cebollitas blancas de tallo largo la parte blanca para el caldo y la parte verde para usar como guarnición • 1 tallo de apio picadito • Sal • La parte verde de la cebolla de tallo bien picadito • Culantro picadito o perejil • Papas sancochadas en el caldo 		La forma más frecuente de cocción es llevar a una olla con fuego alto la gallina para que esta pueda hervir y tomar una textura suave, la misma que se demora por alrededor de 45 min o 1 hora. Luego se procede a poner los ingredientes como las papas para su cocción adecuada.

Propiedades	El caldo de gallina aporta con vitaminas, entre ellas B y C, minerales y proteínas,
Estado de conservación	Común

Tabla 8:

ATLAS ALIMENTARIO (*Cuy asado*)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Papas con cuy	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados; menos habituales hogares	
Descripción	Plato fuerte, consiste en una porción de fritada, mote, papas cocinas y fritas en el mismo aceite del cerdo, cuero reventado, empanadas, maduro frito, tostado y canguil.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
<ul style="list-style-type: none"> • 1 cuy • 2 libras de papa cocinada (puede ser chola o Gabriela) • 1 cucharada de manteca de chanco • 4 dientes de ajo (de preferencia molidos en piedra) • 2 ramas de cebolla blanca picada • 1 cebolla paiteña (colorada) picada • 1 cucharada de culantro • Sal, comino y pimienta al gusto • Achiote • Hojas de lechuga • Salsa de maní 		La forma más frecuente de cocción es el asado en el cuy, lo cual se demora por aproximadamente una hora u hora y media, hasta que el cuy tome una textura de color anaranjado lo cual es generado por el achiote que se le va agregando durante su asado, y la textura del cuero del cuy es crocante. Luego se lo acompaña con papas y salsa de maní.

Propiedades	Aporta un gran valor nutricional, como Omega y Omega 3.
Estado de conservación	Común

Tabla 9:

ATLAS ALIMENTARIO (Morochó)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Morochó	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados; menos habituales hogares	
Descripción	Bebida espesa que se lo prepara con leche y maíz blanco.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
<ul style="list-style-type: none"> • 14 onzas de maíz morochó partido o maíz blanco trillado alrededor de 2 tazas • 6 tazas de agua para remojar • 8 tazas o 2 litros de leche • 3 a 4 ramas de canela • ¼ – ½ taza de azúcar o panela rallada ajustar al gusto • ½ taza de pasas opcional • Canela molida para decorar 		La forma más frecuente de cocción es del maíz blanco ponerlo en una olla y dejar que vaya hirviendo, pero a la misma vez ir meciendo para que no se asiente y no se queme, esperar hasta que el maíz este suave después se le agrega leche y canela.
Propiedades		El morochó es rico en vitaminas A y B.
Estado de conservación		Común

Tabla 10:

ATLAS ALIMENTARIO (Papas con cuero)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Papas con cuero	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados; menos habituales hogares	
Descripción	Plato fuerte, consiste en una porción de papas con cuero.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
<ul style="list-style-type: none"> • 1 libra de cuero de chancho • 3 libras de papas medianas partidas por la mitad • 2 ramas de cebolla blanca • 3 cucharadas de mantequilla • ¼ de taza de aceite de achiote • 1 taza de leche • 2 pepas de ajo machado • 3 ramas de perejil • ½ taza de pasta de maní o maní tostado y molido • Pimienta • Sal • Comino • Orégano 		La forma más frecuente de cocción es con el cuero de cerdo que es hervida en una olla aparte para luego mezclar con un refrito y el licuado de maní con leche para realizar un tipo sarsa espeso en el que se mezcla todo e incluso las papas.
Propiedades		Una manera nutritiva de comer carne de cerdo sin grasas.
Estado de conservación		Común

Tabla 11;

ATLAS ALIMENTARIO (Chicha)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Chicha	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados; menos habituales hogares	
Descripción	Es una bebida que en lo general es líquida y posee un sabor único por su fermentación.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
<ul style="list-style-type: none"> • 10 litros de agua • 1½ kilo de maíz de jora • 1 kilo de cebada • 1 cucharada de clavos de olor • Azúcar al gusto 		La forma más frecuente de la realización de esta bebida es estar pendientes y no dejar que se espese la mezcla y de esa manera quede de forma líquida. Además de darle un sabor único por su tipo de ingredientes.
Propiedades		La chicha ayuda a reducir la presión arterial y reduce el cansancio.
Estado de conservación		Común

Tabla 12:

ATLAS ALIMENTARIO (*Locro de cuy*)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Locro de cuy	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados; menos habituales hogares	
Descripción	Sopa espesa en la que el ingrediente que resalta es el cuy.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
<ul style="list-style-type: none"> • 1 cuy en presas • 1 cebolla blanca • Achiote • 2 libras de papas peladas y cortadas en cubos • • 2 litros de agua • Ajo, comino y sal 		<p>La manera más común de cocción del locro de cuy es poner a hervir el agua y de tal manera después agregarle las presas del cuy y todos los ingredientes para que las mismas presas con el transcurrir del tiempo en la olla se vayan disolviendo poco a poco y este tome un cierto espesor en el caldo.</p>

Propiedades	El locro de cuy aporta con proteínas y vitaminas acompañados de un gran porcentaje de carbohidratos.
Estado de conservación	Común

Tabla 13:

ATLAS ALIMENTARIO (Fritada)

PRODUCTOS ELABORADOS		
Nombre del producto	Fritada	
Ancestralidad	Criollo	
Época de consumo	Cotidiano	
Lugares de consumo	Restaurantes, mercados; menos habituales hogares	
Descripción	Plato fuerte, consiste en una porción de fritada, con diversos acompañados.	
Zonas tradicionales de consumo		
Parroquia, cantón	Época de consumo	Latacunga
Latacunga	Todo el año	
Ingredientes		Formas de preparación
<ul style="list-style-type: none"> • 3 a 4 libras de carne de chanco cortado en trozos medianos 1 libra de costillas y 2 libras de lomo • 1 cucharadita de comino molido • 10 dientes de ajo 5 enteros y 5 machacados • 1 cebolla blanca cortada en trozos • 1 cebolla paiteña pequeña o un chalote cortado en trozos • 3 tazas de agua • 1 taza de jugo de naranja • Sal y pimienta al gusto 		La forma más frecuente de cocción es con la carne de cerdo luego de ser hervida es frita en su propia grasa a fuego bajo, durante horas. Este procedimiento se lo realiza en paila de bronce.
Propiedades		La fritada posee un buen aporte calórico.
Estado de conservación		Común

Discusión de resultados

Ecuador es un país megadiverso, en donde se puede observar 4 regiones naturales, como son Litoral, Interandina, Amazonia y Galápagos las mismas que se representan por su cultura y tradiciones. Teniendo como referencias estas regiones se toma en consideración que cada lugar posee destinos turísticos los cuales han sido demandados por gran cantidad de turistas. En la actualidad se ha podido observar que el país se ha enriquecido en cuanto atractivos turísticos, mejorando la infraestructura y brindando un mejor servicio a los viajeros. La oferta turística que representa Ecuador es de gran variedad puesto que se ha constatado que se ha incrementado actividades turísticas y nuevas tipologías de turismo, una de ellas que hoy en día se ha visto en auge por los que viajan, es el turismo gastronómico, el cual consiste en la visita a un lugar en específico el cual se representa con su identidad gastronómica, tomando en consideración uno o varios platillos que sean la carta de presentación del lugar.

En consecuencia, esta tipología de turismo, no solamente esta adecuada a los grandes restaurantes, sino también, se puede observar que existe gran demanda en las “*huecas*” normalmente denominadas a puestos de comida rápida en la calle o en lugares alejados de la ciudad, sitios en donde brindan distintos platos los cuales los turistas optan por degustar para la respectiva experiencia turística durante su estancia o visita a un destino turístico. No obstante, **Branislaw Malinowsky (1884)**, en su teoría del funcionalismo menciona que un lugar se distingue por su cultura y por los cambios continuos que se van realizando dentro del mismo entorno, por lo tanto, se tiene en consideración todo los aspectos relevantes del turismo gastronómico como un cambio radical al haber sido incrementado de manera parcial en los últimos años teniendo una gran acogida por los turistas y dando una representación cultural a una ciudad en determinado por lo que este sitio ya posee una manera para ser identificada de otros lugares .

Sumando a lo anterior la teoría es una base del empirismo, lo cual demuestra cómo ha ido evolucionando la gastronomía en los lugares mediante su adentramiento en el

sistema turístico, teniendo como referencia la cocina antigua de las personas que vivían en aquellas épocas, desde el tema de la recolección, cocción, preparación de los alimentos se puede visualizar una gran experiencia de los individuos en adaptarse a nuevas técnicas implementadas en la cocina, y de cómo cada ser tiene la habilidad de empoderarse de la preparación de alimentos en base a sus conocimientos dados de generación en generación.

Haciendo referencia con la teoría giro ontológico se puede tener en cuenta que las mujeres son las que dominan la cocina, mediante toda esta relación se tiene por entendiendo que son las señoras quienes dan vida y valor a las tradiciones que se han heredado de generación en generación por lo que ellas son las responsables de seguir creando los platos hechos por su madre y manteniendo el sabor único y su técnica tradicional que es realizarse en una paila de bronce las chugchucaras y también seguir utilizando la cuchara mama. En consideración, en dicha teoría se toma en cuenta la interdisciplinariedad que específicamente está basado en las técnicas tradicionales que se han ido dando generación con generación, por lo que estas se van respetando con el pasar del tiempo y se siguen utilizando de manera positiva dentro de la sociedad **(Ruiz y Cairo, 2016)**.

Los sabores y secretos de las chugchucaras están relacionados con los saberes ancestrales de las herencias que han ido dejando las personas con el transcurso del tiempo, en este caso estos alimentos se los ha ido preparando mediante una técnica que es la cocina en la paila de bronce en la ha sido heredada y el sabor que se le da a este alimento es esencial por la cocina en leña que hoy en día ya no es representativa por los lugares en donde se los oferta. En cuanto a las allulas las técnicas realizadas y su sabor aun sigues sientos intactos porque su cocción es en base a un horno de leña y la preparación de basa en una receta desde los tiempos antiguos que no puede ser manipulada por terceras personas por lo que a esto respecta su aroma aún sigue siendo el mismo, el queso de hoja sigue conservando su sabor original por la mismas razones antes mencionadas como la manipulación de alimentos por una sola persona para que no se llegue a cortar y salgo un buen producto con sus delicias siendo la degustación del paladar para el turista.

Por dichas razones la gastronomía se ha vuelto un punto fuerte en el turismo, adentrándose de ciudad en ciudad, un caso en específico se ha podido visualizar a la Latacunga teniendo una identidad cultural y gastronómica, la cual representa las tradiciones del lugar, en este sentido se puede distinguir gran variedad de actividades recreativas pero lo que más ha llamado la atención de los turistas ya sean propios o extraños es la gastronomía que se muestra en el sitio, su comida más representativa son las chugchucaras una platillo lleno de propiedades nutricionales y además posee características únicas al tener implementados variedad de productos como granos, tubérculos, vegetales, harina y proteína como es la carne de cerdo, este platillo al ser formado por variedades se puede distinguir y es reconocido en la ciudad por lo que existen varios restaurantes en dos zonas determinadas en las que se puede llegar a consumir y los turistas generan una gran demanda por degustar el mismo. Por otro lado, se puede encontrar los quesos de hoja que son de igual manera reconocidos en la zona por su textura, su origen y sus sabores, se ha presentado como un plato típico de la ciudad porque de igual manera se puede observar en distintos locales y puestos de la localidad, en donde se puede degustar este producto, el queso de hoja se lo puede conservar en un lugar fresco, además es reconocido por su manera inusual de ser emplatado que es en una hoja de achira.

Los platillos anteriormente mencionados, no son los únicos típicos de Latacunga, sino que existe un producto elabora a base de harina de trigo, manteca de cerdo, entre otros ingredientes, este crujiente bocadito es las reconocidas allullas que posees una textura ligeramente esponjosa y su forma es redonda. La ciudad de Latacunga posee números platos los cuales se los puede degustar en distintos lugares de la ciudad, se puede evidenciar en huecas, el mercado, restaurantes que se vende platos como yahuarlocro que está preparado a base del menudo de borrego, el cuy con papas y sarsa que se lo puede encontrar en el barrio La Calera, también se puede tener en cuenta una experiencia gastronómica con platillos como la fritada, locro de cuy, papas con librilla, entre otras, cada una de ellas se lo realiza con diversas técnicas tradicionales, por una parte las chugchucaras se las prepara en una olla de bronce que posiblemente fue heredado de sus abuelas o madres, se puede también visualizar que hoy en día una de las técnicas más utilizadas es la cuchara mama como se la denomina a una cuchara de

gran volumen y realizada de madera, al igual que la paila puede haber sido heredada de generación en generación, por lo que aún se conserva dicha técnica.

Finalmente, como un dato proporcional al tema se puede tener en cuenta la información que es de suma importancia la querer consumir este tipo de productos elaborados y que son considerados como platos típicos de la localidad, teniendo como referencia esto es importante considerar como la difusión de la publicidad ayuda al incremento del desarrollo turístico en la ciudad, siendo el turismo gastronómico un referente en esta tipología, como ya se ha mencionado anteriormente la gastronomía juega un papel importante en la sociedad por lo que dispone crear lazos de comunicación con el sector turísticos y el sector agrícola quien son los principales productores de los alimentos que se procede a elaborar para los respectivos platos. La comida típica se representa mediante la identidad y la cultura que presenta por lo que se ve reflejada en el interés de las personas en generar una degustación única en el paladar de los comensales y de esa manera se pueda engrandecer al turismo gastronómico local de la ciudad de Latacunga.

Análisis del Mapa Parlante

La gastronomía típica y tradicional está en auge en el Ecuador, por la variedad de platillos preparados con sabores y aromas distintos, cada provincia con un plato representativo, la ciudad de Latacunga se ha caracterizado por la diversidad de fiestas populares y tradicionales que acogen a gran cantidad de visitantes los mismos que se han visto motivados por visitar dicho lugar en cuanto a su gastronomía, sus atractivos y sus fiestas anteriormente mencionados, una de las más representativas celebraciones es la Mama Negra una fiesta popular que se celebra en dos fechas en septiembre y en noviembre en la que los turistas pueden disfrutar y al mismo tiempo visitar los restaurantes de gastronomía típica de la ciudad, y de esa manera degustar los platillos que representan a dicho sitio.

Como ya es de conocimiento Latacunga no solo alberga sitios turísticos, como el Centro Histórico de la ciudad que posee una estructura arquitectónica de tiempos

antiguos, la Piedra Chilintosa que alberga gran historia dentro de la misma, entre otras, sino también posee variedad de actividades turísticas en las que la visita y degustación de la gastronomía está incluida en una de las más importantes del lugar. En cuanto a la preparación de los platillos típicos se toma en consideración que cada uno posee un determinado procedimiento desde la compra de productos hasta la preparación de la comida y por último el producto final, ya teniendo la información necesaria se procede a indicar cual es el respectivo proceso que los restaurantes siguen para llegar a tener su platillo distintivo.

Por consiguiente, haciendo referencia a los roles de género se tiene entendido que los hombres por mayor fuerza se les incluye en el trabajo de transportar los quintales de papas y cada uno de los productos mediante el transporte terrestre, mientras que las mujeres se dedican a realizar todo tipo de comida, no obstante en la actualidad se ha visto a los hombres incursionar en el mundo de la cocina, los mismos que ha permitido abrir nuevos horizontes tanto a hombres como mujeres ejerciendo nuevas actividades sin delimitarse, pero en cuanto a la gastronomía de la ciudad de Latacunga y de los restaurantes que más resaltan en la zona son las féminas que destacan por su manera de cocinar y dominar la misma. Los saberes y sabores ancestrales están ligados a la conservación de técnicas tradicionales utilizadas en dentro de la cocina, por ende en las chugchcaras se encuentra la realización de la cocción en una paila de bronce antigua, utilizar la cuchara mama que es de un material de madera la misma que ha sido antes utilizada por sus ancestros, en las allullas se puede determinar la cocción en horno a leña, receta tradicional de la abuela con un secreto bien guardado y los quesos de hojas con la técnica de realizarse a mano sin desvalorar los tiempos de la realización.

Por dichas razones, el intercambio cultural de las personas contribuyentes en la cocina con los turistas es sumamente importante porque de esa manera se puede dar a conocer cuáles son los roles que cada uno cumple teniendo en cuenta los procedimientos que se debe seguir para terminar un producto en estos casos un platillo de comida típica y tradicional.

Sumando a lo anterior, todo lo basado en lo cultural se puede ver reflejado en la cocina de las personas más mayores de la zona, dichos que en aquellos lugares se puede

encontrar diversidad de información en cuanto a la gastronomía tradicional que se viene dando desde épocas antiguas y hoy en día está siendo muy demandada.

En el siguiente mapa se puede observar diversos locales comerciales los mismos que están representados por los siguientes colores:

-Rojo: Chugchucaras

-Amarillo: Allullas

-Verde: Queso de hoja

-Celeste: Minimarket

-Lila: Tienda

-Anaranjado: Mercado Mayorista

-Morado: Transporte terrestre

Chugchucaras, en cada uno se ha logrado delimitar los puntos desde donde se dirige los productos hasta como llegan a su lugar de destino, por lo tanto, de la carnicería se puede constatar que se traslada la carne de cerdo hacia el restaurante para la realización de la fritada, además del minimarket transporta productos como sal, azúcar, aceite para la respectiva preparación de los alimentos, de la tienda se dirige con manteca de cerdo, canguil y por ultimo para el lugar se desplaza los alimentos como el mote, cebolla paiteña, tomate riñón y maíz para el tostado desde el mercado mayorista.

Allullas, se necesita trasladar del minimarket la harina para poder hacer la masa, azúcar y sal para condimentar los alimentos, de la tienda se traslada hacia el local la manteca de cerdo y los galones de agua, con esto se puede tener en cuenta el proceso de la elaboración de este alimento mediante la transportación de diversos productos que llegan de distintos lugares de la ciudad.

Queso de hoja, se ha visto la necesidad de llevar productos esenciales para la elaboración, como el queso maduro se traslada desde la tienda del sector hasta el local, mediante vía terrestre por un transporte del minimarket se traslada sal, azúcar y agua,

todos estos ingredientes son propicios para el cumplimiento de la receta de dicho producto.

Tabla 14:

Mapa Parlante



En el mapa se puede distinguir como se realiza el proceso de compra de productos.

Tabla 15:

Leyenda del Mapa Parlante

LEYENDA			
	LOCAL DE ALLULLAS		SUPERMERCADO
	ALLULLAS		AEROPUERTO
	LOCAL DE QUESO DE HOJA		PERSONAL
	QUESO DE HOJA		TURISTAS
	LOCAL DE CHUGCHUCARAS		AVIÓN
	CHUGCHUCARAS		TRANSPORTE DE MERCANCÍA
	TIENDA		TAXI
	CARNICERÍA		MERCADO

Se puede visualizar y distinguir los locales de comita típica y tradicional de Latacunga.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Teniendo en cuenta la compilación de datos extraídos durante todo el proceso de investigación, se ha podido llegar a las siguientes conclusiones.

-Latacunga es un lugar en donde se ha podido encontrar gran variedad de productos como vegetales, tubérculos, frutas, entre otros, esta ciudad posee gran riqueza fructífera por sus sectores del campo que benefician a la ciudad con sus respectivos alimentos, por lo tanto, en dentro de estos lugares se ha podido constatar mayor diversidad de comida típica y tradicional que representa al sitio antes mencionado como una identidad cultural dentro del campo gastronómico, se ha logrado determinar que la gastronomía que identifica a la Latacunga son las chugchucaras un plato emblemático que está conformado de una gama de nutrientes en todos sus componentes como la carne de cerdo, el mote y todos sus ingredientes, que brindan el respectivo sabor a este plato, de la misma manera se puede tener en consideración el queso de hoja y las allullas que son una representación de los alimentos típicos de la ciudad y de los más consumidos en su zona céntrica de locales comerciales en dentro de la actividad gastronómica.

-Los factores motivacionales se han determinado mediante una investigación bibliográfica y descripción teórica que son los siguientes: personales, familiares, de ocio, sin embargo, existen grupos que se desplazan por motivaciones siendo el sector gastronómico el cual los turistas eligen para poder visitar la ciudad de Latacunga, lugar en el que se puede degustar platos típicos como son las chugchucaras, queso de hoja y las allullas que específicamente solo se dan en esta ciudad. Además, se puede tomar en consideración, que las personas en algunos casos no visitan específicamente Latacunga, sino que existen restaurantes de paso en los cuales se puede consumir estos alimentos sin necesariamente tener que visitar dicho sitio turístico, por otro lado, también al realizarse visitas a la ciudad mediante un paquete turístico estos platillos se

encuentran en el menú del itinerario por lo que su degustación es realizada de una manera acorde con el cumplimiento de sus actividades.

- Con la creación del video promocional se puede tener un alcance mayoritario en las personas, incentivando a la visita y degustación de la comida típica de la ciudad de Latacunga y de esa manera pueda tener un alto rendimiento económico además de una demanda en gran escala para el turismo gastronómico dentro del lugar.

Recomendaciones

Al haber finalizado con el proyecto de investigación se recomienda:

- Conocer la información necesaria sobre los productos de la ciudad de Latacunga los mismos que en muchos de los casos serán utilizados para la realización de un plato típico o tradicional de la zona, teniendo en cuenta cuales son los lugares a visitar y que platos ofertan cada uno de ellos.
- Sugerir a la comunidad receptora de la demanda en este caso a la ciudad de Latacunga tener en consideración cuales son los factores que motivan a los turistas a visitar un lugar en determinado, en este caso se podría tener en cuenta la gastronomía típica y tradicional añadiéndole un toque a la difusión de los platos ofertados.
- Proponer que se realice una amplia publicidad tanto en medios locales como en medios digitales de la gastronomía típica y tradicional de la ciudad de Latacunga para tener un mayor alcance de demanda turística, de esa manera convertir al lugar en un sitio reconocido y visitado por turistas nacionales y extranjeros siendo su motivación la comida representativa de esta zona.

PROPUESTA

TEMA: Crear un video publicitario de la comida típica y tradicional de la ciudad de Latacunga

El video consiste en realizar publicidad a los lugares en donde se oferta la gastronomía típica y tradicional de la ciudad de Latacunga, visitando cada uno de los sitios y conociendo un poco más de su historia.

Guion y evidencias del recurso multimedia

Link del video en YouTube: https://youtu.be/2_jFP2iRJvQ

Tabla 16:

Guion del recurso audiovisual

GUION	
TEMA DEL REPORTAJE	Latacunga su gastronomía u cultura.
INTRODUCCION	
Locutor Estefania Toapanta	Latacunga tierra de Mashcas, un encanto arquitectónico y gastronómico. Una ciudad fría pero que alberga grandes restaurantes en donde se puede deleitar al paladar mediante sus comidas. Su nombre se deriva de dos palabras Llacta Kunka que posee el significado de Laguna de los Dioses
CUERPO DEL VIDEO	
LOCUTORA	

Estefania Toapanta	<p>Si bien es cierto la ciudad posee una identidad propia en cuento a los alimentos típicos y tradicionales, teniendo como su plato emblemático a las chugchucaras.</p> <p>Otro de los platos emblemáticos son las chugchucaras y el queso de hoja, a continuación, conoceremos un poco sobre la historia y tradición.</p>
Detalles del Guion	<p>En la primera visita nos dirigimos hacia una de las calles más concurridas en donde se pudo encontrar mayor presencia de locales de chugchucaras, pero un lugar a visitar en específico es Chugchucaras Roció, un lugar lleno de tradiciones, en las que se procedió a visitar la cocina para ver todo su procedimiento, La señora Roció nos contó su experiencia realizando este platillo emblema que ha representado a su familia durante años.</p> <p>Posterior nos dirigimos a la Casa de las Allulas a deleitarnos con unas deliciosas allulas recién salidas del horno, en el lugar se pudo realizar un pequeño recorrido conociendo cada rinconcito del lugar, en las mismas calles seguimos a la casa del queso de hoja, en donde de igual manera nos deleitamos con un queso de hoja, y dimos un recorrido por el lugar, por ultimo realizamos un recorrido en automóvil hacia el barrio La Calera en donde visitamos el asadero Divino Niño en el que se pudo observar el procedimiento de cocción de los alimentos, por ejemplo como se asa el cuy, pollo y el conejo</p>
Cierre	
Locutora:	Latacunga oferta delicias gastronómicas y sus manjares.
Estefania Toapanta	¡VEN Y VISITALA!
EVIDENCIAS DEL TRABAJO	

Figura 1: Edición del video



Nota: Esta tabla muestra el guion realizado para el material audiovisual.

Bibliografía

- Acle , R., Santos , J., & Herrera , B. (19 de diciembre de 2019). *Scielo*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.co/pdf/ridi/v10n2/2389-9417-ridi-10-02-237.pdf>
- Aguirre, P. (4 de diciembre de 2016). *Scielo*. Obtenido de Scielo : <https://www.scielosp.org/pdf/scol/2016.v12n4/463-472>
- Alam, P., & Malaysia, S. (2021). *Traditional gastronomy knowledge transfers among Malay women: an exploratory study*. Roudegde. doi:<https://doi.org/10.1080/15378020.2021.1942748>
- Alegre, J., & Garau, J. (2010). *TOURIST SATISFACTION AND DISSATISFACTION*. Metin Kozak. doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.07.001>
- Araoz, M., & Garcia , S. (2020). Una puesta en escena para transformarse: Lección de cocina de Rosario Castellanos. *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2395-91852019000100110
- Araujo, G. (2017). Los viajeros y sus motivaciones. *Redalyc*, 12.
- Araujo, G., & Gosling, D. S. (2017). LOS VIAJEROS Y SUS MOTIVACIONES Un estudio exploratorio sobre quienes aman. *Redalyc*, 62-85.
- Araujo, G., & Marusa, d. S. (2017). Los viajeros y sus motivaciones. *Scielo*, 16.
- Avcikurt, C., Dinu, M., & Hacioglu, N. (2016). *Global Issues and Trends in Tourism*. ST. KLIMENT OHRIDSKI UNIVERSITY PRESS. doi:ISBN 978-954-07-4138-3
- Balsaneli, A. (2022). Desde el punto de vista lacandón: propuesta para un nuevo acercamiento a la ontología lacandona. *Scielo*, 25(2), 83-102. doi:http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-84882018000200083

- Bermeo, P., Elizalde, J., & Calle, M. (diciembre de 2020). *Scielo* . Obtenido de Scielo: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2020000200175&script=sci_arttext
- Burini, F. (2020). *TOURISM FACING A PANDEMIC*:. Università degli Studi di Bergamo. doi:10.6092/978-88-97253-04-4
- Buschini, J. (diciembre de 2016). *Scielo* . Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-18652016000200004
- Byerly, R. (2019). Epistemic Subjectivism in the Theory of Character. *Wiley Online Library*, 8(4), 17-29. doi:<https://doi.org/10.1002/tht3.433>
- Cabrera, A. (S/F de S/F de S/F). Obtenido de Universidad de Cuenca : <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1620/1/Trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n.pdf>
- Cadenas, H. (2016). La función del funcionalismo: una exploración conceptual . *Dossie* , 19.
- Carillo , M., Padilla , J., Rosero , T., & Villagomez, M. (2016). La motivación y el aprendizaje. *Alteridad*, 14.
- Carreño, M. (2019). Mapas parlantes. *UNICISO*, 1(2), 1-25. doi:<https://www.portaluniciso.com/>
- Carvache, M., Carvache, W., Macas, C., & Mejía, M. (2018). Motivaciones, Valoración y Satisfacción del Turista en un destino de Sol y Playa del Ecuador. *Espacios*, 15.
- Castaño, C. (2018). Enfoque Cualitativo . *Redalyc*, 2(1), 15-26.
- Chacón, A. (2015). Percepción de alimentos en el primer lustro de vida . *Redalyc*, 87.
- Claudio, J., Marlene, P. G., TomásLópez, J., & Jose, G. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. En J. Claudio, P. G. Marlene, J. TomásLópez, & G. Jose, *Local gastronomy*,

culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist (págs. 604-612). ELSEVIER.

Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013). *From tourist motivations to tourist satisfaction*. Discover Journals, Books & Case Studies. doi:<https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2012-0022>

Duràn, Y. (2012). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Redalyc*(1), 55-78. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>

Elizalde, J., Bermeo, P., & Calle, M. (2020). Gastronomía tradicional: gustos y preferencias de los habitantes del cantón Santa Rosa, El Oro, Ecuador. *RIAT*, 19.

Escalante, E. (2010). Un análisis descriptivo y fenomenológico de problemas en la elaboración de tesis de maestría. *Redalyc*(57), 38-47. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/340/34012514006.pdf>

Fernandez, L., & Calderon, G. (2012). CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL TURISTICO EN UN DESTINO EMERGENTE, C. *Scielo*, 1-25.

Fernández, M., Martha, G., & Andres, P. (2017). Un modelo estructural sobre la influencia de las motivaciones de ocio en la satisfacción de la visita turística. *Touris management*, 15.

Font, X., & Hindley, A. (2015). *Values and motivations in tourist perceptions of last-chance tourism*. SAGE Journals. doi:<https://doi.org/10.1177/1467358415619674>

Fróna, D., Szenderákand, J., & Harangi, M. (2019). *The Challenge of Feeding the World*. Sustainability . doi:<https://doi.org/10.3390/su11205816>

Gaona, & Tejera, H. (1986). Bronislaw Malinowski y la Antropología Funcionalista. *JSTOR*(14), 115-26. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/40977193>

Gheorghe, G., & Tudorache, P. (2014). GASTRONOMIC TOURISM, A NEW TREND FOR CONTEMPORARY TOURISM. *Cactus Tourism Journal*, 9(1),

- 12-21. doi:https://www.researchgate.net/profile/Puiu-Nistoreanu/publication/299392380_GASTRONOMIC_TOURISM_A_NEW_TREND_FOR_CONTEMPORARY_TOURISM/links/56f917be08ae7c1fda310f9b/GASTRONOMIC-TOURISM-A-NEW-TREND-FOR-CONTEMPORARY-TOURISM.pdf
- Guano, J. (2012). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD* . Escuela Politecnica del Ejercito .
- Gutierrez, R., & Maldonado, M. (2017). *ELEMENTOS EPISTEMOLOGICOS Y SOCIOCULTURALES DE LA GASTRONOMIA*. Colombia: FUSM.
- Harrington, R. (2018). *The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components, Texture and Flavors in Wine and Food*. Taylor&Francis online . doi:https://doi.org/10.1300/J385v04n02_10
- Hernández, J. (junio de 2018). *Scielo* . Obtenido de Scielo : https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-27892018000100154
- Hernandez, R., & Dancusa, M. (2018). La gastronomía tradicional de Córdoba. *Scielo*, 2(27), 413-430. doi:http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322018000200012&script=sci_arttext&tlng=en
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy* . Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9780203218617>
- Huaire, E. (2019). Metodo de investigacion . *Academia.org*, 1(1), 1-67. doi:<https://n2t.net/ark:/13683/pY8w/mwP>
- Kivela, J., & Crofts, J. (2006). *Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination*. *Journals Tourism*. doi:<https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Klosse, P. (2014). *The essence of gastronomy* . eBook. doi:<https://taylorandfrancis.com/>

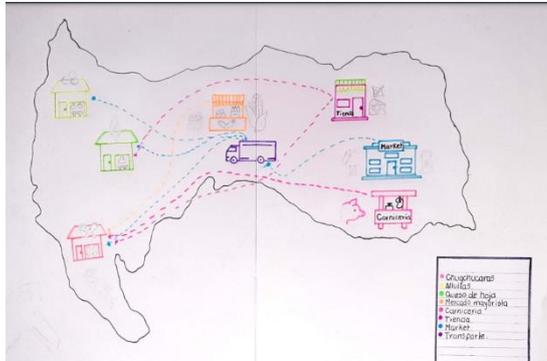
- Li, M., & Cai, L. (2016). *The Effects of Personal Values on Travel Motivation and Behavioral Intention*. SAGE Journals. doi:<https://doi.org/10.1177/0047287511418366>
- Liebman, M., & Paulston, R. (2006). Social Cartography: a new methodology for comparative studies. *Taylor&Francis online*, 24(3), 233-245. doi:<https://doi.org/10.1080/0305792940240304>
- Lim, D. (2007). *Cross Cultural Differences in Online Learning Motivation*. Taylor&Francis online . doi:<https://doi.org/10.1080/09523980410001685784>
- López , A., Perez , C., Guzman , C., & Hernández , R. (21 de abril de 2017). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456150029006.pdf>
- López , T., & Margarida, M. (2011). TURISMO, CULTURA Y GASTRONOMÍA. UNA APROXIMACIÓN A LAS RUTAS CULINARIAS. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM & MANAGEMENT STUDIES*, 8.
- Malinowski, B. (1884). *Teoria Funcionalismo*.
- McCain, G., & Ray, N. (2013). *Legacy tourism: the search for personal meaning in heritage travel*. ELSEVIER. doi:[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00048-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00048-7)
- Melendez, J., & Cañez, G. (enero de 2016). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/417/41712087008.pdf>
- MINTUR. (3 de 10 de 2016). *MINTUR*. Obtenido de MINTUR: <https://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-prioste-de-honor-de-la-mama-negra-2016/>
- Morgan, D. (2014). Pragmatism as a Paradigm for Social Research. *Qualitative Inquiry*, 20(8), 24-45. doi:<https://doi.org/10.1177/1077800413513733>
- Naranjo, M. (2016). Motivacion y perspectivas teóricas . *Educación* , 19.
- Nunes, C. (2017). Somos lo que comemos . *Redalyc*, 10 .
- Olivera, S. (03 de julio de 2017). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713893001>

- Paredes, D., & Morillo, M. (17 de noviembre de 2016). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-01622016000100013
- Pérez, C., Jaramillo, G., López, T., & Reinoso, G. (2017). *Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist*. ELSEVIER. doi:<https://doi.org/10.1016/j.scs.2017.04.021>
- Plascencia, J. (6 de julio de 2016). *Entorno Turístico*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/que-motiva-a-viajar-a-las-personas/>
- Prada, J., & Pesántez, S. (2017). Satisfacción y motivación en destinos . *Lluralde*, 14.
- Precht, A., Valenzuela, J., Muñoz, C., & Sepúlveda, K. (2016). *Scielo*. Obtenido de Scielo: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07052016000500010
- Ramirez, H. (2019). Turismo, Religión y Motivación de Viajes . *Redalyc*, 11(1), 14. doi: <https://doi.org/10.18226/21789061.v11i1p66>
- Richards, G. (2017). The role of gastronomy in tourism development. En G. Richards, *The role of gastronomy in tourism development* (págs. 1151-1159). https://www.researchgate.net/publication/357661276_The_role_of_gastronomy_in_tourism_development.
- Robleda, G., & Perez, E. (2017). Motivaciones del turista según la OMT. *ECORFAN*, 1-17.
- Rocha, A. d. (2016). Realismo ontológico relativístico. *Veritas (Porto Alegre)*, 2(61), 306-336. doi:<https://doi.org/10.15448/1984-6746.2016.2.25574>
- Ruiz, D., & Cairo, C. d. (2016). Los debates del giro ontológico en torno al naturalismo moderno. *Estudios Sociales*, 193-204. doi:<http://dx.doi.org/10.7440/res55.2016.13>
- Ruiz, D., & Cairo, C. d. (2016). Los debates del giro ontológico en torno al naturalismo moderno. *Scielo*, 193-204. doi:<http://www.scielo.org.co/pdf/res/n55/n55a16.pdf>

- Sheena, I., & Mark, L. (1999). *Rethinking the value of choice: A cultural perspective on intrinsic motivation*. Journal of Personality and Social Psychology,. doi:<https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.3.349>
- Šimkováa, E., & Holznerb, J. (2014). *Motivation of Tourism Participants*. ELSEVIER. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.455>
- Sonoja, M. (2017). Visión Histórica de la gastronomía y la culinaria. *Redalyc*, 28.
- Suárez, M. (30 de noviembre de 2016). *Scielo* . Obtenido de Scielo: <https://www.scielo.org/pdf/scol/2016.v12n4/575-588>
- Svanes, B. (1987). *Motivation and Cultural Distance in Second-Language Acquisition*. Wiley Online Library. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-1770.1987.tb00575.x>
- Tobar, J., & Moreno, K. (2020). ESTRATEGIA MARCA CIUDAD Y SU IMPORTANCIA DENTRO DEL TURISMO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA. *Revista electronica de ciencia y tecnologia* , 6(2), 18. doi:<http://recitiutm.iutm.edu.ve/index.php/recitiutm/article/view/171/pdf>
- Torres, J., & Ortiz , M. (2020). La influencia cultural en el comportamiento de viaje del turista . *Turydes*, 15.
- Villalba, M., & Inga, C. (2020). Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba. *Scielo*, 18. Obtenido de Scielo .
- Villagomez, C., Molina, G., & Arteaga , M. (2017). Estudio de las motivaciones y satisfacción de la demanda turística en torno a la gastronomía. *ARA*, 11.
- Zamora , J., Castro, M., & Marin , A. (2016). Determinacion en las necesidades de investigacion en el turismo . *Redalyc*, 28.

ANEXOS

Anexo 1: Bosquejo Mapa Parlante



Anexo 2: Mapa Parlante terminado



Anexo 3: Leyenda Mapa Parlante

LEYENDA			
	LOCAL DE ALLULLAS		SUPERMERCADO
	ALLULLAS		AEROPUERTO
	LOCAL DE QUESO DE HOJA		PERSONAL
	QUESO DE HOJA		TURISTAS
	LOCAL DE CHUGCHUCARAS		AVIÓN
	CHUGCHUCARAS		TRANSPORTE DE MERCANCIA
	TIENDA		TAXI
	CARNICERÍA		MERCADO