



Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
Sede Ibarra

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

**"RESCATE DE LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA DE LA PARROQUIA DE CARANQUI  
PARA LA RUTA TURÍSTICA DEL ÚLTIMO INCA ATAHUALPA EN LA PROVINCIA DE  
IMBABURA"**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS GASTRONÓMICAS.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: GG1. IDENTIDAD GASTRONÓMICA

AUTORAS: DORIS PAMELA GARCES GUAÑUNA  
MAYRA ALEJANDRA VALENZUELA OBANDO

ASESOR: MSC. ESTEBAN GONZALO RUBIO RUEDA.

IBARRA, NOVIEMBRE - 2017

## CERTIFICADO DEL ASESOR

*Ibarra, 22 de noviembre del 2017*

*Msc. Esteban Gonzalo Rubio Rueda*

*ASESOR*

### **CERTIFICA:**

*Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Gestión en Empresas Turísticas y Hoteleras (GESTURH), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.*



(f) .....  
Esteban Gonzalo Rubio Rueda  
C.C. 109/933462.....

## PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

*El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):*

(f):   
.....  
Esteban Gonzalo Rubio Rueda  
C.C.: 1001933462

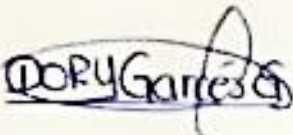
(f):   
.....  
Silvia Patricia Saltos Gordillo  
C.C.: 1002683017

(f):   
.....  
Juan Carlos Echeverria Almeida  
C.C.: 1002081212


## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

*Nosotras, Doris Pamela Garces Guañuna y Mayra Alejandra Valenzuela Obando, portador de la cédula de ciudadanía N° 1726119579 y N° 1717533879, declaramos conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”*

*Ibarra, 22 de noviembre del 2017*



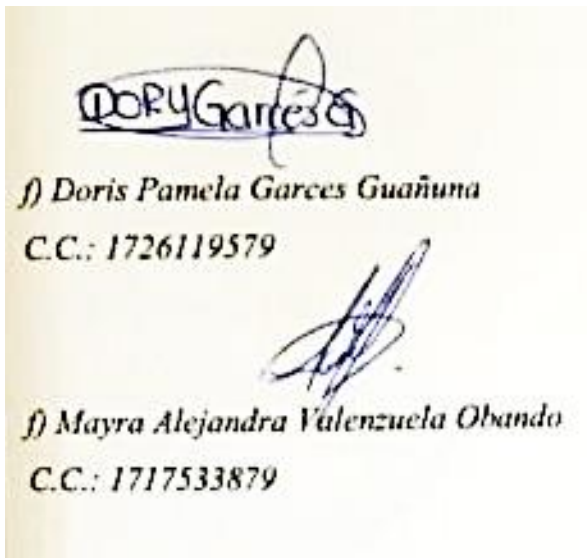
*f) Doris Pamela Garces Guañuna*  
C.C.: 1726119579



*f) Mayra Alejandra Valenzuela Obando*  
C.C.: 1717533879

## AUTORÍA

*Nosotras, Doris Pamela Garces Guañuna y Mayra Alejandra Valenzuela Obando, portador de la cédula de ciudadanía N° 1726119579 y N° 1717533879, declaramos que la presente investigación es de total responsabilidad del (los) autor (es), y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.*



## RESUMEN

Esta investigación se desarrolla como requisito final para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Gastronómicas, contando de esta manera con el aporte técnico, teórico y científico dirigido a la sociedad y de una manera más centralizada a la región norte del país.

La investigación realizada a continuación es un convenio que la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede – Ibarra (PUCE-SI) firmó hace algunos meses con el Gobierno Descentralizado de Ibarra (GAD); además habrá apoyo logístico y técnico tanto de la universidad como de la dirección de Turismo del GAD de Ibarra para fomentar el turismo en la ciudad de Ibarra parroquia de Caranqui.

Para una mejor comprensión del lector, el informe final de la investigación está estructurado en 4 capítulos que de manera breve se describen a continuación.

El capítulo I se denomina “MARCO TEÓRICO” que consta de una investigación documental sobre algunos temas relevantes dentro de la investigación como son: turismo, gastronomía, relación entre turismo y gastronomía, ruta gastronómica, estrategias y tipos de estrategias, promoción gastronómica, y Parroquia de Caranqui en la ciudad de Ibarra.

El capítulo II se refirió al diagnóstico que incluyo: antecedentes, variables diagnósticas, indicadores, matriz de relación diagnóstica, mecánica operativa, población o universo, determinación de la muestra, encuestas, foda y por último la determinación del problema diagnóstico.

El capítulo III se denomina “INGENIERIA DEL PROYECTO” en el que consta de manera detallada la propuesta planteada; para esto se ha considerado los siguientes parámetros: Introducción, objetivos, temática de la ruta, inventario de emprendimientos gastronómicos de la parroquia de Caranqui. Fichas de los establecimientos gastronómicos, mapeo de los atractivos, jerarquización de los negocios de la parroquia de Caranqui. Atractivos considerados en la diagramación de la ruta gastronómica, descripción del paquete, itinerario, recorrido, descripción del Tour, costo del paquete, recetario gastronómico de la parroquia de Caranqui, video publicitario y estrategias de promoción.

El último capítulo, capítulo IV, es “ANÁLISIS DE IMPACTOS”, que contiene ámbitos como son: impacto social, económico, cultural, educativo, turístico y por ultimo impacto general. Se planteó una matriz y en base a indicadores de forma numérica se obtuvo los niveles de impactos por áreas con su respectivo análisis; además de conclusiones y recomendaciones con lo que

culmina esta investigación, adicionalmente constan anexos que enriquecen los contenidos desarrollados en capítulos anteriores.

La investigación se pone a disposición de la comunidad universitaria y de la sociedad para que sean testigos y jueces de un trabajo que se convertirá en referente y aporte para el sector turístico, hotelero y gastronómico.

**Las Autoras**

## **ABSTRACT**

This research is developed as a final requirement for obtaining the title of Engineering in Gastronomic Business Administration, counting in this way with the technical, theoretical and scientific contribution directed to society and in a more centralized way to the northern region of the country.

The following research is an agreement that the Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede - Ibarra (PUCE-SI) signed a few months ago with the Decentralized Government of Ibarra (GAD); In addition, there will be logistical and technical support from both the university and the Tourism Directorate of the Ibarra GAD to promote tourism in the city of Ibarra parish of Caranqui.

For a better understanding of the reader, the final report of the research is structured into 4 chapters that are briefly described below.

Chapter I is called "THEORETICAL FRAMEWORK" which consists of a documentary research on some relevant topics within the research such as: tourism, gastronomy, relationship between tourism and gastronomy, gastronomic route, strategies and types of strategies, gastronomic promotion, and Parish of Caranqui in the city of Ibarra.

Chapter II referred to the diagnosis that included: antecedents, diagnostic variables, indicators, matrix of diagnostic relation, operative mechanics, population or universe, sample determination, surveys, FODA and finally the determination of the diagnostic problem.

Chapter III is called the "PROJECT ENGINEERING", in which the proposed proposal is detailed; For this the following parameters have been considered: Introduction, objectives, thematic of the route, inventory of gastronomic enterprises of the parish of Caranqui. Chips of the gastronomic establishments, mapping of the attractions, hierarchy of the businesses of the parish of Caranqui. Attractions considered in the layout of the gastronomic route, description of the package, itinerary, route, description of the Tour, cost of the package, a gastronomic recipe from the parish of Caranqui, advertising video and promotion strategies.

The last chapter, chapter IV, is "ANALYSIS OF IMPACTS", which contains areas such as social, economic, cultural, educational, tourist impact and last general impact. A matrix has been proposed and based on numerical indicators the levels of impacts by areas with their respective analysis were obtained; In addition to conclusions and recommendations with which culminates this investigation, additionally they consist annexes that enrich the contents developed in previous chapters.

The research is made available to the university community and society to be witnesses and judges of a work that will become a reference and contribution for the tourism, hotel and gastronomic sector.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a todas aquellas personas que están interesadas en implementar nuevas formas de turismo mediante la incorporación de una ruta turística gastronómica para el beneficio y crecimiento de la parroquia de Caranqui, así también es para personas que buscan incansablemente la superación de la parroquia en cuanto al turismo y la gastronomía que lo caracteriza logrando así mejorar el reconocimiento a nivel provincial como nacional.

También dedicamos esta tesis a todos aquellos profesores e ingenieros que sienten un compromiso hacia el desarrollo y crecimiento de la gastronomía y turismo a nivel nacional que buscan de una u otra forma adentrarse más en la implementación de rutas y rescates de alimentos y dar apoyo constante para que la parroquia de Caranqui se desarrolle favorablemente.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios ser maravilloso que nos dio fuerza y fe para creer lo que nos parecía difícil terminar. A nuestra familia por el apoyo incondicional que nos brindaron a lo largo de este trayecto y por estar con nosotros en cada paso que damos. A la universidad PUCESI por habernos aceptado y ser parte de ella, por abrirnos las puertas de su seno científico para poder estudiar nuestra carrera, así como también a los diferentes docentes que nos brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

Agradecemos también a nuestro asesor de tesis el Magister Gonzalo Rubio por habernos brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, y agradecerle por toda paciencia del mundo para guiarnos durante el desarrollo de la tesis y lograr su culminación. También expresar nuestro agradecimiento al director de tesis el Ing. Miguel Posso y a la Mgs. Alejandra Gómez que a pesar de ya no estar presentes nos guiaron, brindaron su apoyo y tiempo para el desarrollo de la tesis.

Y para finalizar, también agradezco a todos los que fueron nuestros compañeros de clase durante todos los niveles de universidad ya que, gracias al compañerismo, amistad, y apoyo moral han aportado en un alto porcentaje a nuestras ganas de seguir adelante en nuestra carrera profesional.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO DEL ASESOR.....	II
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS .....	IV
AUTORÍA.....	IV
RESUMEN .....	VI
ABSTRACT.....	VIII
DEDICATORIA .....	X
AGRADECIMIENTO .....	XI
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	XII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XVI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVII
INTRODUCCIÓN .....	XVIII
CAPÍTULO I .....	20
MARCO TEÓRICO.....	20
1.1 Turismo.....	20
1.1.1. Conceptos.....	20
1.1.2 Tipos de Turismo .....	20
1.1.3. El turismo y el desarrollo.....	22
1.2 Gastronomía.....	23
1.2.1 Conceptos.....	23
1.2.2. Historia de la gastronomía.....	24
1.2.3. Gastronomía ecuatoriana.....	25
1.2.4. Identidad gastronómica.....	27
1.2.5. Rescate de la identidad gastronómica.....	30
1.3. Relación entre turismo y gastronomía.....	32
1.4. Rutas Turísticas.....	34
1.4.1. ¿Qué es una ruta Gastronómica?.....	34
1.4.2. ¿Qué es Ruta Turística? .....	34
1.5. Estrategias de Valorización.....	35
1.5.1. Concepto de Estrategia .....	35
1.5.2. Concepto de Estrategia de Valorización.....	36
1.6. Promoción Gastronómica.....	36
1.6.1. Tipos de promoción gastronómica.....	37

1.6.2. Medios de Promoción Gastronómica .....	37
1.7. Cantón Ibarra. ....	38
1.7.1. Mapa de ubicación de la parroquia de Caranqui en la ciudad de Ibarra. ....	41
CAPÍTULO II .....	42
DIAGNÓSTICO. ....	42
2.1. Antecedentes .....	42
2.2. Objetivos diagnósticos .....	42
2.3. Variables Diagnósticas.....	42
2.4. Indicadores .....	42
2.5. Matriz de relación diagnóstica. ....	44
2.6. Mecánica operativa .....	48
2.6.1. Población o Universo .....	48
2.6.3. Información primaria. ....	49
2.6.4. Información secundaria.....	49
2.7. ENCUESTAS: .....	50
2.7.1 Turistas de la parroquia de Caranqui. ....	50
2.8. Entrevista aplicada al chef del sector. ....	66
2.8.1 Análisis general de entrevistas aplicadas a establecimientos gastronómicos .....	67
2.9. FODA.....	68
2.9.1 Fortalezas .....	68
2.9.2 Oportunidades: .....	68
2.9.3 Debilidades .....	69
2.9.4 Amenazas .....	69
2.10. Matriz de Estrategias FODA.....	70
2.11. Problema diagnóstico.....	71
CAPÍTULO III.....	72
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	72
3.1. Introducción .....	72
3.2 OBJETIVOS: .....	72
3.2.1. Objetivo General .....	72
3.2.2. Objetivos Específicos: .....	72
3.3. Desarrollo.....	73
3.4. Temática de la ruta.....	73
3.5. Inventario de establecimientos gastronómicos de la parroquia de Caranqui.....	74

3.6 Atractivos o puntos de interés.....	76
3.7. Jerarquización de los establecimientos de la parroquia de Caranqui.....	77
3.8. Atractivos considerados en la diagramación de la ruta gastronómica. ....	78
3.9. Descripción del paquete.....	79
3.10. Itinerario.....	80
3.11. Recorrido “SABOR HISTÓRICO” .....	81
3.12. Descripción del Tour “SABOR HISTÓRICO” .....	82
3.12.1. Recorrido en Carreta Marañón.....	82
3.12.2.- Helados Oddy. ....	82
3.12.3. Autentico Pan de Leche. ....	82
3.12.4 Café.Josué.net .....	82
3.12.5 Antojitos de Caranqui .....	83
3.12.6 Heladería Don Luchito.....	83
3.12.7 Heladería Marys.....	83
3.12.8 Picantería Jazmín. ....	83
3.13. Costo del paquete.....	84
3.14 Recetario Gastronómico de la parroquia de Caranqui. ....	84
3.14.1 Introducción .....	84
3.14.2 Descripción .....	84
3.14.3 Objetivo.....	85
3.14.4 Recetas estándar.....	85
3.14.5 Formato recetas estándar.....	92
3.14.6 Recetario .....	102
3.15 Video Publicitario Parroquia de Caranqui .....	108
3.16 Estrategias de promoción.....	108
Capítulo IV.....	110
Análisis de impactos .....	110
4.1. Metodología Utilizada .....	110
4.2. Impactos .....	112
4.2.1. Impacto Educativo .....	112
4.2.2. Impacto Social. ....	113
4.2.3. Impacto Cultural .....	114
4.2.4 Impacto Económico .....	115
4.2.5 Impacto Turístico .....	116

4.2.6 Impacto General.....	117
4.2.7 Impacto ambiental.....	118
CONCLUSIONES .....	120
RECOMENDACIONES.....	122
Bibliografía .....	123
Anexos .....	126

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1</b> Matriz de Relación Diagnostica.....	44
<b>Tabla N° 2</b> Turistas de la Parroquia de Caranqui.....	48
<b>Tabla N° 3</b> Ciudad de Procedencia .....	50
<b>Tabla N° 4</b> Conocimiento Caranqui .....	52
<b>Tabla N° 5</b> Plato Típico de Caranqui .....	53
<b>Tabla N° 6</b> Consumo de Platos Típicos .....	54
<b>Tabla N° 7</b> Expectativa comida Caranqui .....	56
<b>Tabla N° 8</b> Innovar comida de Caranqui.....	58
<b>Tabla N° 9</b> Implementación Ruta Gastronómica .....	59
<b>Tabla N° 10</b> Ruta Turística.....	60
<b>Tabla N° 11</b> Turismo.....	61
<b>Tabla N° 12</b> Turismo Gastronómico .....	62
<b>Tabla N° 13</b> Medios de Comunicación .....	63
<b>Tabla N° 14</b> Rutas .....	64
<b>Tabla N° 15</b> Alimentos.....	65
<b>Tabla N° 16</b> Matriz de Estrategia.....	70
<b>Tabla N° 17</b> Atractivos o Puntos de Interés .....	77
<b>Tabla N° 18</b> Jerarquización de los establecimientos de Caranqui .....	77
<b>Tabla N° 19</b> Datos Técnicos del Itinerario.....	79
<b>Tabla N° 20</b> Costo del Paquete .....	84
<b>Tabla N° 21</b> Niveles de Impacto .....	111
<b>Tabla N° 22</b> Matriz Impacto Educativo .....	112
<b>Tabla N° 23</b> Matriz Impacto Social.....	113
<b>Tabla N° 24</b> Matriz Impacto Cultural .....	114
<b>Tabla N° 25</b> Matriz Impacto Económico .....	115
<b>Tabla N° 26</b> Matriz Impacto Turístico .....	116
<b>Tabla N° 27</b> Matriz Impacto General.....	117
<b>Tabla N° 28</b> Matriz Impacto Ambiental.....	118

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura N° 1</b> Mapa Parroquia de Caranqui vista Satelital.....	41
<b>Figura N° 2</b> Procedencia .....	50
<b>Figura N° 3</b> Caranqui .....	52
<b>Figura N° 4</b> Plato Típico .....	53
<b>Figura N° 5</b> Consumo .....	54
<b>Figura N° 6</b> Expectativa Comida .....	56
<b>Figura N° 7</b> Innovar .....	58
<b>Figura N° 8</b> Ruta Gastronómica.....	59
<b>Figura N° 9</b> Ruta Turística.....	60
<b>Figura N° 10</b> Turismo .....	61
<b>Figura N° 11</b> Turismo Gastronómico.....	62
<b>Figura N° 12</b> Medios de Comunicación.....	63
<b>Figura N° 13</b> Rutas.....	64
<b>Figura N° 14</b> Alimentos .....	65
<b>Figura N° 15</b> Inventario de establecimientos Gastronómicos en Caranqui .....	74
<b>Figura N° 16</b> Atractivos o puntos de Interés.....	76
<b>Figura N° 17</b> Detalle de la Jerarquización .....	78
<b>Figura N° 18</b> Paquete Sabor Histórico Caranqui FIGURA .....	80
<b>Figura N° 19</b> Recorrido “SABOR HISTÓRICO”.....	81
<b>Figura N° 20</b> Helado de crema (mora).....	92
<b>Figura N° 21</b> Yogurt Natural .....	93
<b>Figura N° 22</b> Champús.....	94
<b>Figura N° 23</b> Hornado.....	95
<b>Figura N° 24</b> Pan de leche.....	96
<b>Figura N° 25</b> Colada Morada .....	97
<b>Figura N° 26</b> Caldo de Gallina de Campo .....	98
<b>Figura N° 27</b> Quimbolitos.....	99
<b>Figura N° 28</b> Caldo de Patas .....	100
<b>Figura N° 30</b> Cosas Finas.....	101

## INTRODUCCIÓN

La gastronomía es el pilar fundamental para dar a conocer un pueblo, ciudad o país, debido a que permite entender cómo se encuentra constituido a nivel cultural, tradicional, generando de esta manera el posicionamiento nacional o internacional.

Fomentar la identidad gastronómica de una determinada zona permite tanto a ciudadanos locales, como a turistas nacionales y extranjeros poder diferenciarla frente a otro territorio, al mismo tiempo impulsa actividades turísticas que son parte fundamental del crecimiento de un país.

En la provincia de Imbabura en la parroquia de Caranqui, demuestra que aún se mantiene viva la identidad gastronómica del Ecuador, puesto que se puede degustar los productos autóctonos de la zona como es el consumo del maíz en sus diferentes recetas, habas, choclo, mote, mellocos, papas y es estos mismos alimentos de los que antiguamente se alimentaban. Según **Espinoza (2013)** menciona que:

Cada una de las provincias de nuestro país tiene sus costumbres y tradiciones gastronómicas, sus platos típicos están elaborados en base a las más ricas materias primas de calidad que producen nuestras tierras y que deben ser aprovechadas sustentablemente para potenciar nuestras condiciones económicas, culturales y turísticas. ( p.1)

Mediante la gastronomía se puede recrear escenas, descubrir anteriores hechos, analizarlos mediante la ayuda de la tecnología se reconstruyen vivencias, culturas, y un sinnúmero de historias que podrán ayudar en el descubrimiento de grandes anécdotas que servirán para el análisis de nuevas teorías de la historia o identidad de pueblos como el de la parroquia de Caranqui con el último Inca Atahualpa. Según la autora **Espinoza(2013)**:

En muchas ocasiones el turismo, se convierte en una práctica de exploración de las costumbres gastronómicas de algunas culturas, ya que no solo determina, en muchas ocasiones, la manera de alimentarse de una sociedad, sino que, durante la preparación de ciertos platos culinarios, también se puede conocer la manera de desenvolverse y de relacionarse entre las personas de aquella cultura. (p. 1)

Sin embargo, en la actualidad se están perdiendo las costumbres ancestrales del consumo de sus recetas puesto que las nuevas generaciones no tienen el mismo interés en elaborar los platos o simplemente desconocen de su gran aporte nutricional. Según el autor **Achig (2014)** se dice que:

La globalización influye en la gastronomía tradicional, por eso se encuentra variedad de alimentos por: marcas, envases, tamaños, formas y la procedencia dando lugar a una homogeneización de la alimentación y difusión desigual de algunos productos. Dando como resultado la pérdida de cultura<sup>8</sup> y diversidad de costumbres alimenticias propias de cada lugar. **(p. 1)**

La gastronomía típica de nuestros pueblos será afectada por la a culturización, que como dice en la siguiente cita la “adopción de otras culturas” **(Espinoza, 2013, p. 1)**. Las cuales hacen que cada vez se pierda la esencia de la identidad, y esto pasa por tratar de mejorar, pero quitando lo nuestro he interponiendo recetas que no provienen de nuestro Ecuador.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Turismo

#### 1.1.1. Conceptos.

El turismo es el movimiento de las personas a lugares nuevos, a ciudades, países y cualquier lugar del mundo que el mismo que nos permite descubrir nuevos mundos, ampliar conocimientos y unir pensamientos con un solo propósito, el turismo no tiene un fin lucrativo es decir que nos beneficie con ganancias económicas, pero si pueden aumentar nuestro intelecto y sabiduría. Según el autor **Arrilaga (1955)**:

El turismo es todo desplazamiento temporal, determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos, y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar **(p. 16-18)**.

El turismo es la práctica de realizar sueños, cumplir deseos propios del ser humano, este puede ser un medio el cual te ayude a buscar la felicidad, el viajar es un mundo de puertas abiertas para el conocer y desarrollarse como persona, quien no ha viajado no conoce los placeres de la vida. Según se menciona en la siguiente cita se dice que “El Turismo: la teoría y la práctica de viajar, viajando por placer” **(De la Torre, 1911, p. 16)**.

El turismo se lo hace de manera voluntaria que, con un objetivo, las personas lo llevan a cabo puesto que este puede tener el fin de distraer la mente, relajarse, divertirse al mismo tiempo que tienen nuevas experiencias que luego podrán compartir con los demás, el turismo también ayuda a la economía de un cierto lugar, puesto que es una manera de promocionar un cierto lugar y que la gente acuda a él y deje su dinero el que beneficia a ese determinado sector. Según **De la Torre Padilla (1992)**:

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural **(p.19)**.

#### 1.1.2 Tipos de Turismo

Los tipos de turismo cumplen a cabalidad cada una de las exigencias y requerimientos que cada turista exige en un viaje para su satisfacción de acuerdo a las motivaciones prioritarias de las

personas, es por esto la existencia de varios tipos de turismo. Según el autor **Castro (2000)**, nos dice que los tipos de turismo son:

**Turismo cultural:** desde sus orígenes, los viajes han estado íntimamente ligados con el deseo del hombre por conocer la forma en que viven otros, así como sus costumbres y manera de expresarse. De este modo, el turismo cultural es practicado por quienes viajan motivados por el disfrute y la permanencia en aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos.

**Turismo deportivo:** quienes viajan dentro de esta modalidad, lo hacen motivados por tres circunstancias principales distintas:

Participación como espectadores de eventos deportivos internacionales

Para disfrutar, aprender o practicar alguna actividad deportiva.

Para participar en competiciones deportivas.

**Turismo de placer:** esta modalidad es muy heterogénea pues dentro de la misma existen multitud de interés que generan los desplazamientos turísticos, pero cuya motivación principal es el deseo de divertirse y disfrutar a plenitud lo que se hace (pasarla bien).

**Turismo de salud:** Este tipo de turismo lo practican las personas que viajan a un destino caracterizado, por sus especiales condiciones y facilidades para el descanso y la recuperación, o para recibir un tratamiento o intervención quirúrgica que mejore las deficiencias físicas, estéticas o de salud en general que les aquejan. El turismo de salud es cada día más significativo, pues la tendencia actual y futura será la de mejorar las condiciones físicas y síquicas de las personas, para lo cual este tipo de turismo ofrece múltiples opciones que procuran no solo esto, sino que también poder disfrutar sus resultados, visitando o restableciéndose en el destino seleccionado.

**Turismo de congresos y convenciones:** Esta modalidad consiste en los viajes que se realizan para asistir a reuniones de diversa índole, donde se combinan las sesiones de trabajo con los recorridos turísticos que se programen o con las actividades y tours que se ofrecen como opcionales. Es de gran importancia para los núcleos receptores, pues su organización y posterior realización implica el empleo de servicios muy variados como son: transportación, alojamiento, alimentación y entretenimiento de los participantes, quienes también requieren de salones, equipo, material y personal de apoyo para la ejecución del evento. Este tipo de turismo es muy rentable.

Turismo de negocios: son los viajes emprendidos para realizar en otro lugar diferente al de residencia, gestiones o labores propias de la empresa. Se considera hoy en día como una modalidad del turismo, pues quienes así viajan emplean servicios de transporte, hoteles, restaurante y otros considerados turísticos

Turismo naturista: Este tipo de turismo es el realizado por las personas que se sienten atraídas o motivadas para conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural singular o característico de un destino.

Turismo de Naturaleza suave ( Soft Nature) : Es el que practica la mayoría de las personas y consiste en los viajes que ellos realizan a un lugar con especiales atributos naturales y escénicos , con el fin de disfrutar esos recursos, pero sin realizar estudios o investigaciones.El turista naturalista suave, tiene especial predilección por las áreas silvestres o por los sitios naturales poco degradados o intervenidos por el hombre.

Ecoturismo: El ecoturismo se practica básicamente en áreas protegidas(públicas y privadas), con una gran biodiversidad y mucha extensión territorial preservada, poseen excelentes condiciones y oportunidades para desarrollar esta modalidad **(pp.101- 107)**.

### **1.1.3. El turismo y el desarrollo.**

Se considera al turismo como una herramienta básica para luchar contra la pobreza, según la organización mundial del turismo (OMT) señala que el turismo puede ser una herramienta fundamental para el desarrollo socioeconómico en áreas rurales y urbanas con un mayor crecimiento en el mundo y que la promoción del desarrollo turístico se base en el desarrollo de sus recursos culturales, históricos y medioambientales, ofreciendo oportunidades a pequeña escala para generar riqueza y crear puestos de trabajo. Según el autor **Barela (2013)**.

El turismo desde cualquier situación geográfica produce ingresos económicos por medio del distinto de servicios turísticos que presta como comida, hospedaje, guías turísticas seguridad, publicidad etc. De esta manera promocionar las potencialidades de un lugar determinado, lo cual atraerá público que necesita una mínima comodidad básica para disfrutar de todas esas bondades acompañadas del gentilicio **(p. 2)**.

El turismo es una actividad multisectorial y multidisciplinaria en la que participan diferentes áreas productivas como la agricultura, construcción, fabricación y de sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. Este sector no tiene determinado con claridad la existencia de un producto tangible, sino que lo conforman un conjunto de servicios que no son los mismos en los diferentes países. Esto no es fruto de la

casualidad, cada nación trata de diseñar su destino y producto turístico con peculiaridades y atractivos que los hagan únicos.

## **1.2 Gastronomía.**

### **1.2.1 Conceptos.**

Gastronomía una palabra que abarca muchas significancias para las personas interesadas en realizar de este un arte con sus propias manos, es el don y la ciencia en una sola palabra, es un campo abierto para la imaginación, esto que nunca termina y sigue innovando cada día, junto con la práctica, la teoría y un sin número de experiencias, puede decirse y explicarse de maneras distintas a la palabra gastronomía, pero si llega a un solo punto, que es la pasión que un Chef lo puede llevar a cabo en todos sus sentidos de la palabra. Según el autor **Bermúdez (2008)**:

La gastronomía es el arte de la preparación de una buena comida. La palabra, como tal, proviene del griego γαστρονομία (gastronomía), la gastronomía 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 sus significaciones culturales. **(p. 4)**

La gastronomía es un arte que estudia las maneras en que se utiliza los alimentos y como se los usa en cada presentación para la alimentación del ser humano, también es el estudio químico de los nutrientes y la manera de poder intercalarlos y hacer de una comida rica, apetitosa de buen sabor y muy nutritiva, mezclando diversidad de colores y formas. Según Lemus (1994):

Desde que se creó la palabra gastronomía, en el Siglo XIX, han nacido de ella nuevos conceptos, como: Gastrónomo (experto en la buena mesa), Gastronomía (obsesión por los placeres del buen comer), Gastronomía (palabra inventada por el Príncipe de la Gastronomía, Curnonsky; aquel que une al placer del viaje con el descubrimiento de nuevos platos), Gastronauta (gastrónomo explorador), Gastrósofo (persona prudente, con alto refinamiento a la hora de seleccionar manjares y bebidas) y por último se tiene el término Gastrotécnia (la ciencia de la buena cocina). El término de Gastronomía es el más empleado y conocido mundialmente para definir el arte de preparar una buena comida **(pp, 183)**.

### 1.2.2. Historia de la gastronomía.

La gastronomía surge de la necesidad de alimentar al hombre, puesto que en la prehistoria no existía ya que solo actuaban por instinto y sin necesidad de mejorar o enriquecer su alimentación, ellos no les interesaba balancear su dieta diaria ni mucho menos racionarla puesto que los prehistóricos se alimentaban de como los animales para no sentir hambre y nada más, luego con la evolución y los nuevos descubrimientos de alimentos, es que fueron apareciendo los diferentes gustos y las exigencias de mejorar cada día sus alimentos y presentaciones, a esto se une también el descubrimiento del fuego y diversos utensilios de cocina como las vasijas de barro.

La gastronomía no es una actividad fácil de realizar que como todo trabajo tiene su técnica y su historia que hace que se caracterice de los demás en cuestión de regiones, sabores y es por esto que la gastronomía junta las ramas como son hotelería y turismo, hace que sean indispensables una de la otra puesto que sin gastronomía no hay turismo o viceversa sin turismo no existe la hotelería y viceversa, es sumamente importante conocer sobre nuestras costumbres y tradiciones porque siempre es ahí donde tendrá una historia nuestra gastronomía Ecuatoriana. Como se menciona en la siguiente cita por **Neuman (2011)**:

La cocina no existió siempre. El hombre prehistórico actuaba por instinto y se alimentaba con lo que su entorno le proporcionaba, por lo tanto, el sabor de sus alimentos era exclusivamente el que la naturaleza le ofrecía. Prácticamente, su modo de alimentarse no difería del modo de alimentación de los demás animales. Pero la evolución de la inteligencia humana, lo llevó a aprender a fabricar, entre otras cosas, herramientas con las cuales cazar animales de gran porte y atrapar peces. Durante mucho tiempo, el hombre se valdría de la caza y de la pesca, además de la recolección. Fueron los cinco sentidos, sobre todo el gusto y el olfato, los que permitieron al hombre buscar la perfección en cuanto a la preparación de sus alimentos. Así paso el hombre, de matar y comer para vivir, a seleccionar productos indispensables para la alimentación humana como: sal, azúcar, jugo de raíces, frutas, legumbres y animales de toda clase (**p. 11**).

La gastronomía surge de la necesidad de alimentar al hombre, puesto que en la prehistoria no existía ya que solo actuaban por instinto y sin necesidad de mejorar o enriquecer su alimentación, ellos no les interesaba balancear su dieta diaria ni mucho menos racionarla es por ello que los prehistóricos se alimentaban de los animales para no sentir hambre, pero luego con la evolución y los nuevos descubrimientos de alimentos es que fueron apareciendo los

diferentes gustos y las exigencias de mejorar cada día sus alimentos y presentaciones a esto se une también el descubrimiento del fuego y diversos utensilios de cocina como las vasijas de barro.

### **1.2.3. Gastronomía ecuatoriana.**

La Historia de la gastronomía ecuatoriana va de generación en generación, como un sello de distinción al cual todos pueden regirse en manera de reconocimiento ante los demás países del mundo., la gastronomía es un arte que cambia según varios factores como pueden ser: el cambio de estación, de región, de preparación, de condimentación, etc.

El Ecuador es bendecido por cuatro grandes regiones: Costa, Sierra, Oriente (Amazonia) y región Insular brindando así una gran variedad de alimentos que se puede encontrar durante todo el año.

En la edad de la colonización, los españoles llegaron a despojar a los nativos de esa época de sus propias tradiciones y costumbres, es con esto que la gastronomía fue remplazada y aumentaron muchos alimentos nuevos como especias, animales, cereales, etc. Y como ejemplo de algunos de los géneros que los europeos nos trajeron son: el ajo, achiote, algodón, aguacate, frejol, ishpingo, maní, zambo, zapallo, etc.

El Ecuador es rico en su flora y fauna, por lo tanto, existe variedad de frutas, verduras y animales, gracias a esto el Ecuador ha logrado desarrollar una gastronomía muy extensa donde resaltan sus cuatro regiones como por ejemplo, la costa ecuatoriana con la utilización de los mariscos resaltando el pescado como un ingrediente de fácil acceso ya que se lo puede encontrar en el Océano pacífico y su precio es accesible para los habitantes de esa región, el pescado se lo utiliza en platos como el ceviche, encebollados, apanados, sancochos, etc., la región Sierra se caracteriza por el cultivo de las papas y maíz, como carbohidrato y cereal, estos son utilizados en platos como: la papa en los llapingachos y el maíz en el pan., la región amazónica con la cosecha y cultivo de la yuca, chonta ingredientes especial de las chichas, bebidas de los indígenas de la región oriente, pescado, ingrediente especial de la elaboración del Maito (preparación del pescado al vapor en hoja de plátano)., y por último la región Insular o Galápagos con su variedad de ingredientes marinos muy similar a la costa con platos como: Carapachos rellenos, Sopa marinera, Corviche, etc.

El Ecuador también posee grandes cualidades como sus paisajes y los lugares turísticos que son atractivos y hacen que el turismo aumente, y por ende la gastronomía se beneficie de ello,

provocando así la necesidad de creación e innovación de nuevos platillos con ingredientes autóctonos del mismo. Como se menciona en la siguiente cita por **S.L (2004)**:

La cocina ecuatoriana, conocida como "comida criolla", es una gastronomía relativamente nueva. Aunque no es conocida internacionalmente, la cocina ecuatoriana tiene un valor muy original. Los diferentes alimentos de las regiones (Sierra, Costa, Amazonas), influenciados por la cocina europea (sobre todo españolas) tienen un papel importante en la cocina del Ecuador. Los conquistadores españoles reemplazaron alimentos indios como cuy o llama, por cerdo y ternera (**p. 21**).

En el clima de las regiones antes mencionada también influye en la preparación de los alimentos, ya que los géneros se cocinan en tiempos más cortos o más lentos, por ejemplo en la costa el agua hierve a 100 grados centígrados por estar al nivel del mar y en la sierra hierve a 90 grados centígrados por la altura, al igual que la duración del alimento en la costa es menor que el de la sierra ya que el ambiente húmedo puede ayudar en la proliferación de bacterias, por eso es importante la buena manipulación y conservación de los alimentos.

Para entender la cocina y la preparación de los alimentos es necesario adentrarse a la historia e inicio del hombre en la tierra, donde se da a conocer que desde tiempos remotos existe la necesidad de la alimentación y cocción de los alimentos. Como lo menciona el autor **Sánchez (2010)**:

En la siguiente cita el Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica. Una comida auténtica y mestiza, cocida por igual en cazuelas de barro y en viejos y ahumados peroles castellanos. Una cocina, en fin, con tradición de siglos y en la que se han fundido -o, mejor, se han cocido- sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes (**p.1**).

Ecuador cálido, de gente amable, trabajadora, cariñosa y leal, donde la gastronomía también puede variar de acuerdo al estado de ánimo de las personas, a la forma de ser, sin embargo, los alimentos pueden ser el mismo pero la sazón es diferente.

El Ecuador es biodiverso y hermoso en el que fácilmente se lo puede tomar como inspiración al decorar platillos basándose en la majestuosa Amazonía y su naturaleza, donde se exponga la textura, color, sabor y presentación.

En el Ecuador aún existe el privilegio de tener tierras fértiles y grandes patios en los mismos hogares, permitiendo así sembrar y cosechar, comer sin necesidad de tantos químicos una fruta o verdura, tener siempre alimentos frescos en las mesas.

En cuestión de carnes, proteínas existe una gran variedad, alimentación distinta, por ejemplo, en la sierra que se puede disfrutar del cuy, en el oriente del Chontacuro, y diversos alimentos como estos que diferencian a la gastronomía ecuatoriana de países y regiones en el mismo Ecuador es por eso que se lo denomina mega diverso.

#### **1.2.4. Identidad gastronómica.**

La identidad gastronómica viene de cada uno de los hogares por parte de los antepasados, en estos tiempos las abuelas y abuelos, son los que heredaron la cultura y la sazón de generación en generación. Según el autor **Rivadeneira(2010)**:

Los primeros asentamientos humanos conocidos en el actual territorio ecuatoriano se registran hace aproximadamente doce mil años. Del Paleo indio quedan vestigios en Las Vegas, Chobsi, Cubilán y pinturas rupestres amazónicas. Además, existen múltiples vestigios en puntas talladas de obsidiana, cerámica, uso de metales y en menor medida construcciones, siendo las más relevantes las encontradas en la sierra norte, como son las pirámides de Cochasquí y, en la costa, las tumbas de la cultura La Tolita.

En un principio estas regiones estaban habitadas solo de pequeñas poblaciones de indios hasta que pasaron a formar parte del gran imperio Inca. Antes de la llegada de los españoles, los períodos de desarrollo de la cultura ecuatoriana se han determinado en las siguientes épocas: Paleoindio, Formativo, Desarrollo Regional, Integración e Inca. A la llegada de los Incas, se estima que habitaban en Ecuador al menos 46 pueblos, descendientes de los minchaleños y encarnacioncillas, siendo los más relevantes los Pastos, Caranquis, Imbayas, Paltas, Puruháes, Panzaleos, Cañarís, Quitus, Hambatus y otros, que fueron sometidos por la mayor potencia militar del Incario y por pactos regionales entre los monarcas locales y los delegados del Inca. Durante el Incario se construyeron algunos asentamientos con la arquitectura foránea, siendo de los más importantes Ingapirca y Tumipampa. La permanencia de este pueblo no fue mayor de 60 años.

En 1534, el español Sebastián de Benalcázar conquistó tierras ecuatorianas. Éste, una vez tomada la capital, Quito, el mayor asentamiento poblacional prehispánico en 1563, la refundó como una ciudad española, como capital de la Presidencia de Quito y Real Audiencia de Quito, que formaron parte del Virreinato del Perú.

Los españoles utilizaron no solamente los asentamientos urbanos indígenas como base de las nuevas ciudades mestizas, sino que también usaron varios elementos de la estructura social autóctona para colonizar los territorios que ocuparon, los indígenas los superaban en número pero los españoles tenían una mayor destreza militar por lo que sometieron a las poblaciones indígenas, los Incas además de que estaban en guerras internas desconocían las armas de fuego se dice que muchos indígenas pensaron que los españoles que montaban sus caballos eran seres de cuatro patas y comparaban el sonido de los cañones con el de los truenos, no paso mucho tiempo para que los indígenas también empiecen a defenderse pero tenían mucha desventaja.

En 1739 integró el Virreinato de Nueva Granada junto con Caracas, Panamá y Santa Fe de Bogotá. Para el sometimiento indígena se utilizaron oprobiosas instituciones, como la Mita y la Encomienda, que redujeron gran parte de la población existente, además de las enfermedades como el sarampión que eliminó a gran parte de la población indígena. Esto hizo que para el trabajo forzado se trajera población africana negra, en calidad de esclavos, lo que contribuyó al mestizaje del Ecuador actual. Además de los esclavos negros en Ecuador gran parte de la población negra es del actual Esmeraldas se dice que un barco de esclavos naufragó frente a las costas de Esmeraldeñas y una gran cantidad de esclavos quedaron ahí con dos españoles sobrevivientes que murieron al poco tiempo.

La mezcla racial y la riqueza del entorno produjeron algunos cambios culturales, que permitieron el desarrollo de las artes, especialmente la construcción, pintura y escultura. En la Colonia se destaca la Escuela Quiteña, como un espacio de alta producción artística, famosa hasta la actualidad, por autores como Miguel de Santiago, Caspicara y Bernardo de Legarda, entre otros. La imaginería religiosa se reconoce por la finura en la confección y la innovación escultórica que permite el movimiento de las extremidades y de los ojos en las figuras (p, 1).

La identidad de la gastronomía está regida a antepasados los cuales tienen mucha historia mucha sabiduría y excelentes conocimientos que nos imparten como sus generaciones, los mismos que tenían diversos utensilios de trabajo para la manipulación y elaboración de alimentos, estos han hecho que la gastronomía pueda

evolucionar y satisfacer a sus consumidores, el Ecuador ha sido privilegiado con su exótica flora y fauna que permite disfrutar de nuevas fórmulas de elaboración para la condimentación de nuestras comidas.

En el Ecuador encontramos diversos grupos étnicos, cada cual, con sus diferencias en costumbres, vestimentas, tipo de vivienda, etc. Según menciona **Rivadeneira (2010)**:

Los primeros asentamientos humanos conocidos en el actual territorio ecuatoriano se registran hace aproximadamente doce mil años. Del Paleo indio quedan vestigios en Las Vegas, Chobsi, Cubilan y pinturas rupestres amazónicas. Además, existen múltiples vestigios en puntas talladas de obsidiana, cerámica, uso de metales y en menor medida construcciones, siendo las más relevantes las encontradas en la sierra norte, como son las pirámides de Cochasquí y, en la costa, las tumbas de la cultura La Tolita. En un principio estas regiones estaban habitadas solo de pequeñas poblaciones de indios hasta que pasaron a formar parte del gran imperio Inca (**p. 101**).

Ecuador se divide en costa, sierra, oriente y Galápagos o región Insular en las cuales cada una de ellas posee diversidad de frutas y verduras, animales y en general su gente es distinta en cada región, esto hace que como tal la gastronomía sea diferente en cada una de estas regiones las cuales, es de suma importancia rescatarlas puesto que estamos adquiriendo extranjerismos que hace que se cambie la gastronomía originaria de cada lugar, las personas son acostumbradas a adquirir cosas, actitudes, costumbres de lugares nuevos, países diferentes, solamente porque conocen campos más amplios y llegan con esas ideas a no solo mejorar los productos sino que a remplazarlos por completo y por ende extinguirlos, haciendo que las generaciones siguientes se pierdan del privilegio de saber, conocer, probar los productos autóctonos ecuatorianos como un claro ejemplo tenemos de la empanada que remplazada a la tortilla y esto se debe en mayoría a la colonización.

En la siguiente cita escrita por **Aráuz (2013)**:

Los pueblos deben rescatar su cultura como un medio para identificarse ante el mundo, uno de los aspectos que debe ser rescatado es la gastronomía, es así que se percibe cada vez con mayor frecuencia, como muchos lugares adoptan culturas ajenas, este es el caso de Manabí y de muchas provincias del Ecuador. Cada una de las provincias de nuestro país tiene sus costumbres y tradiciones gastronómicas, sus platos típicos están elaborados en base a las más ricas materias primas de calidad que producen nuestras tierras y que deben ser aprovechadas sustentablemente para potenciar nuestras condiciones económicas, culturales y turísticas (**p. 2**).

Existe una gran campaña en el Ecuador que está formada por grandes chefs reconocidos como Carlos Gallardo que lucha junto a otros chefs para rescatar los alimentos ecuatorianos, sacando libros como son Cocina Ecuatoriana y diversos artículos, que ayudan en la publicidad de los típicos platillos como el delicioso yahuarlocro, llapingachos, ceviches, etc. Según menciona **Días (2014):**

En este sentido, León ve a la reinserción de los productos ecuatorianos en la cocina como una de las tendencias que priman al momento de investigar. Ya no es la 'nouvelle cuisine', la cocina molecular ni la cocina de autor. Ahora son todas las cocinas sumadas, pero volviendo a la raíz de las cocinas tradicionales (p. 24).

Dentro de las religiones también se habla de gastronomía puesto que se dice y está comprobado que en los conventos de madres religiosas o padres la gastronomía es un punto relevante porque ellos mismos son los creadores, inventores de recetas, nuevas ideas de mezclas y con productos naturales que hacen que sea de buen gusto para el cliente y quieran imitarlos o mejorarlos siendo así como surgen los vinos de consagrar, mieles, manjares, bocadillos, etc., esto es desde la edad antigua, media y actual puesto que va acarreando historias y junta esas historias muchos conocimientos de recetas, aunque siempre existirán muchas recetas perdidas que no serán recuperadas jamás por el hecho de que no han sido compartidas con los demás por egoísmos, etc. Como se menciona en las siguientes citas escritas por **Barber (2007):**

Los hábitos alimentarios están relacionados con la identidad cultural y son influenciados por la formación cultural y social. Las tradiciones religiosas, la clase social, el ingreso, las restricciones y prohibiciones alimenticias son elementos característicos de cada cultura. Las transformaciones sociales introdujeron nuevos hábitos alimentarios y consecuentemente nuevas identidades que pasaron a formar parte de lo cotidiano, generando nuevas necesidades que surgieron como consecuencia de los cambios económicos, sociales y tecnológicos (p. 11-12).

#### **1.2.5. Rescate de la identidad gastronómica.**

La oferta y la demanda son puntos clave que la gastronomía debe tomar muy en cuenta por la razón de que es lo que mueve a el mercado, al turismo y por ende a los consumidores como clientes fijos y personas extranjeras que siempre quieren llevarse la mejor impresión, ser bien atendidos y satisfechos, etc. se logra desde el cultivo y buenas prácticas de manipulación de alimentos, junto a esto la preparación e idealización hace que los platillos del Ecuador sean

apetecidos por personas propias y extranjeras, como un claro ejemplo tenemos en la ciudad de Ibarra los deliciosos Helados de Paila que son elaborados con pura fruta y otros ingredientes secretos que le dan la consistencia tan deliciosa y apetecida por todos, con este ejemplo podemos darnos cuenta que la gastronomía atrae a la gente, atrae al turismo y dinero al país, a la región o lugar en donde se encuentre el dicho producto elaborado o estancia de servicio, estos platillos típicos son los que hacen un lugar reconocido, es por eso que no se debe perder las costumbres y mucho menos los productos autóctonos puesto que desde su siembra si no se los rescata se los puede perder definitivamente y para esto se debe seguir una secuencia de cuidados especiales para evitar extinciones de alimentos y semillas. En la siguiente cita escrita por **Cadena (2012)**, se dice que:

El reto actual es el de insertar dentro del proceso de movilidad la preferencia Gastronómica típica ancestral, Hacia el consumidor local, nacional y extranjero como uno de los destinos favoritos en la Provincia, a más de los páramos, las zonas subtropicales y las ciudades que se prestan para el comercio. De la investigación realizada revela que en la última década hay un importante crecimiento económico en el área turística gastronómica del Carchi, indicando un avance social en el Rescate de la Gastronomía Ancestral por parte de establecimientos privados en ámbitos de oferta y demanda

**(p. 12).**

Hoy en día hay mucha población que quiere volver a revalorizar los alimentos autóctonos puesto que cada año que pasa se va observando cómo van apareciendo nuevas enfermedades y es por el motivo de que no llevamos una vida saludable, haciendo un breve recuento nuestros antepasados se alimentaban muy bien es decir balanceado, con esto quiero decir que se alimenta con cereales, vitaminas, carbohidratos, lípidos y proteínas, los cuales ayudan para el buen funcionamiento del ser humano es por eso que antes la gente no fallecía de enfermedades graves o terminales como es el famoso cáncer al estómago, enfermedades venéreas, sino que su fin al ciclo de la vida llegaba de manera natural o por mucho tiempo de edad, es por eso que ahora la edad actual de los seres humanos queremos que surja y se haga inca pie en el rescate de los alimentos originarios del Ecuador. Como se menciona en la siguiente cita textual escrita por **Coello (2007)**:

La cocina se presenta como forma de aumentar la oferta turística, como producto principal o como valor agregado; considerado como rescate del saber de un pueblo. En la actualidad, buena parte del turismo se desplaza en gran medida en pos de delicias gastronómicas, encuéntrense donde se encuentren. La buena comida no

pierde de vista su contexto cultural y no pierde el referente de sus raíces. Es, además, un factor decisivo en la creación de riqueza de una nación, cosa que se ve y se cuantifica sobre todo frente al turismo (pp. 22-30).

EL rescate de los alimentos es una manera de utilizar mejor las técnicas de manipulación de los alimentos y es la mejor manera de hacer publicidad para una región o país puesto que se beneficiarán no solamente los dueños de los negocios sino las personas de alrededor, y así es cuando aumentará la economía del lugar.

### **1.3. Relación entre turismo y gastronomía.**

La gastronomía es una carrera y más que eso una ciencia la cual, se adjunta a varias ramas de la hotelería y el turismo puesto que son indispensables en cualquiera de estas, se dice que sin hotelería no existiría el turismo y sin el turismo no existiría la gastronomía y todo esto nace por la necesidad de las personas, es así como el turismo influye mucho para el desarrollo de la gastronomía y viceversa. Como se menciona en la siguiente cita textual escrita por **Molesko (2011)**, que dice:

Vemos que en general se relaciona a la Gastronomía con la cultura y, siendo la cultura el principal sello de identificación de un pueblo, podemos deducir que la gastronomía forma parte de esta marca de identidad. Por otra parte, uno de los objetivos principales del turismo es el conocimiento de otros pueblos y su cultura, convirtiéndose la gastronomía, indirectamente, en un objetivo turístico al formar parte de esta cultura (p. 14).

La gastronomía siempre dependerá del turismo puesto que es aquí donde se ve la generación y la rotación de alimentos y de producción de alimentos fresco, también cave recalcar que el turismo no sería nada si no existiera una buena gastronomía en el lugar donde se alojarán las personas o donde visitarán los turistas, puesto que siempre como todo ser humano es una necesidad básica el alimentarse y también es un gran atractivo turístico el cual sirve mucho y enriquece las personas de la zona puesto que existe gente que sólo por el tipo de comida que en ese lugar se expende, es que ellos acuden, y es que se caracteriza mucho el tipo de región con sus diferentes costumbres y formas de alimentación, todo esto es lo que atrae a un turista y es por esto que siempre deben ir de la mano estas carreras. En la siguiente cita de autor escrita por **Molesko(2011)**, dice que:

También el concepto de Turismo admite múltiples definiciones, pero, en nuestro caso concreto, el que nos interesa es el intercambio cultural. La gastronomía es un elemento cultural capaz de transmitir una imagen simbólica del lugar a visitar. Por

este motivo, ha sido utilizada y se continúa utilizando como uno de los elementos de identificación turística de un destino. A partir de aquí podemos considerar a la gastronomía como imagen, signo o símbolo que, por sus componentes visuales, olfativos y gustativos específicos, transmite y/o comunica emociones, sentimientos, etc (p. 15).

La gastronomía se rige mucho en el tipo de región en la que se encuentra, puesto que sus alimentos cambian de un lugar a otro, el turismo es un ponente muy fuerte que hace que la gastronomía surja como tal, puesto que puede hacer a una región o país muy famoso solo con el deleite de su deliciosa gastronomía como tenemos aquí los deliciosos helados de paila en la ciudad de Ibarra, o el pan de leche de la parroquia de Caranqui. En la siguiente cita escrita por **Molesko (2011)**, se dice que:

Se han dado diversas definiciones de la gastronomía, relacionando algunas de ellas a continuación:

- El estudio de la relación entre cultura y alimento
- El arte de cocinar, o la técnica de preparar una buena comida
- La afición a comer bien Componente cultural tomando como eje central la comida (p.16).

En cuestión de la gastronomía siempre es indispensable, algo muy importante tomar las condiciones de higiene y buena manipulación de los alimentos, no hay que olvidar también que siempre están abiertos a recibir turistas de diferente lugares pueden ser que solamente sean de región a región dentro de el mismo país o extranjeros, lo que si hay que tomar mucho en cuenta es que cada una de estas personas tienen diferentes costumbres y sus organismos están ya acostumbrados a ellos, lo que en muchas ocasiones hace que por lo general a los extranjeros, la comida les cause algún tipo de efecto post adquisición o alimentación, es por esto que siempre se tomaran las debidas precauciones para realizar platillos y ser abiertos a el cambio de algún plato o menú y que todo esto sea por satisfacer al cliente y saber que con ellos un cliente satisfecho es un cliente que regresará y no solo el sino que a diez más y beneficiara a una población entera. Como se lo menciona en la siguiente cita, escrita por **Hall y Mitchell (2002)**:

Es importante diferenciar en primer lugar a los turistas que se alimentan porque se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual de aquellos cuya selección del

destino se relaciona directamente con la gastronomía. En una tentativa de definición técnica se puede señalar que turismo gastronómico es la visita a productores primarios o secundarios de alimentos, participación en festivales gastronómicos y búsqueda de restaurantes o lugares específicos donde la degustación de alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal para viajar (p. 19).

#### **1.4. Rutas Turísticas**

##### **1.4.1. ¿Qué es una ruta Gastronómica?**

Una ruta gastronómica se la define al itinerario o desarrollo de una propuesta elaborada por conocedores e ingenieros de la gastronomía y turismo. Es así como una ruta gastronómica ayuda en la promoción de determinada localidad, haciendo que sus productos y comidas sobresalgan y dejen conocer a sus turistas más sobre sus sabores, mostrando las tradiciones, cultura y atractivos turísticos que posee determinado sector. Es por ello que una ruta permitirá sentir su intensidad desde las cocinas de locales seleccionados, ingredientes únicos, condimentos del sector, observación desde la siembra o cosecha de cada género si es posible y su preparación.

Una ruta será la que impulsara el desarrollo, difusión y promoción de un sector que quiera salir a delante en cuanto a la gastronomía y el turismo que cada región propone, se lo realizara a través del análisis e inventario de sus platos típicos impulsando sus ingredientes y preparaciones para lograr captar una mayor atención en los productos.

Para la excelencia de la realización de una ruta gastronómica se debe tomar en cuenta algunos parámetros como son inventariado de locales gastronómicos, inventariado de sus platos típicos, encuestas de conocimiento a los turistas y a los chefs del sector donde se realizará la ruta, investigación de sus necesidades, hipótesis de una idea de proyecto, desarrollo o plan de acción si el proyecto ha sido aceptado.

##### **1.4.2. ¿Qué es Ruta Turística?**

Se puede definir que una ruta turística es la elaboración y diseño de una propuesta estandarizada de varios sitios, lugares, que también pueden incluir actividades para que su visita sea más atractiva y los turistas que son las personas las cuales se beneficiaran de este recorrido estén satisfechos y quieran recomendar y volver. La ruta turística estará establecida por los

ingenieros o conocedores del turismo que han llevado a cabo algunos estudios previos para saber y analizar las necesidades y beneficios de lo que se pueda obtener realizando la ruta por ciertos sitios de determinado país, ciudad o parroquia.

La ruta turística nace de la necesidad de un determinado sector, que quiere dar a conocer a las personas sobre lo que se puede realizar, las actividades que se puede hacer como por ejemplo caminatas, visualizaciones de elaboración de productos, conocer las artesanías, las etnias y como no su deliciosa gastronomía que cada población cuenta y no debe faltar puesto que esta es un gran atractivo de cualquier ruta turística.

La ruta turística también se la define como caminos que se desarrollan en las zonas de gran valor paisajísticos, es decir que puedes divisar la majestuosa naturaleza y su ambiente, cuando se utiliza estas rutas es necesario que se implemente los siguientes parámetros que son fundamentales para una seguridad adecuada como son, radios de curvas, velocidad, miradores, señales éticas y lugares de estacionamientos públicos que brinden seguridad a los señores usuarios.

Se debe tomar en cuenta que, al realizar la ruta turística, es indispensable que la oferta sea lo más atractiva posible y para esto, un buen diseño de la ruta ayuda mucho en cuanto a la promoción, también se la oferta recalcando los valores y esencia de la ruta, así como sus características y posibles modificaciones es por esto que debe estar definido muy bien la filosofía de la ruta turística.

## **1.5. Estrategias de Valorización**

### **1.5.1. Concepto de Estrategia**

La palabra estrategia ha sido utilizada libremente en muchos contextos principales para etiquetar a los altos directivos como estrategas, incluso si no son los elaboradores de estrategias. Por lo anterior se puede deducir que parte del éxito de la estrategia se concibe cuando se establecen los objetivos de la organización, y si los estrategas o los individuos encargados de elaborarlas no tienen bien claro qué es lo que desea realmente, de seguro todo lo que haga será un gran fracaso. Como lo expresa **Davies (2000):**

Debido a que la estrategia se caracteriza por tener múltiples opciones, múltiples caminos y múltiples resultados, es más complejo su diseño y son más difíciles de implementar que otras soluciones lineales. Tal como lo afirma el autor, hablar de estrategia se puede convertir en una torre de babel en la que muchos expresan ideas y quieren hacerlas valer, pero que nadie entiende a nadie. **(p. 13)**

Toda organización necesita tener un norte, directrices o políticas que la guíen, que faciliten a través del análisis, tanto interno como externo, saber cuáles son los objetivos que se espera obtener en el futuro y es allí cuando surge la planeación estratégica. Definir el alcance, lo que se quiere ser y establecer, y cuál es la razón de ser de la empresa son algunos de esos aspectos importantes que van a permitir plantear las estrategias necesarias para cumplir con lo que se espera.

### **1.5.2. Concepto de Estrategia de Valorización.**

La planeación estratégica requiere que las personas encargadas de tomar las decisiones en una empresa tengan claro qué clase de estrategias van a utilizar y cómo las van a adecuar a las distintas alternativas que se van a presentar en la medida en que van creciendo o posicionándose en el mercado. Como lo menciona el autor “Es el conjunto articulado y lógico de acciones desarrolladas por el docente que le permiten tener una información y una visión claras de los desempeños de los estudiantes” (Díaz, 2008, p. 45). Es así como se puede tener una idea clara y mejor desarrollada, con buenos caminos para seguir abriendo puertas como métodos y estrategias visionarias.

### **1.6. Promoción Gastronómica.**

La promoción es uno de los más importantes elementos del compuesto de marketing ya que con este se puede lograr la aceptación de un grupo grande de personas que acepte las capacidades del nuevo producto a ser ofertado, está también puede dar a conocer al mundo las diversas maneras de presentación de un alimento, mediante el análisis de la aceptación del posible consumidor.

La promoción gastronómica, puesto que es parte fundamental derivada del marketing, se la debe considerar muy importante ya que nos ayuda a difundir y transmitir conocimientos y deseos, a un grupo de personas al cual nos queremos dirigir, nunca lo debemos dejar de lado porque es una gran herramienta que ayudará a la publicidad de la gastronomía, la cual se pueden unir muchas más herramientas de gestión que contribuirán con el progreso de la misma.

La promoción puede ser de largo o corto plazo, por lo general las promociones de corto plazo son las que se realizan para el momento, para dar conocimiento al cliente del producto, y las promociones a largo plazo como se cita en el siguiente párrafo son las que se pueden tomar por

parte de él plan estratégico de una empresa. Según el autor **Alfaro (2000)**, “La promoción es de corta duración. Una promoción de duración “indefinida” formará parte de la estrategia general de la empresa y sus resultados serán diferentes porque serán interpretados de manera distinta por los consumidores” (p. 1).

El objetivo de la promoción gastronómica es el de incrementar las ventas de dicho producto ofertado, establecimiento o la realización de una actividad específica por medio de los consumidores según el estudio de mercado.

### **1.6.1. Tipos de promoción gastronómica.**

#### **1.6.1.1. Promoción de Ventas**

La Promoción de venta es un plan que se enfoca en tratar de disparar y beneficiar las ventas incrementando capital de las empresas y así un mejor desarrollo en corto tiempo. Según **Alfaro (2000)**, se cita que; “las promociones de ventas son Planes Integrales de Marketing destinados a lograr rápidamente un incremento en ventas” (p. 1).

Este caso se lo puede notar de mejor manera en productos como los alimentos que tenga mayor demanda y un mejor ingreso por volumen de venta.

Pero en otro caso los productos fijos que como dice el autor **Alfaro (2000)**, se cita que; “en el caso de los productos de consumo relativamente fijos, el incremento en las ventas se da en función de la compra anticipada” (p. 1).

#### **1.6.1.2. Promociones Estratégicas**

En las promociones estratégicas intentan tener ganancias a futuro, enfocándose en la empresa y en sus estrategias para una mejor y productiva inversión. Según **Alfaro (2000)** se cita que: “las promociones estratégicas no buscan necesariamente incrementar de inmediato las ventas, sino que buscan motivar otro tipo de comportamiento futuro o presente” (p. 13).

### **1.6.2. Medios de Promoción Gastronómica.**

Los medios de promoción gastronómica nos ayudan a publicitar nuestros productos haciendo llegar la oferta del mismo hacia los clientes de un tipo de sector, esto se lo lleva a cabo luego de haber realizado el estudio de mercado, puesto que nos facilita saber qué es lo que queremos mostrar al cliente, cuáles son sus necesidades y que tipo de clientes son ya que no son en todos

los lugares iguales ni de los mismos gustos, ni las mismas necesidades, o edades, es por eso que se realiza una sectorización y el estudio del mismo.

Por medio de los medios de mercadeo o promoción se puede valer para gestionar de mejor manera la llegada y agilidad de ventas de la empresa y aceptación del producto ya que existen diversas y nuevas maneras que ayudan a promocionar dicho producto o idea del mismo., Como tal tenemos algunos de los medios de promoción que en la gastronomía se puede valer mucho de ellas las cuales se ha tomado de las siguientes autoras **Carol Tice y Tamara Monos off (2007)** que relatan los siguientes según sus investigaciones: “Método 1 de 3: Diseñando tu marca; mantenerse al día, contratar un diseñador gráfico, diseñar un logo, diseñar un empaque inolvidable” (p. 1).

Y Según el autor **Tice (2012)** se dice que:

Método 2 de 3: Alcanzando tu mercado

Tener un sitio web.

Hacer un comunicado de prensa

Maximizar las redes sociales.

Usar anuncios de Internet.

Usar la promoción por correo electrónico inteligentemente.

Usa cupones digitales.

No olvidar los volantes, panfletos y postales.

Usar publicidad impresa.

Considerar los anuncios de televisión.

Método 3 de 3: Expande tu negocio

Volverte un experto en tu mercado.

Determinar tu presupuesto inicial.

Desarrollar metas de ventas.

Desarrollar planes de ventas.

Elegir una estrategia para triunfar.

Sembrar tu mercado.

Expandir tu mercado (p. 1).

## **1.7. Cantón Ibarra.**

Ibarra ciudad blanca a la que siempre se vuelve está es una bonita ciudad la cual se caracteriza por tener diversos paisajes, de un clima cálido y fresco el cual según los autores se destacan las

siguientes generalidades, según **Naranjo (2013)**, “El cantón Ibarra tiene la particularidad de ser la sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura está conformada administrativamente por 5 parroquias urbanas y 6 parroquias rurales” (p.23). Es conocida también como la ciudad a la que siempre se vuelve.

Según el autor **Montesdeoca (2012)**:

En una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura, se encuentra Ibarra, ciudad de tradición española que goza de un clima privilegiado, en la que conviven variedad de culturas y etnias que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura. La riqueza cultural, expresada a través de las diferentes manifestaciones de sus habitantes, la hace inconfundible. Ibarra, expone una ciudad pujante, educadora, progresista. Se han trabajado en proyectos que ayuden a mejorar la calidad de vida de los Ibarreños desarrollando estrategias de recuperación ciudadana en los espacios públicos y la construcción de servicios que han mejorado rotundamente el paisaje urbanístico. (p. 19)

Caranqui es una parroquia ubicada en la ciudad de Ibarra, es una zona muy concurrida por turistas especialmente de la ciudad de Ibarra, es por esto que Caranqui es digna de llamarse la cuna de los Incas. Según el autor **Avilés (2014)**, se dice que:

En la antigua población indígena de la provincia de Imbabura, que fue absorbida por la parroquia La Esperanza. Huayna Cápac, luego de su triunfo, se radicó durante varios años en ella, que según el padre Juan de Velasco fue “célebre por su magnífico palacio real por su riquísimo templo del Sol y por su monasterio de vírgenes”. Después de la conquista española el pueblo sufrió un retraso muy considerable que impidió su desarrollo, pues los conquistadores fijaron como centro de sus operaciones el pueblo de Otavalo, al que erigieron de inmediato en Corregimiento (p. 2).

Es llamada con ese nombre gracias a la madre de Atahualpa con su nombre de Princesa Caranqui, la misma que era esposa de Huaina Cápac, ellos tuvieron dos hijos llamados Atahualpa y Rumiñahui, pero el último no fue reconocido por su padre Huaina Cápac, haciendo que se convirtiera en enemigo de Atahualpa hasta su muerte.

Rumiñahui y Atahualpa tenían muchos conflictos los que terminaron en tragedia, puesto que batalla tras batalla hicieron murieron en total once de los hijos de Atahualpa, con todas sus hermosas princesas y por ultimo terminaron con la vida del mismo Atahualpa en el año de 1533.

El cadáver de Atahualpa nunca fue encontrado puesto que según se dice, su hermano Rumiñahui escondería su cuerpo luego de su muerte para q nunca pueda ser venerado y recuperado.

Atahualpa era reconocido en su tribu como venerable Inca puesto que descendía de Huaina Cápac. Poderoso del imperio Inca. Este tenía muchas tradiciones diferentes como la de colocar a todas las niñas a partir de los 6 años de edad unas tablas ajustadas presionando sus cráneos para que estos se deformaran y sean planos, esto según la cultura de Atahualpa significaba belleza, y cuando las niñas crecían se consideraban ya las princesas de Atahualpa con las que a la edad de 12 años ya se veían obligadas a tener relaciones sexuales con él. Según el autor **Avilés (2014)** se dice que:

Atahualpa nació en el año 1500 y muere a la edad de 33 años. Caranqui fue a un importante lugar donde existió el asentamiento de las culturas Cargué e Inca, los Quitus caras e Incas, este fue un lugar muy antiguo que existió en la época de mucha riqueza y oro en el Ecuador. Este punto fue igual el último donde nuestros Incas fueron conquistados por los españoles. **(p. 2)**

Caranqui está ubicado en un punto alto del cual se podía divisar la llegada del enemigo en sus tiempos incaicos y ahora es un punto del cual se puede divisar de mejor manera a la ciudad de Ibarra.

En este lugar existe el llamado Templo del Sol el que tiene su historia como símbolo y referencia de fechas para los Incas mediante la luz del sol reflejada en él, según estudios realizados este mide alrededor de 1500 m<sup>2</sup>, la creación del mismo es aproximada mente el año XIII, aunque este dato aún no se lo puede conocer con exactitud por el deterioro de sus construcciones.

La parroquia de Caranqui está ubicada a 2km al Sur Este de la Ciudad de Ibarra, su idioma es el Kiwcha y castellano como su segunda lengua.

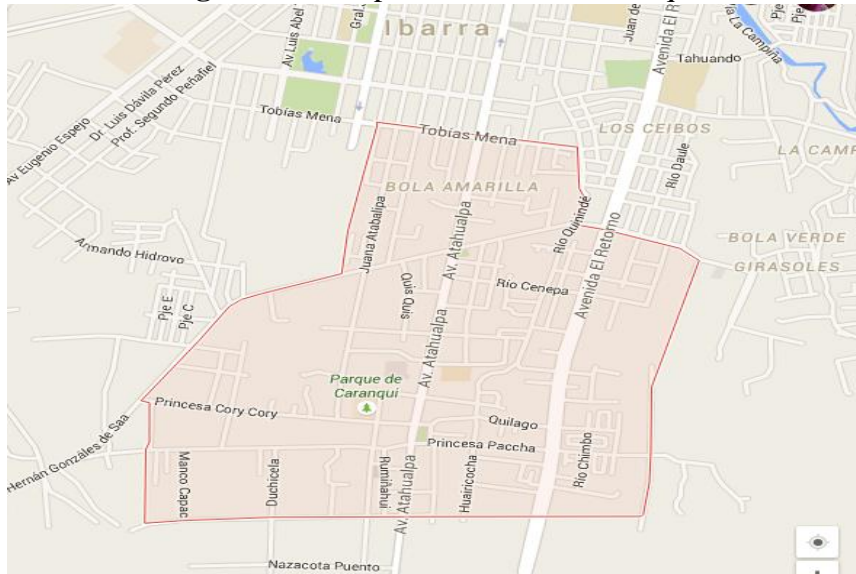
Su Población es de aproximadamente de 6.360 habitantes.

Los Caranqui están ubicados en la Sierra Norte, provincia de Imbabura, en los siguientes cantones: Ibarra, en las parroquias La Esperanza, Angochahua, Caranqui.

Los antiguos Caranquis tenían su comida típica como la colada de mazamorra o colada de maíz, en ciertos casos agregados churos o papas. La chicha de jora, que es de maíz, dejando fermentar durante 30 días aproximadamente, y actualmente en la parroquia de Caranqui se venden los famosos y tradicionales helados de crema acompañados con su pan de leche.

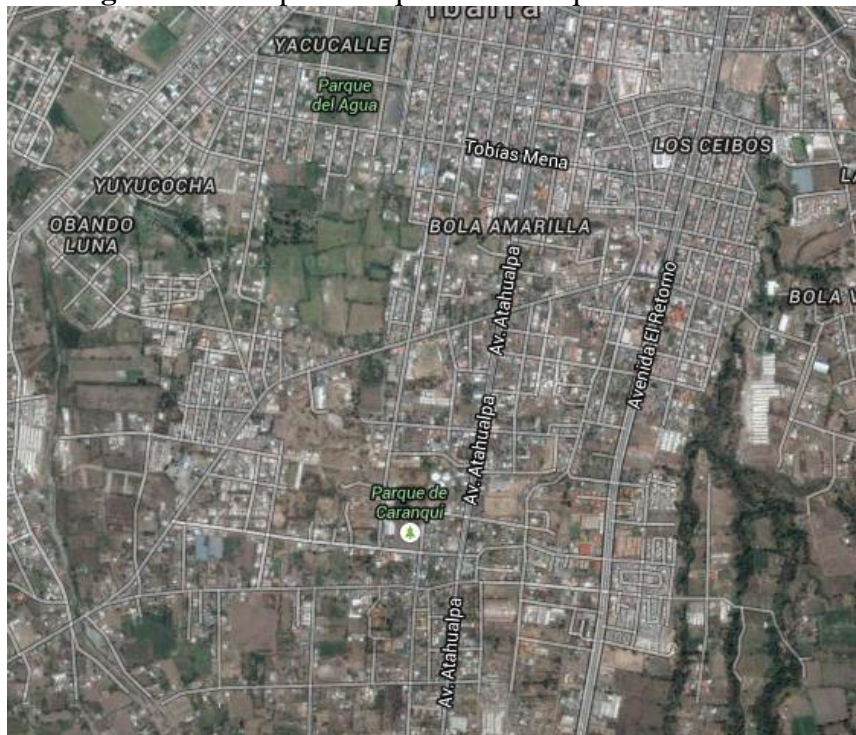
### 1.7.1. Mapa de ubicación de la parroquia de Caranqui en la ciudad de Ibarra.

**Figura N° 1** Mapa ubicación de Caranqui



Fuente tomada de: Google mapas  
Por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

**Figura N° 2** Mapa Parroquia de Caranqui vista Satelital.



Fuente tomada de: Google mapas  
Por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

## **CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO.**

### **2.1. Antecedentes**

El presente diagnóstico es una investigación de campo se lo ha desarrollado de una manera técnica y científica en la medida que se ha utilizado una serie de técnicas e instrumentos que han permitido captar y analizar información relacionada al rescate de la identidad gastronómica de la parroquia de Caranqui.

El diagnóstico fue desarrollado durante los meses de diciembre del 2015 y enero del 2016 y consistió en la aplicación de encuestas a la población de la parroquia de Caranqui y a los potenciales turistas para lo cual se tomó a la población de la misma.

### **2.2. Objetivos diagnósticos**

Con la finalidad de puntualizar el diagnóstico se planteó los siguientes objetivos diagnósticos:

- Analizar las potencialidades gastronómicas de la parroquia de Caranqui,
- Determinar las potenciales demandas turísticas gastronómicas de la parroquia de Caranqui.

### **2.3. Variables Diagnósticas**

Para cada una del objetivo planteado en el ítem anterior se ha establecido una variable diagnóstica que representa la esencia o aspecto general a estudiarse; en este caso las variables establecidas son:

- Variable N° 1: Gastronomía de la Parroquia de Caranqui.
- Variable N°2: Turismo Gastronómico.

### **2.4. Indicadores**

Para cada una de las variables se ha establecido los aspectos específicos o indicadores los cuales sirve de guía o referente para captar la información con las diferentes técnicas e instrumentos de investigación.

Los indicadores de la variable N° 1: Gastronomía de la Parroquia de Caranqui:

- Plato típico.
  - Innovación gastronómica.
  - Gastronomía representativa.
  - Calidad.
  - Conocimiento gastronómico.
  - Reseña histórica gastronómica.
  - Características gastronómicas.
  - Procedencia de ingredientes
  - Capacitación al público.
  - Contexto cultural gastronómico.
  - Horarios de consumo.
  - Tiempo de servicio.
  - Relación con ruta gastronómica.
  - Precios de productos.
- Los indicadores de las variables N° 2: Turismo Gastronómico.
    - Ciudad de procedencia.
    - Conocimiento de la parroquia.
    - Frecuencia de consumo de platos.
    - Implementación de rutas.
    - Turismo en ruta nacional.
    - Medio de turismo.

## 2.5. Matriz de relación diagnóstica.

**Tabla N° 1** Matriz de Relación Diagnostica

<b>Objetivos Diagnósticos</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Fuentes de Información</b>
<b>Analizar las potencialidades gastronómicas de la parroquia de Caranqui.</b>	<b>Gastronomía de la Parroquia de Caranqui.</b>	Plato típico.	Encuesta/Entrevista.	Población/Chefs de negocios del sector.
		Innovación Gastronómica.	Encuesta/Entrevista/Ficha.	Población/Chefs de negocios del sector.
		Gastronomía representativa.	Entrevista / Fichas.	Chefs de negocios del sector.
		Calidad.	Encuesta / Fichas.	Población/Chefs de negocios del sector.
		Conocimiento Gastronómico.	Entrevista.	Chefs de negocios del sector.
		Reseña histórica Gastronómica.	Entrevista.	Chefs de negocios del sector.

Características Gastronómicas.	Entrevista.	Chefs de negocios del sector.
Procedencia de Ingredientes.	Entrevista.	Chefs de negocios del sector.
Capacitación al público.	Entrevista.	Chefs de negocios del sector.
Contexto cultural gastronómico.	Entrevista.	Chefs de negocios del sector.
Horarios de consumo.	Fichas.	Chefs de negocios del sector.
Tipos de servicio.	Fichas.	Chefs de negocios del sector.
Relación con ruta gastronómica.	Fichas.	Chefs de negocios del sector.
Precios de Productos.	Fichas.	Chefs de negocios del sector.

<b>Determinar las potenciales demandas turísticas gastronómicas de la parroquia de Caranqui.</b>	<b>Turismo Gastronómico.</b>	Ciudad de Procedencia.	Encuesta.	Turistas y población del Sector.
		Conocimiento de la Parroquia.	Encuesta.	Turistas y población del Sector.
		Frecuencia consumo de platos.	Encuesta.	Turistas y población del Sector.
		Implementación de rutas.	Encuesta.	Turistas y población del Sector.
		Turismo en ruta nacional.	Encuesta.	Turistas y población del Sector.
		Medio de turismo.	Encuesta.	Turistas y población del Sector.
		Turismo gastronómico.	Encuesta.	Turistas y población del Sector.

---

Relación con Ruta.	Encuesta/ Ficha.	Turistas/población del Sector/ Chefs.
Días realizados en la ruta.	Encuesta.	Turistas y población del Sector.
Tipo de consumo.	Encuesta.	Turistas y población del Sector.

---

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

## 2.6. Mecánica operativa

### 2.6.1. Población o Universo

Para la presente investigación se utilizó un único universo:

Universo N° 1: Turistas que acuden a la Parroquia de Caranqui.

Para este cálculo se ha tomado como referencia el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, en el cual se detalla que Ecuador posee una población de 14 483 499 habitantes y dentro de esta, la población total del cantón Ibarra para ese año llega a 181,175, de los cuales 1500 personas corresponden a los turistas de la parroquia de Caranqui según los datos obtenidos mediante la entrevista (**Gordillo, 2017**).

A continuación, la cifra del universo a investigar.

**Tabla N° 2** Turistas de la Parroquia de Caranqui

<b>Turistas de la parroquia de Caranqui</b>
1500

Fuente: Cap. Luis Gordillo (UPC Caranqui), 2017  
Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés

#### **Muestra N° 1:**

##### **Turistas de la parroquia de Caranqui.**

- n:** Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse
- N:** Universo o población a estudiarse 1500.
- d:** Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante q equivale a 0,25, ya que la desviación típica o estándar tomada como referencia es  $d=0,5$ . El valor de la desviación estándar, es aconsejable obtenerla sobre la base de la aplicación de una encuesta piloto.
- N-1:** Corrección que se usa para muestra mayores a 30 unidades.
- E:** Límite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01 – 0.09 (1% y 9%).
- Z:** Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar de estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1.95

**Fórmula:**

$$n: \frac{Nd^2z^2}{(N-1)E^2+d^2z^2}$$

$$n: \frac{(1500)(0.25)(1,95)^2}{(1499)(0,05)^2 + (0.25)(1,95)^2}$$

**n: 304 personas**

**2.6.3. Información primaria.**

**2.6.4. Información secundaria.**

Fue necesario captar información relacionada a la comida tradicional del cantón Ibarra y de la zona en General, la misma que se encontró en material bibliográfico cultural y gastronómico.

## 2.7. ENCUESTAS:

### 2.7.1 Turistas de la parroquia de Caranqui.

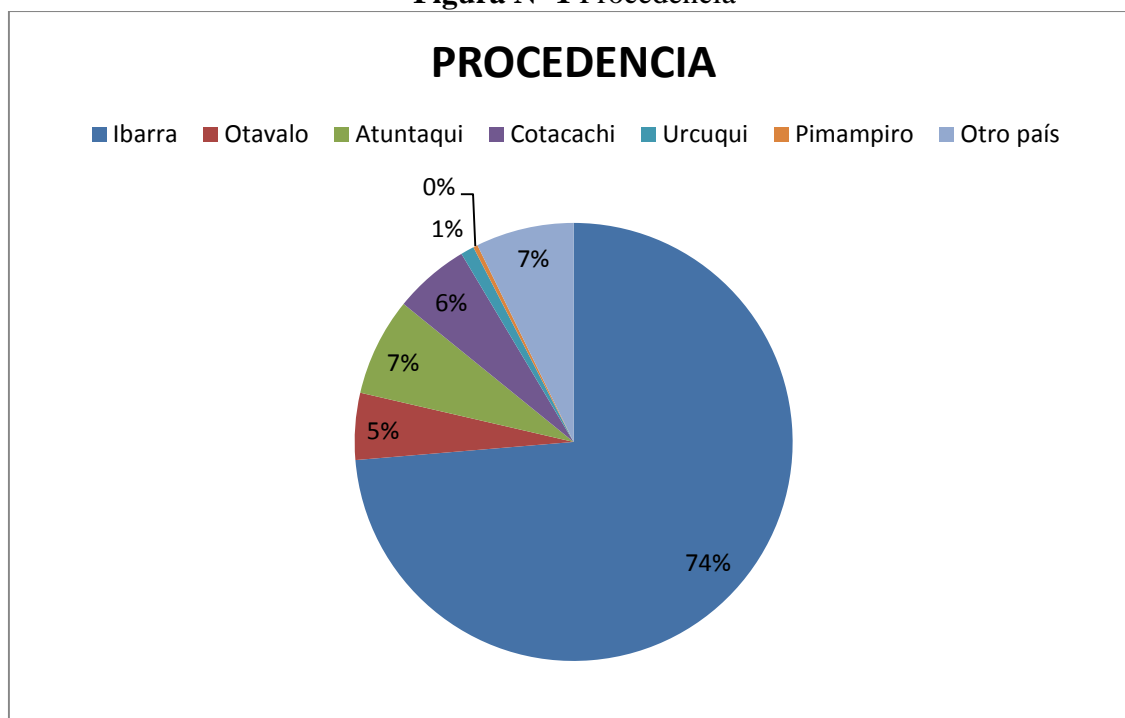
#### 1.- ¿Cuál es su ciudad de procedencia?

Tabla N° 3 Ciudad de Procedencia

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Ibarra	224	73,68 %
B	Otavaló	15	4,93%
C	Atuntaqui	22	7,24%
D	Cotacachi	17	5,59%
E	Urcuquí	3	0,99%
F	Pimampiro	1	0,33%
G	Otro país	22	7,24%
<b>TOTAL</b>		<b>304</b>	<b>100%</b>

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

Figura N° 1 Procedencia



Fuente: Tabla N° 3

### **Análisis:**

Según el VII censo de la población nacional realizado en el año 2010, “la población total de la provincia de Imbabura para ese año llegó a 398,244” (C., 2010), de los cuales 1500 personas corresponden a los turistas de la parroquia de Caranqui, datos obtenidos mediante la entrevista en la UPC.

En el gráfico número uno se observa que la mayoría de afluencia de turistas proviene del cantón Ibarra. Esto da como referencia la inexistencia de turistas provenientes de otras ciudades o países, de esta manera se pudo concluir, mediante las opiniones de los encuestados, que la parroquia de Caranqui no es muy concurrida por turistas extranjeros y esto da lugar a poder realizar estrategias de marketing como videos publicitarios y para el conocimiento de su gastronomía un recetario o demostraciones.

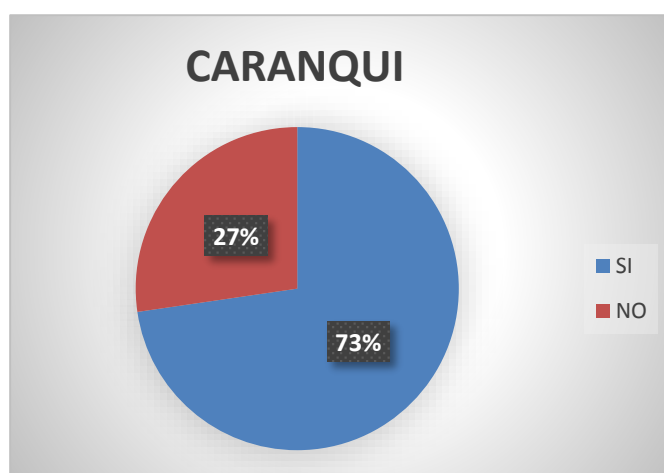
## 2.- ¿Conoce la Parroquia de Caranqui?

**Tabla N° 4** Conocimiento Caranqui

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Si	221	72,70%
B	No	83	27,30%
<b>TOTAL</b>		304	100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

**Figura N° 2** Caranqui



Fuente: Tabla N° 4

### **Análisis:**

Según las encuestas realizadas, se sabe que la mayor parte de las personas encuestadas, conocen la parroquia de Caranqui, puesto que es un lugar donde se vende durante varios años el tradicional pan de leche y helados de crema, las personas van allá a deleitarse de estos postres tradicionales. Es importante mencionar que Caranqui es una parroquia con gente amable y trabajadora, que a lo largo de los años mediante su historia y ahora gastronomía va trascendiendo de generación en generación, teniendo siempre la disposición de salir adelante como parroquia.

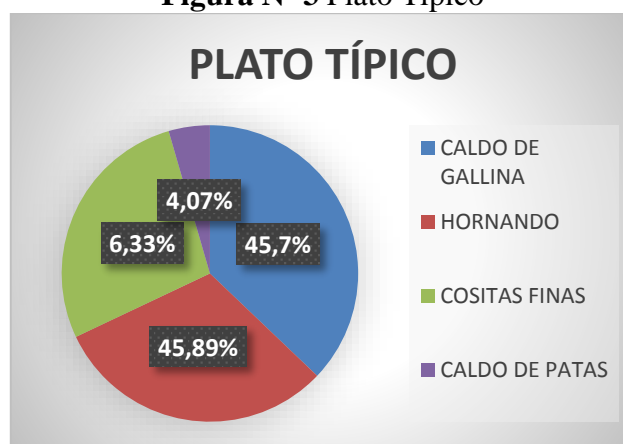
### 3.- ¿Cuál de estos considera usted es el plato típico de la parroquia de Caranqui?

**Tabla N° 5 Plato Típico de Caranqui**

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Caldo de gallina	101	45,7 %
B	Hornado	97	43,89%
C	Cosas finas	14	6,33%
D	Caldo de patas	9	4,07%
<b>TOTAL</b>		221	100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

**Figura N° 3 Plato Típico**



Fuente: Tabla N° 5

#### **Análisis:**

En la pregunta número 3, se realiza la pregunta de su conocimiento sobre platos típicos de la parroquia, por lo que se considera necesario saber cuál es el plato que lo diferencia de las demás parroquias y saber el que se destaca., cabe recalcar que no se toma en cuenta al pan de leche ni los helados de crema porque las personas del sector, no lo ven como un plato típico más bien lo consideran como un postre o un bocadillo. Existe opciones de platos típicos pertenecientes a la parroquia de Caranqui, como es el caldo de gallina, el hornado, cosas finas, y el caldo de patas, estos se tomaron como referencia, ya que son los únicos que se puede verificar que venden en los restaurantes encuestados pertenecientes a la parroquia de Caranqui; el gráfico número tres refleja que el caldo de gallina es considerado el plato típico más conocido y apetecido por los turistas que acuden a la parroquia, es considerado el caldo de gallina también como plato tradicional ya que este viene desde años atrás y es vendido en cualquier fecha he incluso se lo consume en reuniones importantes familiares como bautizos, matrimonios, el caldo de gallina es el plato típico y tradicional más apetecido de la zona.

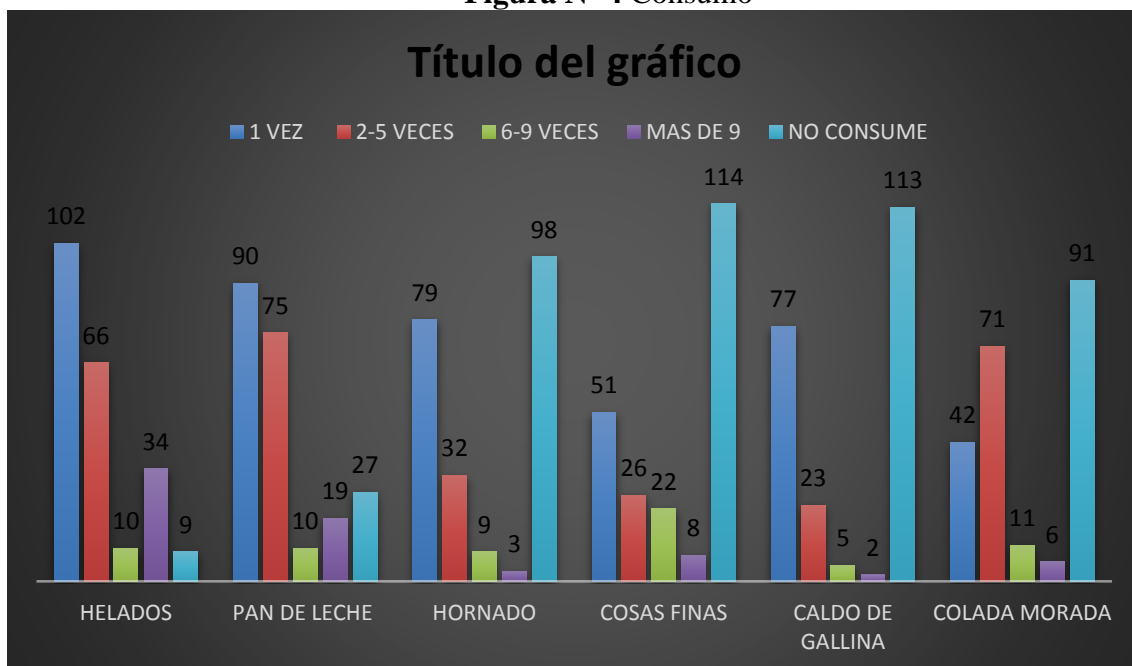
4.- ¿Con que frecuencia al mes consume los platos que expenden en Caranqui?

Tabla N° 6 Consumo de Platos Típicos

CATEGORÍA	OPCIÓN	1 vez	2-5 veces	6-9 veces	Más de 9	No consume
A	helados	102	66	10	34	9
B	Pan de leche	90	75	10	19	27
C	Hornado	79	32	9	3	98
D	Cosas finas	51	26	22	8	114
E	Caldo de gallina	77	23	5	2	113
F	Colada morada	42	71	11	6	91
<b>TOTAL</b>		<b>221</b>				

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

Figura N° 4 Consumo



Fuente: Tabla N° 6

**Análisis:**

Según las personas encuestadas, los platos con mayor frecuencia de consumo al mes por más de nueve veces son los helados de crema, seguido por el pan de leche,

De acuerdo al artículo (**Red, 2012**), se dice que:

Los habitantes de la parroquia de Caranqui, en Imbabura se dedican a la microempresa. La tradición es el fuerte para el turismo, esto es lo que caracteriza a la parroquia de Caranqui, además existen tradiciones que son conservadas por los moradores. Una de ellas es la elaboración del pan de leche y los helados de crema, conocidos nacional e internacionalmente. Estos productos son elaborados por hombres y mujeres de la zona que se dieron a conocer por la delicia y el toque secreto que le pone cada uno. **(p. 11)**

Los platos que no consumen frecuentemente son las cosas finas y el caldo de gallina porque en la ciudad de Ibarra existen ya estos platos para degustar y no son un atractivo principal del sector.

5.- ¿Cómo la considera usted la comida de la parroquia de Caranqui?

Tabla N° 7 Expectativa comida Caranqui

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Muy buena	106	34,87
B	Buena	170	55,92
C	Regular	25	8,22
D	Mala	3	0,99
<b>TOTAL</b>		304	100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

Figura N° 5 Expectativa Comida



Fuente: Tabla N° 7

**Análisis:**

Según **William (1995)**; dice que:

Cuando se trata de sus propias decisiones, los clientes potenciales las defienden con más convicción. Su propuesta, que en un principio pudiera haber desafiado, se convertirá en su propia decisión y por tanto la mantendrá con más firmeza, a nadie le gusta sentirse coaccionado a la hora de tomar una decisión. (p. 97)

Así que se ha realizado la siguiente pregunta de consideración, en el que se califica a la comida en muy buena, buena, regular, mala; la cual se vende en la parroquia de Caranqui. Los turistas encuestados arrojaron su punto de vista en el que se ve reflejado, con un resultado de

consideración a la comida en general de la parroquia como buena; a la gente le gusta el sabor de los platos mas no su presentación, le gusta su precio, la textura de los alimentos y sus combinaciones de sabores, pero no les agrada que no implementen ideas nuevas, les disgusta también, en algunos casos el desaseo de algunos locales y su atención al público; diciendo que existen muchas mejorías por hacer, las cuales pueden ayudarles a mejorar, surgir y dar paso a la atracción de nuevos turistas a la localidad, hacer que su comida pase de ser considera como buena a muy buena.

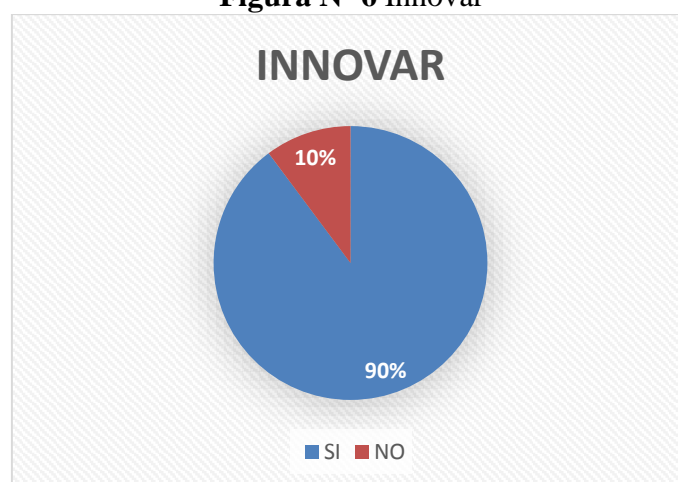
**6.- ¿Considera que es necesario innovar la comida tradicional de la parroquia de Caranqui con fines de desarrollo turístico?**

**Tabla N° 8** Innovar comida de Caranqui

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Si	273	89,80
B	No	31	10,20
<b>TOTAL</b>		304	100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

**Figura N° 6** Innovar



Fuente: Tabla N° 8

**Análisis:**

Innovar en gastronomía es generar e introducir nuevos productos que son necesarios para la preparación y presentación de platos, mejorando así los ya existentes arrojando como resultado el éxito en el mercado. Permitiendo a los dueños de los establecimientos gastronómicos generar nuevos productos para el beneficio de ellos y de los turistas que visitan.

La gran mayoría de las personas encuestadas consideran necesario innovar las comidas tradicionales, en cuanto a su presentación donde se exponga una gama de colores que represente las tradiciones gastronómicas de antes, y a la vez se vea reflejado las nuevas tendencias gastronómicas que hay actualmente, permitiendo así la satisfacción del cliente en cuanto a las innovaciones gastronómicas de hoy en día sin perder toque tradicional.

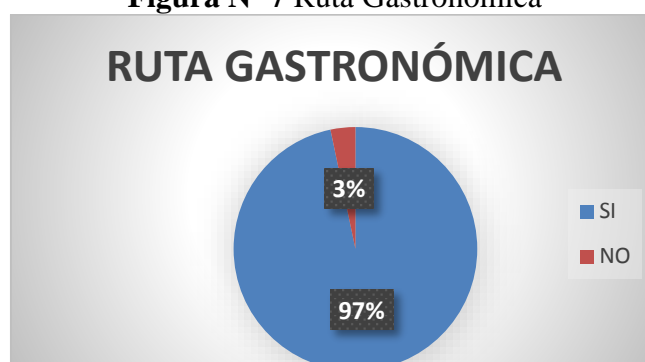
**7.- ¿Cree necesario la implementación de rutas gastronómicas en la parroquia de Caranqui?**

**Tabla N° 9** Implementación Ruta Gastronómica

<b>CATEGORÍA</b>	<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>FRECUENCIA</b>
<b>A</b>	Si	294	96,71
<b>B</b>	No	10	3,29
<b>TOTAL</b>		304	100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

**Figura N° 7** Ruta Gastronómica



Fuente: Tabla N° 9

**Análisis:**

La implementación de rutas turísticas son consideradas de gran apoyo hacia la economía de determinado sector, es un medio en el que se puede dar a conocer la diversidad de gastronomía de platos típicos y tradicionales de una región, ciudad o como es este caso una parroquia, es así que las personas de otros lugares del mundo la reconozcan y la diferencien por algún motivo que les guste, la recuerden, y consideren digno de volver a ese lugar y que mejor si es la gastronomía uno de los mejores caminos y medios de sacar no solo adelante a una parroquia o ciudad sino que a un país entero. Según las encuestas realizadas en el mes de Junio del 2016 a los turistas de la parroquia de Caranqui, si creen necesaria la implementación de rutas gastronómicas, con el fin de aprender más de las zonas por donde cruce la ruta turística, saber la historia de cada plato que se vende, conocer cuáles son los pioneros en realizar los platos y su historia imaginar y recrear el porqué de la creación de los mismos y nuevos lugares donde puedan degustar los manjares, postres y platos típicos que puede brindar la parroquia y en si el cantón Ibarra con sus comidas típicas y tradicionales.

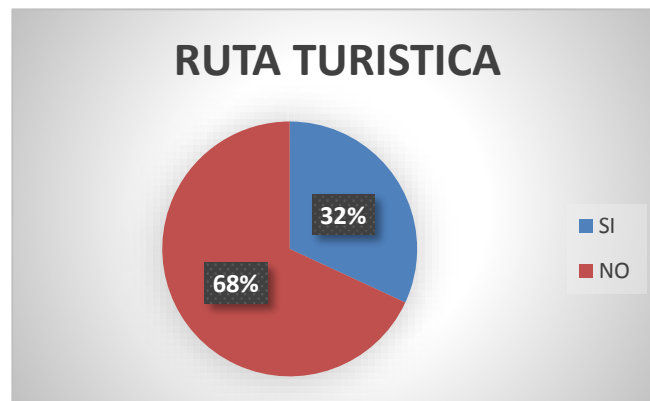
## 8.- ¿Ha realizado turismo en alguna ruta turística nacional?

Tabla N° 10 Ruta Turística

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Si	97	31,91
B	No	207	68,09
<b>TOTAL</b>		304	100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

Figura N° 8 Ruta Turística



Fuente: Tabla N° 10

### Análisis:

El turista al momento de viajar siempre busca comodidad, seguridad y buen servicio ya que son factores muy importantes. Es por ello que se implementa las rutas turísticas, donde abarca todas las condiciones que exige el turista presentando así un itinerario establecido, donde se realiza la visita a todos los atractivos turísticos culturales o naturales, que son los más relevantes en zonas de desarrollo turístico que satisfagan las necesidades del turista.

La mayor parte de las personas encuestadas respondieron que no han realizado turismo en las rutas nacionales, más bien lo han realizado por cuenta propia ya que ellos se sienten más cómodos al realizar por cuenta propia. Es por ello impulsar y motivar el turismo por medio de rutas turísticas y gastronómicas que permitan satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas para así brindar la seguridad y tranquilidad al momento de viajar.

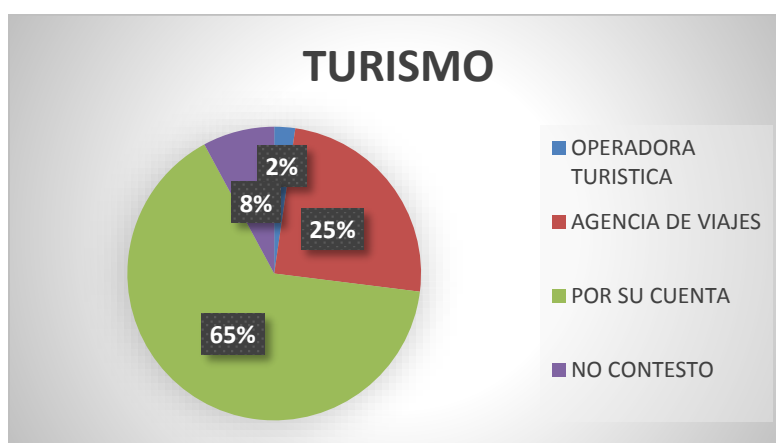
## 9.- Realizo el turismo por medio de:

Tabla N° 11 Turismo

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Operadora turística	7	2,31
B	Agencia de viajes	75	24,67
D	Por su cuenta	198	65,13
E	No contestó	24	7,89
<b>TOTAL</b>			100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

Figura N° 9 Turismo



Fuente: Tabla N° 11

### Análisis:

En el año 2016 lamentablemente el Ecuador sufrió un gran desastre natural, un movimiento sísmico con una magnitud de 7,8 ( $M_L$ ), escala logarítmica que afectó a la provincia de Manabí, el que es catalogado como terremoto y uno de los más fuertes luego del terremoto del año 1987, con esto llega grandes pérdidas económicas para el Ecuador por destrucción de viviendas y grandes hoteles, con esto es claro que los turistas extranjeros tengan miedo de acudir al Ecuador; se logra con esto constatar que, en la pregunta número ocho, las personas que han realizado turismo son los propios ecuatorianos los que como refleja el gráfico número nueve, un 65% de la gente que ha viajado lo hace por su cuenta, el que es una gran mayoría, mas no porque hayan acudido a operadoras turísticas o agencias de viajes, también existe un porcentaje el cuál no respondió a la pregunta realizada, puesto que no ha realizado turismo en ningún lugar. Se puede concluir que a la mayoría de personas que realizan turismo lo hacen por un motivo personal y lo prefieren hacer por su cuenta ya que lo consideran un momento agradable, de conocimiento y relajación ya sea que lo hagan solos o con familia y amigos.

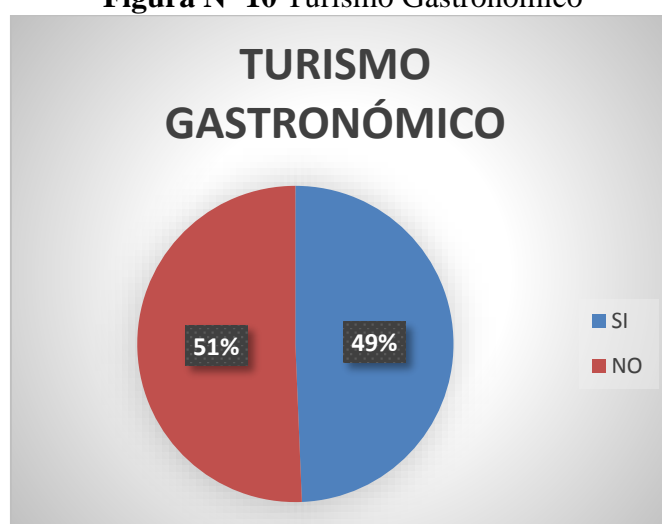
## 10.- ¿Realiza turismo gastronómico?

Tabla N° 12 Turismo Gastronómico

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Si	150	49,34
B	No	154	50,67
TOTAL		304	100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

Figura N° 10 Turismo Gastronómico



Fuente: Tabla N° 12

### Análisis:

La gastronomía 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 sus significaciones culturales. En este sentido, la gastronomía es también una disciplina que estudia la relación del ser humano con su alimentación.

Según las encuestas realizadas nos arrojaron que hay un equilibrio entre las personas que si lo hacen y las que no lo hacen turismo gastronómico. Por ello es importante impulsar un desarrollo gastronómico en los turistas al momento de viajar, permitiendo deleitarse de nuevos e innovadores platos que tiene cada uno de los lugares del Ecuador.

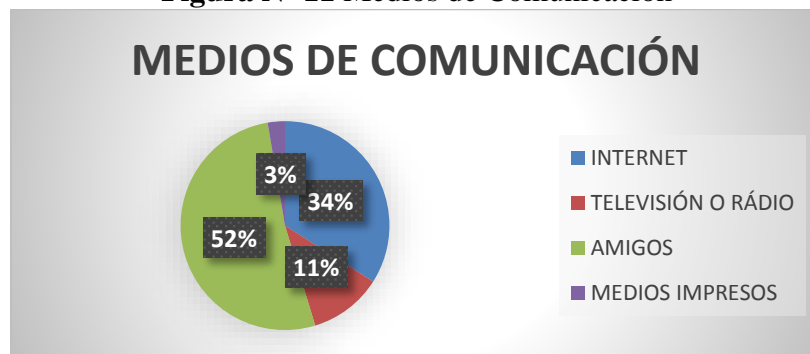
**11.- Si su respuesta a la pregunta 10 fue afirmativa por favor responda la siguiente pregunta: ¿Por cuál medio de comunicación se enteró de la existencia de la ruta a la que usted acudió?**

**Tabla N° 13 Medios de Comunicación**

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Internet	51	34%
B	Televisión o radio	17	11,33%
C	Amigos	78	52%
D	Medios impresos	4	2,6 %
<b>TOTAL</b>		150	100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

**Figura N° 11 Medios de Comunicación**



Fuente: Tabla N° 13

**Análisis:**

Existen varios medios de la comunicación de los cuales el turismo se sirve para poder fomentar a los viajantes, conocer distintos lugares del mundo, hoy en día las redes sociales, internet, y los amigos son los más cotizados para este fin, aunque aún existe otros como los medios de comunicación y medios impresos que también aportan y ayudan a aclarar necesidades. Las personas que realizaron viajes turísticos por conocer nuevos lugares, nuevas estancias, disfrutar de la gastronomía, paisajes y recreaciones en general, en su mayoría dijeron que se enteraron por medio de amigos sobre la ruta a la que cada uno de ellos acudieron, seguido del internet. Esto quiere decir que por lo general la mayor parte de personas, conocen por el método de boca a boca de otros lugares y es así como se confirma la teoría que dice: si un cliente da buenas referencias de un lugar o restaurante dará sus referencias a uno o más personas, pero si no le gustó su estancia o su atención, contará a diez o más personas, es así como la gente conoce por medio de lo que los amigos le cuentan de un lugar, comida o servicio.

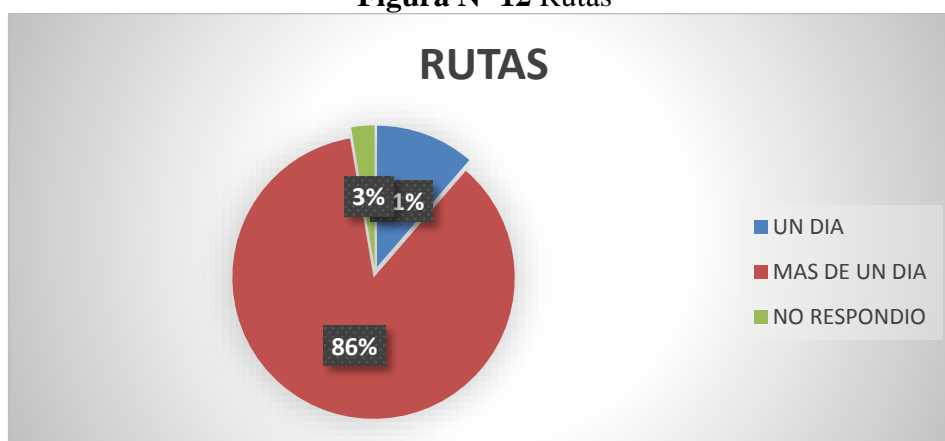
12.- Si respondió afirmativamente a la pregunta 10 por favor responda la siguiente pregunta ¿Cuántos días realiza usted la ruta?

Tabla N° 14 Rutas

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Un día	17	11,33%
B	Más de un día	129	86%
C	No respondió	4	2,6%
<b>TOTAL</b>		150	100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

Figura N° 12 Rutas



Fuente: Tabla N° 14

**Análisis:**

Al momento de realizar turismo los turistas buscan desplazarse de un lugar a otro, especialmente mediante automóviles, avión, tren, etc. donde buscan siempre la comodidad y confort, de igual manera buscan vías de fácil acceso que permita llegar a su destino. La mayor parte de las personas encuestadas, realizan turismo más de un día, y esto permite que el turismo sea más activo y se pueda desenvolver más aun en el campo gastronómico y hotelero logrando así una satisfacción en los turistas. Las personas que viajan seguido hacen que el turismo gastronómico se vaya desarrollando tanto en las atenciones al cliente y a las diferentes exigencias que existen, la ruta turística gastronómica hace más relevante la economía del Ecuador ya que permite el accionar de los diferentes hoteles y restaurantes que visitan frecuentemente.

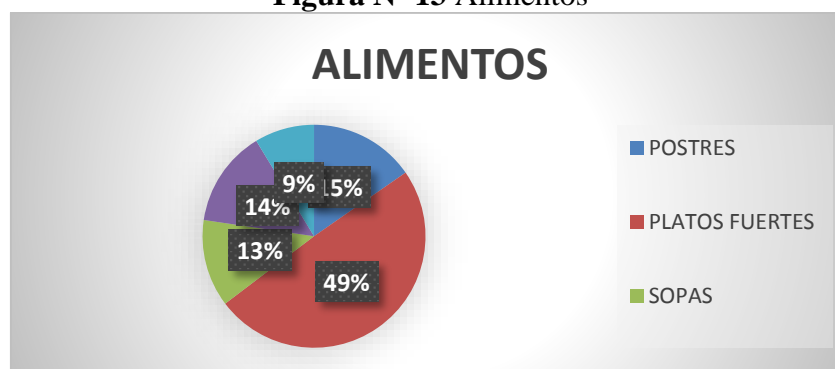
13.- Si respondió afirmativamente a la pregunta 10 por favor responda la siguiente pregunta ¿Qué tipo de alimentos consumió en la ruta?

Tabla N° 15 Alimentos

CATEGORÍA	OPCIÓN	NÚMERO	FRECUENCIA
A	Postres	23	15,33
B	Platos Fuertes	74	49,33
C	Sopas	19	12,66
D	Guarniciones	21	14
E	Ninguno de los anteriores	13	8,66
<b>TOTAL</b>		150	100%

Autoras: Mayra Valenzuela / Doris Garcés, 2017

Figura N° 13 Alimentos



Fuente: Tabla N° 15

#### ANÁLISIS:

La gastronomía es concebida como factor importante del turismo, un turista nunca realizaría un viaje, una excursión o un paseo sin alimentarse antes, durante o después de él, en el camino encontrará diversidad de alimentos que las personas deciden consumir al momento de viajar o realizar turismo a otros sitios, dentro de los cuales, en la pregunta número doce se decidió colocar en un grupo de alimentos como opciones en general a escoger como postres, carnes asadas, pollo a la plancha, pescado y camarones. En el gráfico número 13, arroja que la mayoría de los encuestados han consumido carnes asadas y como segunda mayor opción pollo a la plancha lo que nos da un significado que en el Ecuador aún se considera a la gastronomía como natural tradicional y económica en la mayoría de las rutas que acudieron los turistas.

## **2.8. Entrevista aplicada al chef del sector.**

La entrevista estructurada fue aplicada a un experto en gastronomía al Chef. Cesar Flores Obando propietario del local comercial Café Josué net, la entrevista fue realizada la primera semana del mes de Julio del 2016 las respuestas a cada pregunta fueron registradas en una hoja; el objetivo de realizar la entrevista fue para poder tener más conocimiento de la elaboración de sus recetas y poder tener datos importantes que nos puedan ayudar en la investigación de las necesidades de la parroquia de Caranqui.

### **1. ¿Cuál o cuáles considera usted platos típicos de la parroquia de Caranqui?**

En lo personal no considero que exista un plato típico en el sector de Caranqui, puesto que nosotros lo identificamos como platillos que nuestros ancestros nos han ido enseñando y dejado como legado; más que un plato lo consideramos como postre que son el helado de crema, pan de leche; aunque por típico podemos considerar al champús, colada de churos y la colada morada éstos se elaboran con el maíz que es un ingrediente que caracteriza a la parroquia de Caranqui por su siembra ancestral.

### **2. ¿Tiene conocimiento gastronómico sobre la parroquia?**

Si, en aprendizaje constante

### **3. ¿Nos ayudaría con alguna reseña histórica en gastronomía de esta zona?**

El tradicional pan de leche apareció aproximadamente hace 35 años atrás, como pionera la señora Dña. Juanita que lo realizaba en el horno de leña, luego seguí yo en el proceso Wilson Bedon y conforme paso el tiempo se ha ido aumentando la elaboración de estos deliciosos postres.

### **4. ¿Qué comida y bebida considera usted que ha sido las más representativas alrededor de la historia en la parroquia de Caranqui?**

El pan de leche, los helados de crema, el caldo de menudo, las cosas finas o motes el caldo de gallina, el champús, la colada morada.

**5. ¿Que se debería mantener y que se debería innovar de estas comidas y bebidas?**

Pienso que mantener todo he innovar en algún proceso de conservación de los alimentos ya que el pan nos dura 3 días como máximo, y sería muy bueno conocer otros procesos de conserva, porque también nos gustaría poder exportar nuestros productos.

**6. ¿Cuáles son las características principales de la preparación de estas comidas y bebidas?**

Tener siempre materia prima fresca, maíz no guardado, que todo sea de la mejor calidad, el queso nos vamos a comprar en Zuleta, todo compramos en lugares seleccionados y que cumplan las condiciones higiénicas.

**7. ¿De dónde obtiene usted los ingredientes para elaborar los platos típicos que usted vende?**

Zuleta, aquí compramos los lácteos o nos traen, también del Carchi en ocasiones, en Natabuela compramos el maíz y las harinas o hacemos moler, las frutas en el mercado.

**8. ¿Está dispuesto usted a transmitir mediante capacitaciones al público, sus conocimientos y formas de preparar los alimentos tradicionales q usted elabora?**

Si tengo alguna remuneración no hay ningún problema porque por ejemplo podría dar clases o charlas dinámicas máximo hasta 8 persona.

**9. ¿Considera usted que los expertos en cocina tradicional consideran que han realizado innovaciones trascendentes a la comida y bebida tradicional de la parroquia de Caranqui?**

No conozco que haya venido nadie a querer ayudarnos en mejorar las recetas.

**2.8.1 Análisis general de entrevistas aplicadas a establecimientos gastronómicos**

Las entrevistas se realizaron en el mes de junio del 2016 en la parroquia de Caranqui, para la acción de este proyecto se tomó como referencia las fichas de observación en las cuales se detalla la presencia de alimentos que son consumidos frecuentemente en la zona.

Con anterioridad se acudió a los establecimientos seleccionados para dar a conocer que el motivo de las entrevistas es para la realización del trabajo de investigación de tesis, con el único objetivo de crear una ruta gastronómica mediante el rescate de la identidad gastronómica de la Parroquia de Caranqui.

Las preguntas que constan en el formato de entrevista tratan básicamente sobre la gastronomía que expenden en el local, procesos y técnicas de preparación para cada uno de los platos, precios de venta, innovación gastronómica, fechas en las que se consume más estas comidas y la más importante y primordial si están dispuestos a participar en la Ruta de las Iglesias, Arte y Cultura de la ciudad de Ibarra con el fin de fomentar y difundir la comida tradicional.

## **2.9. FODA**

### **2.9.1 Fortalezas**

- Existe la presencia de un retén policial y vigilancia permanente.
- Amabilidad y hospitalidad al turista.
- Cuenta con un buen mantenimiento de parques e iglesias.
- Fluida visita de turistas nacionales y extranjeros
- Cuenta con espacios favorables para actividades de ciclismo y caminatas por sus alrededores.
- Conservación de técnicas gastronómicas ancestrales.
- Precios accesibles.
- Riqueza histórica y cultural

### **2.9.2 Oportunidades:**

- Inexistencia de una ruta Gastronómica en la parroquia.
- Es un incentivo para la mejora de la calidad económica del sector
- Creación a consideración propia de la ruta gastronómica.
- Posibilidad de que otras entidades o rutas turísticas y gastronómicas apoyen al proyecto gastronómico.
- Aún se puede implementar un método de marketing llamativo.

### **2.9.3 Debilidades**

- Inexistencia de apoyo económico por parte del GAD de Ibarra y de los locales comerciales de la zona.
- Falta de apoyo de los chefs de la zona por no contar con el tiempo suficiente para colaborar con el proyecto.
- Carencia de liderazgo de la directiva de la parroquia de Caranqui.
- Falta de soporte y material investigativo para la iniciación del proyecto del rescate de la gastronomía del sector.
- Falta de seguimiento de los programas y proyectos del sector.
- Falta de fuentes investigativas de la zona.
- Poca accesibilidad a cocinas y recetas de los locales gastronómicos.

### **2.9.4 Amenazas**

- Cambio de políticas que implique o afecte al turismo y sus modalidades.
- Crisis económica y política del país.
- Contaminación ambiental.
- Poco interés de difusión por parte del gobierno provincial como atractivo turístico.

## 2.10. Matriz de Estrategias FODA.

**Tabla N° 16** Matriz de Estrategia

		<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
		<b>FO</b>	<b>DA</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>		<p>-Creación de la ruta gastronómica en la parroquia de Caranqui aprovechando la libertad de escoger los lugares que se integraran en la misma.</p> <p>-Por medio del UPC, brindar seguridad al turista.</p> <p>-Elaborar un video en el cual represente toda la gastronomía de la parroquia de Caranqui, arquitectura he historia.</p>	<p>- Dar a conocer acerca de la creación de la ruta turística y gastronómica, mediante las redes sociales y la promoción de un video publicitario del sector, que ayudará favorablemente a la parroquia de Caranqui, logrando así la participación de todos los dueños y comerciante que existe allí, para fortalecer un mercado más competitivo.</p>
		<b>FA</b>	<b>DO</b>
<b>AMENAZAS</b>		<p>- Aprovechar la visita constate del turista a la localidad, para la creación de actividades de recreación como caminatas.</p> <p>-Aprovechar el buen mantenimiento de iglesias y parques para hacer partícipes de la ruta gastronómica.</p> <p>-Establecer precios accesibles, esperando así la afluencia del turismo por cotizar y acceder a nuestra ruta.</p>	<p>-Recolectar ideas sobre innovación de productos para cada restaurante por donde participará la ruta gastronómica.</p> <p>-Realizar un recetario gastronómico de los alimentos más representativos del sector mediante la colaboración de chefs del sector.</p>

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

### **2.11. Problema diagnóstico.**

Como producto de la investigación de campo se ha podido evidenciar que el problema fundamental es la inexistencia del diseño de una ruta turística Gastronómica con el nombre del último Inca Atahualpa, ni de ninguna otra, adicional a esto hemos evidenciado la falta de colaboración de algunos dueños de locales y chefs del sector para acceder a información y detalles importantes que nos servirían para la realización del proyecto, y como último punto es la falta de información bibliográfica y linkográfica de la parroquia de Caranqui como historia, cultura y gastronomía.

Por lo mencionado se concluye que es necesario desarrollar la ruta turística y gastronómica que ayudará al desarrollo poblacional y económico del sector, incentivando así a los propietarios y chefs de locales gastronómicos de la parroquia de Caranqui a colaborar para el beneficio propio y del proyecto planteado, fomentando el desarrollo bibliográfico y linkográfica que ayudará a futuras generaciones en el conocimiento del sector.

## **CAPÍTULO III**

### **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

#### **RESCATE DE LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA DE LA PARROQUIA DE CARANQUI PARA LA RUTA TURÍSTICA DEL ÚLTIMO INCA ATAHUALPA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.**

##### **3.1. Introducción**

Caranqui es una parroquia que se caracteriza por ser los pioneros en la elaboración de pan de leche y helados de crema que a lo largo del tiempo se ha ido difundiendo de generación en generación de acuerdo a las costumbres y tradiciones que posee, por lo cual se realizará la implementación de una ruta gastronómica, un video promocional y un recetario donde su principal propósito es saber acerca de las tradiciones y alimentos típicos de la gastronomía del lugar.

La investigación se realizó en los establecimientos más representativos de la parroquia de Caranqui y sus habitantes del sector, localizado en la provincia de Imbabura.

El objetivo por realizar un trabajo de esta índole, se produce a través de la necesidad de revalorizar y rescatar la identidad gastronómica de la parroquia de Caranqui, mediante las técnicas gastronómicas en donde se encuentra inmerso los conocimientos de personas amantes del arte culinario.

##### **3.2 OBJETIVOS:**

###### **3.2.1. Objetivo General**

Consolidar una ruta gastronómica, mediante la elaboración de un itinerario, trabajo de campo e investigación, para el rescate de los sabores tradicionales de la parroquia de Caranqui e intensificación de la actividad turística y económica local.

###### **3.2.2. Objetivos Específicos:**

- Elaborar un inventario de los locales gastronómicos más representativos de la parroquia de Caranqui para el diseño de la ruta gastronómica.

- Diseñar la ruta gastronómica, mediante un itinerario turístico para la promoción de la parroquia de Caranqui.

### **3.3. Desarrollo.**

Con el trabajo desarrollado se propone la elaboración y diseño de una ruta gastronómica, la cual se enfoca en resaltar la importancia de los establecimientos gastronómicos tradicionales de la parroquia de Caranqui. Para la elaboración del paquete se consideró principalmente la accesibilidad, la calidad de servicios la tradición e innovación gastronómica de los emprendimientos que funcionan en la localidad, para así fomentar la actividad turística y económica.

### **3.4. Temática de la ruta.**






La ruta que se requiere diseñar recoge como temática el rescate gastronómico de la parroquia de Caranqui, considerando que la parroquia recoge una variedad e identidad gastronómica. La propuesta tiene la finalidad de dar apoyo a la ruta turística “El último Inca Atahualpa”, seleccionando servicios gastronómicos que permitirán diversificar la oferta turística de la ciudad de Ibarra, en especial la parroquia de Caranqui.






Caranqui fue la cuna de líder Incaico, Atahualpa Yupanqui, como evidencia de la existencia de estas civilizaciones, varias calles llevan nombres de personajes representativos de la historia, a esto se suma historias, vestigios de la localidad.

Seleccionar una ruta con la temática y el nombre de un personaje trasciende y permite fortalecer la identidad y patrimonio de la parroquia de Caranqui.

### 3.5. Inventario de establecimientos gastronómicos de la parroquia de Caranqui.

**Figura N° 14** Inventario de establecimientos Gastronómicos en Caranqui

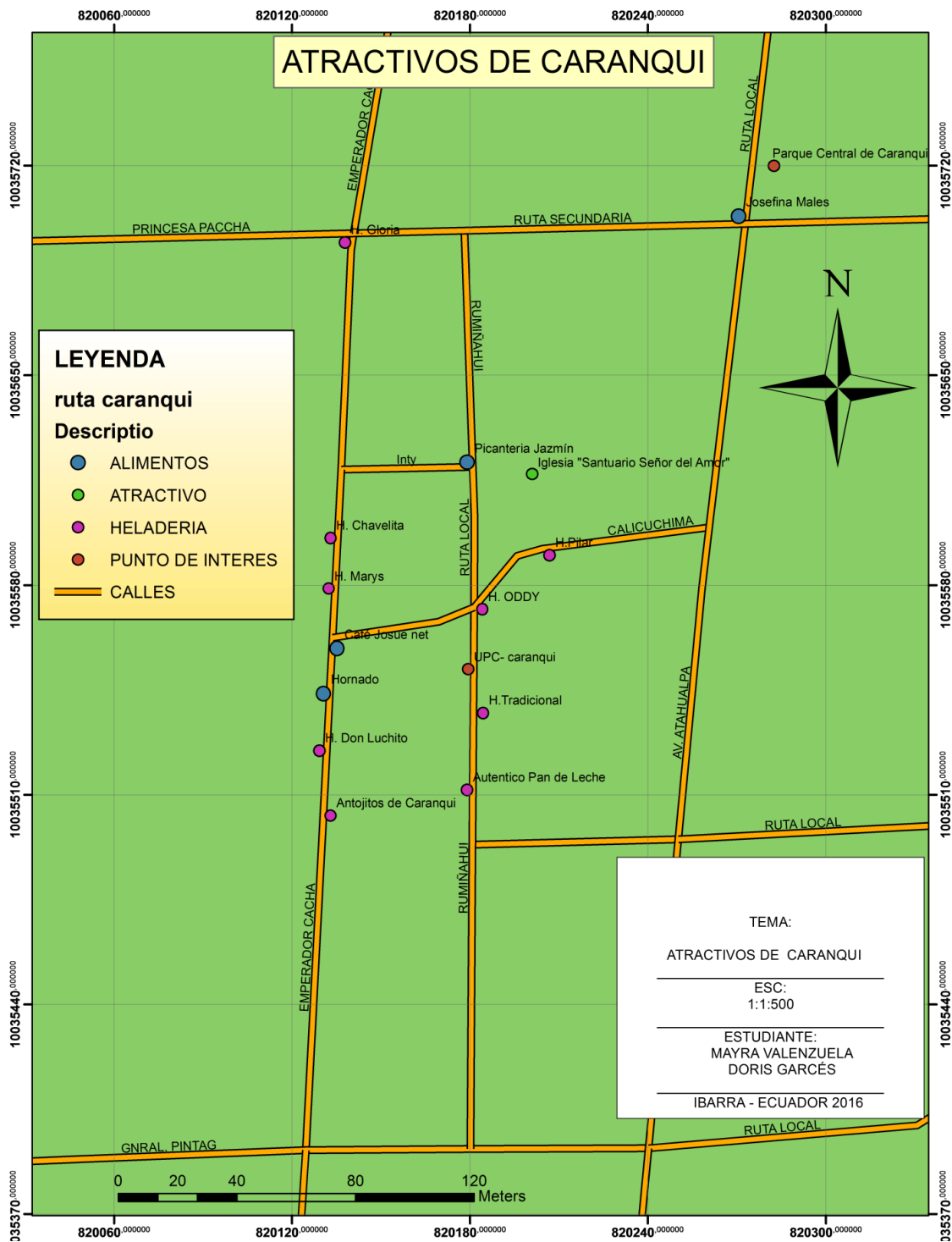
Ítem	NOMBRE	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN
1	Helados Oddi		Heladería Oddi es uno de los establecimientos de mayor trayectoria y tradición de la parroquia de Caranqui. Su principal servicio son los tradicionales helados de crema.
2	Auténtico Pan de Leche		Un lugar con diez años de experiencia, uno de sus principales presentaciones gastronómicas es el tradicional champús.
3	Café Josué net		Este atractivo deleita a los turistas con la preparación de: Café, chocolate, quimbolitos, aguas aromáticas, helados de crema y pan de leche,
4	Antojitos de Caranqui		El atractivo turístico y gastronómico deleita al público en general ofreciendo de manera tradicional la preparación de Pan de leche
5	Heladería Don Luchito		Este atractivo gastronómico ofrece durante 8 años consecutivamente la preparación de antojitos como: Pan de leche, Champús y la colada morada.
6	Heladería Pilar		La parroquia de Caranqui se caracteriza por la elaboración de los helados de crema, pero este establecimiento nos presenta una variación innovadora, helados de aguacate.
7	Picantería Jazmín		Picantería Jazmín es el nombre comercial de este establecimiento, su servicio principal es la gastronomía

			tradicional de caldos de gallina de campo y asados.
8	Hornado Esperancita		Este establecimiento aprovecha los ingredientes, productos potenciales de la localidad, ofreciendo el tradicional hornado, acompañado con encurtido, tortillas de papa y mote.
9	Josefina Males		Este atractivo deleita a los turistas con la preparación de: Caldo del 31, papas cocinadas, Sungos, La propietaria está al servicio de la localidad los días sábados y domingos.
10	Helados Gloria		Este establecimiento está basado en una oferta gastronómica tradicional, considerado como pan de leche, y helados. Estos productos son muy apetecidos por los turistas y visitantes.
11	Helados Chavelita		Un establecimiento tradicional de tienda de barrio, cuenta con una larga y antigua trayectoria oferta gastronómica tradicional como son los panes de leche y helados de crema, muy típica y conocida en la localidad.
12	Heladería Rosita		La diferencia este sitio es la fabricación artesanal de los helados de crema de varios sabores y en especial el helado de uva que es uno de los más apetecidos del sitio, por su sabor e innovación.

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

### 3.6 Atractivos o puntos de interés

Figura N° 15 Atractivos o puntos de Interés



Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

**Tabla N° 17** Atractivos o Puntos de Interés

Atractivos o puntos de interés					
ítem	Latitud	Longitud	Propietario	Nombre del Local	Altura
1	820181	35579	Wilson Bedón	Helados Oddi	2246
2	820184	35495	María Dolores León	Auténtico Pan de Leche	2250
3	820142	35555	Gustavo Flores	Café Josue net	2244
4	820132	35499	Carmen Flores	Antojitos de Caranqui	2247
5	820138	35557	Luis Erazo	Heladería Don Luchito	2242
6	820132	35559	Sra. Mary	Heladería Mary's	2241
7	820177	35625	Sra. Jazmín	Picantería Jazmín	2305
8	820128	35556	Sra. Esperanza	Hornado Esperancita	2242
9	820259	35711	Joseffina Males	Joseffina Males	2228
10	820138	35687	Sra. Gloria	Helados Gloria	2232
11	820136	35591	Sra. Isabel	Helados Chavelita	2240
12	820185	35485	Sra. Rosita	Heladería Rosita	2250

Autores: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

### 3.7. Jerarquización de los establecimientos de la parroquia de Caranqui.

**Tabla N° 18** Jerarquización de los establecimientos de Caranqui

VALORES DE JERARQUIA		
2	25	I
26	50	II
51	75	III
76	100	IV

Autores: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

Se ha jerarquizado cada uno de los negocios de la parroquia de Caranqui según:

- **Calidad:** comprende valores intrínsecos, extrínsecos, entorno y estado de conservación de los establecimientos.
- **Apoyo** que conforma: acceso, servicio y asociación con otros establecimientos; por último, el **significado** que presta el establecimiento tanto local, regional, nacional e internacional.

Cada una de las variables mencionadas anteriormente tienen una puntuación del 1 al 10 el cual la suma y su totalidad de cada una de ellas permite Jerarquizar del I a al IV en números romanos

en donde I con un rango del 1-25 equivale a regular; II con un rango de 26-50 que equivale a bueno; III de 51-75 equivalente a muy bueno; IV de 76-100 equivalente a excelente.

**Figura N° 16** Detalle de la Jerarquización

JERARQUIA DE LOS EMPRENDIMIENTOS														
Ítem	Nombre del emprendimiento	Calidad				APOYO			SIGNIFICADO				suma	Jerarquía I II III IV
		Valor Intrínseco	Valor extrínseco	Entorno	Estado de conservación	Acceso	Servicio	Asociado con otros	Local	Regional	Nacional	Int		
		max15	max15	max10	max 10	max 10	max 10	max 5	max 2	max 4	max 7	max 12		
1	Helados Oddi	5	5	10	9	10	7	3	2	4	3	2	60	III
2	Auténtico Pan de Leche	2	4	7	10	9	7	3	2	4	3	0	51	III
3	Café Josue net	2	4	7	10	10	7	3	2	4	3	0	52	III
4	Antojitos de Caranqui	3	4	5	9	10	7	3	2	4	3	0	50	III
5	Heladería Don Luchito	3	4	5	9	10	7	3	2	4	3	0	50	III
6	Heladería Mary's	3	4	5	10	10	7	3	2	4	3	0	51	III
7	Picantería Jazmin	3	4	5	8	10	7	3	2	4	3	0	49	II
8	Hornado Esperancita	2	3	3	7	10	7	3	1	0	0	0	36	II
9	Joseffina Males	1	3	3	5	7	6	3	1	1	0	0	30	II
10	Helados Gloria	1	4	3	5	7	5	3	1	1	0	0	30	II
11	Helados Chavelita	2	2	2	4	7	4	2	1	1	0	0	25	I
12	Heladería Rosita	1	3	3	4	7	3	2	1	1	0	0	25	I

Autores: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

### 3.8. Atractivos considerados en la diagramación de la ruta gastronómica.

#### CARANQUI

Según el diario independiente de la ciudad de Cuenca, **Mercurio (2015)** menciona que:

La parroquia Caranqui es un territorio turístico, está a unos tres kilómetros de Ibarra, tiene marcada su historia. El nombre Caranqui deriva del apellido de la madre de Atahualpa “Princesa Caranqui”, quien a su vez era esposa de Huayna Cápac, padre de Atahualpa y Rumiñahui. (p. 1)

Como lo menciona Odila Merlo en una entrevista al diario **Norte (2012)** “Caranqui es el lugar tradicional donde la gente puede encontrar el verdadero pan de leche elaborado por nuestras manos. El pan de leche lo hacemos desde hace muchos años atrás de familia en familia” (pp. 2).

### 3.9. Descripción del paquete.

#### **Tour “Sabor Histórico” (Leyendas, fotografía, Sabor).**

Este paquete está diseñado con el fin de otorgar al turista la oportunidad de conocer de cerca la historia y a su vez disfrutar de los sabores tradicionales que de generación en generación identifican a Caranqui como una de las parroquias con más historia del cantón Ibarra, en donde se puede degustar de helados de sabores tradicionales, el pan de leche hecho en horno de leña, las espumillas, colada morada y hasta el champús preparado con las recetas de las abuelitas.

#### **Actividades.**

- Visita a los atractivos más emblemáticos y de trascendencia histórica de la ciudad de Ibarra.
- Relato e interpretación histórico- cultural.
- Fotografía.
- Degustación gastronómica representativa de la parroquia Caranqui.
- Compras.

**Tabla N° 19** Datos Técnicos del Itinerario

<b>TÉRMINO</b>	<b>DETERMINACIÓN</b>
Dificultad	Fácil
Distancia Aprox.	3 km
Tiempo del recorrido Aprox.	7 horas máx.
Idioma	Español

Autores: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

#### **Incluye:**

Guía local y de interpretación

Transporte

Ingreso a los restaurantes.

Alimentación (Almuerzo tradicional 2 opciones: - Hornado – Caldo de gallina)

### 3.10. Itinerario.

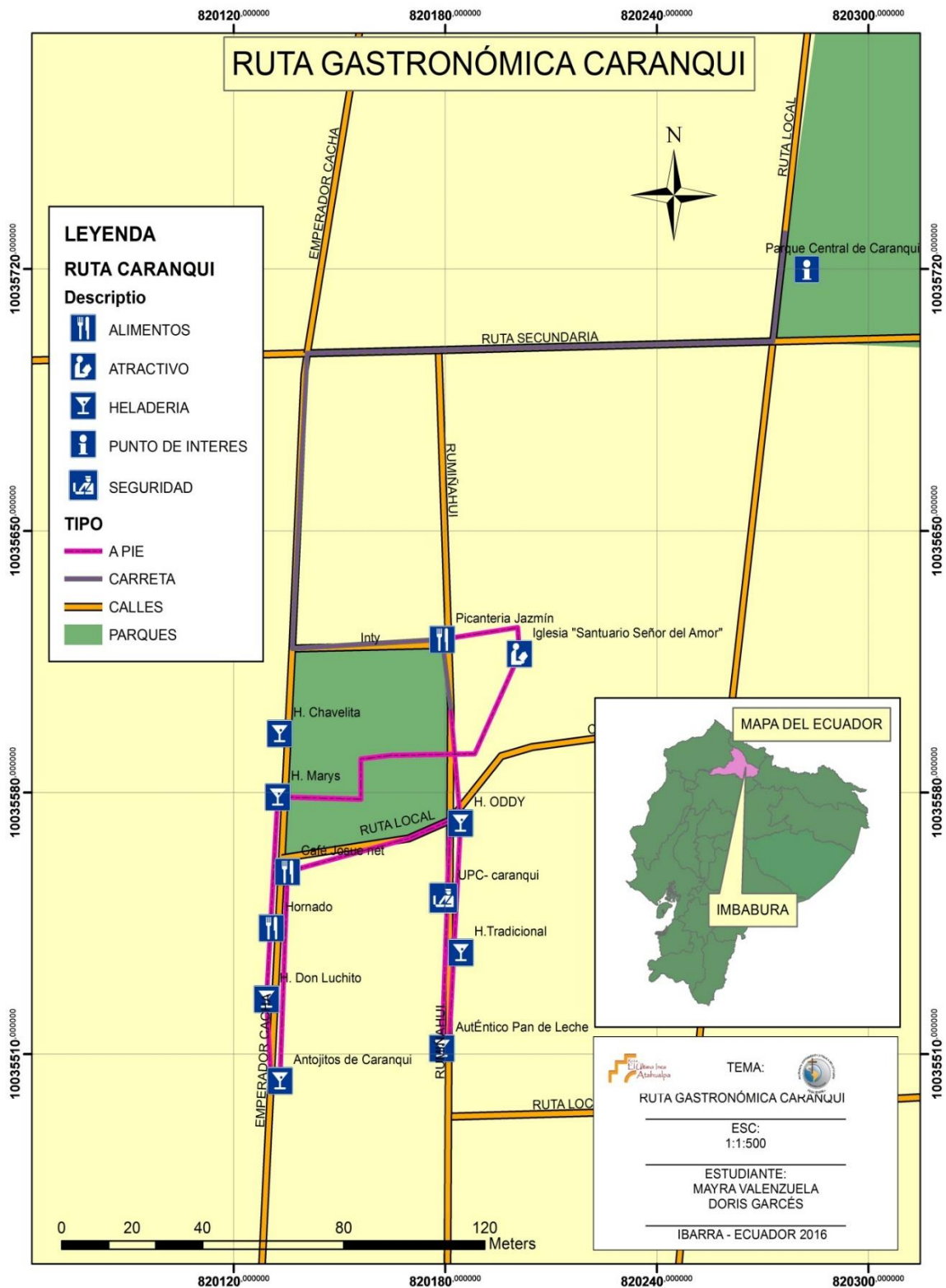
Figura N° 17 Paquete Sabor Histórico Caranqui

PAQUETE : CARANQUI – EMPRENDIMIENTOS				
<b>CODIGO:</b>	<b>DURACIÓN:</b>	<b>CARÁCTER / SEGMENTO:</b>	<b>DIFICULTAD:</b>	
	Inicio: 08:00 am	General	Fácil	
<b>IDIOMA:</b>		<b>CLASE DE GUIA:</b>	<b>COSTO POR PAX:</b>	
Español	Finaliza: 15:00 pm	Local y de Interpretación		
ITINERARIO TÉCNICO				
DÍA	HORA	ACTIVIDADES	RECURSOS	
DÍA I	8:30	Concentración en el Parque central de Caranqui		
	8:30 – 08:45	Recorrido en carreta		
	08:45 - 09:10	Arribo al parque de Caranqui		
	09:10 - 09:15	Inicio del recorrido- Indicaciones generales		
	09:15 - 09:45	Visita a heladería ODDY- Leyendas y tradiciones		
	09:45 - 10:15	Observación en la Heladería Autentico pan de Leche		
	10:15- 10:45	Observación del proceso de pan de leche <b>Café.Josué.net</b>		
	10:45-11:15	Antojitos de Caranqui		
	11:15 -11:45	Degustación tradicional- Heladería Don Luchito		
	11:45 – 12:15	Visita a emprendiendo Marys		
	12:15 – 13:00	Recorrido por las calles de Caranqui – Iglesia- Fotografía		
	13:00 - 14:30	Almuerzo- Picantería Jazmín		
15:00	Retorno- finalización del tour		Transporte	
<b>INCLUYE:</b>	Transporte	<b>NO INCLUYE:</b>	Bebidas	
	Fotografías		Medicina	
	Guianza- entradas		Desayuno	
	Almuerzo		Impuestos	
	Degustación gastronómica			
<b>REQUISITOS</b>	Constar en la lista de visitantes			
<b>RESTRICCIONES PARA LA VISITA</b>	Ir acompañado por alguien que no forme parte del curso o no forme parte del contrato con la empresa			
<b>EQUIPO NECESARIO O ROPA</b>	Zapatos deportivos - Gorra - Calentador			
	Cámara Fotográfica - Bloqueador Solar			

Autores: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

### 3.11. Recorrido “SABOR HISTÓRICO”

Figura N° 18 Recorrido “SABOR HISTÓRICO”



Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

### **3.12. Descripción del Tour “SABOR HISTÓRICO”**

Este tour inicia en el tradicional parque central de la parroquia, de ahí inicia la travesía de sabores urbanístico por las calles principales de la parroquia. El guía dará unas breves indicaciones con una animación sociocultural que dará realce a una experiencia única que favorecerá a los turistas a motivarlos tanto en lo cultural como en la gastronomía del sector. El recorrido iniciará con la bienvenida de la ruta de sabor histórico:

#### **3.12.1. Recorrido en Carreta Marañón.**

El turista tendrá la oportunidad de trasladarse a tiempos remotos. Un recorrido de diez minutos en una carreta – marañón el tradicional medio de transporte que se empleaba luego del ferrocarril, aún existente en la ciudad de Ibarra. Este trayecto revive la historia mediante las anécdotas de los jinetes de este medio de transporte.

#### **3.12.2.- Helados Oddy.**

El recorrido a pie comienza, por las transcurridas e estrechas calles de la parroquia, donde se puede notar las casas coloridas y llenas de historia. En esta primera parada se dará a conocer una breve explicación acerca de la historia de Caranqui y la elaboración de los helados de crema donde se brindará la degustación oportuna de los distintos sabores.

#### **3.12.3. Autentico Pan de Leche.**

El recorrido continuo, en este establecimiento se indicará la elaboración del yogurt natural, y el famoso pan de leche que a lo largo del tiempo se ha ido plasmando tradicionalmente la dedicación y la elaboración continúa por parte de los dueños, y es de mucha importancia la degustación hacia el turista.

#### **3.12.4 Café.Josué.net**

La fotografía es un arte que se expresa en imágenes, es por ello que se tomó en cuenta este establecimiento donde se expone un sin número de fotografías que permite observar un Caranqui antiguo y lleno de historia, donde el turista identificara el Caranqui antiguo y el actual y los cambios que se han realizado a lo largo de los años.

### **3.12.5 Antojitos de Caranqui**

El recorrido a pie continuo, donde se observa el hermoso parque que lo caracteriza a la parroquia. Antojitos de Caranqui posee costumbres y técnicas de la preparación de la colada morada y la humita que los hace únicas en el sector, la misma que será explicada por su propietaria, además se dará a degustar los productos antes mencionados.

### **3.12.6 Heladería Don Luchito.**

La heladería de Don Lucho es la única del sector que realiza el champús, es una bebida a base de maíz que se ha ido revalorizando a lo largo de los años, también cuenta con una gran variedad de helados. Aquí nos brindara la elaboración del champús.

### **3.12.7 Heladería Marys.**

La parroquia de Caranqui se caracteriza por la elaboración de los helados de crema, pero este establecimiento nos presenta una variación innovadora, helados de aguacate, nos contará brevemente de su iniciativa emprendedora y de los procesos de elaboración.

Antes de continuar con el siguiente establecimiento realizaremos un recorrido por el parque central, con la opción a realizar fotografías y visita a la Iglesia “Santuario Señor del Amor”, donde se muestra una galería de pintura y escultura religiosa.

Para finalizar visitaremos:

### **3.12.8 Picantería Jazmín.**

Cuenta con una gran variedad de platos especiales para los turistas del sector donde cada fin de semana se dan cita en este lugar para degustar de caldo de gallinas, caldo de patas, caldo de 31 y almuerzos. En este establecimiento se podrá disfrutar del sabor delicioso que venden.

El tour finaliza con una fotografía grupal en el graderío de la entrada principal de la iglesia.

### 3.13. Costo del paquete.

**Tabla N° 20 Costo del Paquete**

Autores: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

<b>COSTO TOTAL Y P.V.P. DEL PAQUETE</b>		<b>DETALLE</b>
Transporte Carreta	\$ 7,50	Recorrido de 7 horas
Degustación gastronómica	\$ 2,00	Helados, espumilla, champús, pan de leche
Almuerzo	\$ 5,00	Caldo de gallina / Choclos, habas, papas y queso
<i>Total costos</i>	12,50	
3% imprevisto	\$ 0,63	Medicamentos - Agua
Total más imprevisto	13,13	
Servicio 10%	\$ 1,31	Utilidades de servicio
Total	14,44	
Utilidad 21%	\$ 3,03	
<b>P.V.P. DEL PAQUETE</b>	<b>19,47</b>	

### 3.14 Recetario Gastronómico de la parroquia de Caranqui.

#### 3.14.1 Introducción

Una de las propuestas para el desarrollo de este proyecto es la elaboración de un recetario gastronómico, el cual consta de diez recetas más representativas y atractivas del sector que degustaran nativos y turistas. Logrando así el desarrollo productivo, turístico y gastronómico en la parroquia de Caranqui.

#### 3.14.2 Descripción

Cada una de las preparaciones cuenta con su receta estándar, donde se detalla los ingredientes, procedimiento, cantidad, tiempo de cocción, grado de dificultad, instrumentación y la foto; logrando así una mejor comprensión al momento de la preparación que beneficiara a los posibles lectores.

### **3.14.3 Objetivo**

Rescatar la preparación y los ingredientes de los diferentes platos que sobresalen en la parroquia de Caranqui, para mantener tradiciones y costumbres que a lo largo del tiempo se van devaluando.

### **3.14.4 Recetas estándar**

#### **3.14.4.1 Helado de crema (mora)**

##### **Ingredientes:**

- 750g moras
- 500g leche
- 560g azúcar
- 500g crema de leche
- 250g yogurt natural

##### **Procedimiento:**

Batir las moras con la leche y la mitad del azúcar hasta conseguir un jugo, en otro recipiente batir la crema de leche con el resto del azúcar hasta que tenga la consistencia espesa y espumosa. En otro recipiente unir las dos mezclas lentamente hasta que se incorporen bien colocando así en los conos para helado. Llevar al refrigerador, colocando los palitos de helados y esperar tres horas hasta que estén sólidos.

**Preparación:** Fría

**Tiempo de duración:** 40 minutos.

**Grado de dificultad:** Media.

#### **3.14.4.2 Yogurt Natural**

##### **Ingredientes:**

- 300g Leche en Polvo
- 1000ml Agua
- 200ml Yogurt Natural

**Procedimiento:**

Calentar el Agua y colocar la leche en polvo, disolver bien sin dejar que hierva cuando se caliente apartarlo del fuego y añadir el yogurt natural, disolver bien y añadir en frascos de vidrio con tapa, meter el yogurt al horno para conservar el calor, o forrar con paños y dejarlo por 14 horas o de un día al otro por la noche ya está listo para servir a su gusto con azúcar o fruta etc.

**Preparación:** Fría

**Tiempo de duración:** 40 minutos.

**Grado de dificultad:** Media.

### 3.14.4.3 Champús

**Ingredientes:**

- 500g Harina de maíz blanco
- 1000g piña
- 700g babaco
- 250g mote
- 250ml agua fría
- 500g panela
- 40 g canela en rama
- 1 g clavo de olor
- 1 g pimienta dulce
- 200 g membrillo grande
- 600 g naranjilla
- 30 g naranja

**Procedimiento:**

Batir a mano el agua fría con la harina hasta tener una colada espesa, colocar esto en un cántaro de barro y déjalo durante uno o dos días reposar para que fermente. Cuele la colada en un cedazo de cerda y cocínela agregando las especias, agregar la panela, el mote cocido y cocínelo durante diez minutos más. Vierta los pedazos de membrillo y babaco junto con las naranjillas partidas y deje hervir lentamente hasta q se cocinen sin dejar que se hagan suaves. Por último,

poner la piña picada y las hojas de naranja y dejar hervir, luego servir

**Preparación:** Caliente

**Tiempo de duración:** 60 minutos.

**Grado de dificultad:** Media.

#### 3.14.4.4 Hornado

**Ingredientes:**

- 5000g pierna de cerdo
- 1000ml chicha
- 1000ml cerveza
- 20gr ajo machacado
- 150g sal
- 75g comino molido
- 50g pimienta molida

**Procedimiento:**

Lavar la pierna de cerdo, prepara el aliño con sal, comino, pimienta para aliñar. Realizar unas incisiones profundas en la carne con ayuda del cuchillo para penetrar el condimento ayudándose de los dedos, repetir esta operación con el ajo machacado, deje la pierna en el refrigerador durante 24 horas para adobar, dos horas antes de hasarla coloque la chicha o la cerveza, ponga en el horno a 400° por 30 minutos hasta que se concentre los aliños, luego sáquela del horno y báñela con abundante achiote incluyendo los orificios, vuelva a ponerla en el horno hasta que este cosida por lómenos una hora y media más.

**Preparación:** Caliente

**Tiempo de duración:** 60 minutos.

**Grado de dificultad:** Media.

#### 3.14.4.5 Pan de Leche

**Ingredientes:**

- 1000g maíz crudo seca
- 20g sal
- 10g azúcar

- 10 g polvo de hornear
- 2000g queso tierno o cuajada
- 6 huevos
- 35 hoja de atchira

**Procedimiento:**

Cernir el maíz molido crudo y seco junto con la sal, azúcar, polvo de hornear. Añadir el queso desmenuzado y hacer una masa, batir seis huevos y agregar a la masa, si la masa esta dura, añadir suero de leche o agua. Bolear la masa y colocar las porciones en la lata previamente abrigada en caso de ser necesario o de gustos se la puede colocar en la hoja de atchira. Llevar al horno caliente a 140 grados centígrados, introducir el pan durante 30 minutos y dejar reposar para servir.

**Preparación:** Caliente

**Tiempo de duración:** 30 minutos.

**Grado de dificultad:** Media.

### 3.14.4.6 Colada Morada

**Ingredientes:**

- 200g mortiño
- 350g moras
- 350g frutillas
- 1 piña
- 1 babaco
- 20 naranjillas
- 50g canela
- 10 clavo de olor
- 15 pimienta dulce
- 60g azúcar
- 500g harina de maíz negro
- ishpingo
- 1 atado de hierbas aromáticas (hojas de naranja, hierbaluisa y arrayan)

**Procedimiento:**

Primero es preciso cernir bien -unas 3 veces- la harina de maíz morado usando un cedazo fino. Luego poner a remojar esta harina en ½ litro de agua tibia evitando que se formen grumos.

Cocinar en dos litros de agua los mortiños, moras y las naranjillas, licuar y pasar por un colador. Aparte cocinar en dos litros de agua la panela o el azúcar, las especias y hierbas aromáticas, pasar por un colador y juntar con la mezcla anterior, poner al fuego y agregar la harina de maíz disuelta, dejar cocer por unos minutos hasta espesar removiendo constantemente. Picar la piña, el babaco y las frutillas y cocinarlas con el azúcar hasta formar un almíbar, agregar al final a la colada y servir caliente.

**Preparación:** Caliente

**Tiempo de duración:** 60 minutos.

**Grado de dificultad:** Media.

### 3.14.4.7 Caldo de Gallina de campo

**Ingredientes:**

- 1 gallina de campo mediana
- cebolla larga blanca
- 1 ajo
- 10g apio
- 10g perejil
- 50g zanahoria
- 200g fideo pequeño
- 450g papas
- 15g sal

**Procedimiento:**

Ponemos al fuego una olla de agua, cuando este hirviendo el agua agregar la gallina y una pizca de sal y pimienta. Dejamos cocinar. Cortar las zanahorias, cebolla, apio y el ajo. Le agregamos al caldo de gallina durante unos 15 minutos. Pelar las papas y cortarlas en cuadritos. Agregar al caldo junto con el fideo. Dejar hervir y por ultimo agregar el perejil.

**Preparación:** Caliente

**Tiempo de duración:** 60 minutos.

**Grado de dificultad:** Media.

### 3.14.4.8 Quimbolitos

#### **Ingredientes:**

- 500g mantequilla
- 1000g azúcar
- 200ml leche
- 10ml esencia de vainilla
- 20ml licor anisado
- 10 huevos
- 2000g harina
- 20g royal
- 300g pasas
- 35 hojas de atchera
- 1 olla tamalera

#### **Procedimiento:**

En un bowl batir la mantequilla hasta que este suave agregar el azúcar y la leche poco a poco, seguir batiendo hasta que la mezcla se haga cremosa. Poner el licor anisado y la esencia de vainilla, seguir batiendo. Agregar las yemas de los huevos seguir batiendo hasta obtener una mezcla uniforme. Ir poniendo poco a poco la harina con la royal sin dejar de batir hasta que se mezcle. Por ultimo agregar las claras de los huevos a punto de nieve batir bien, dejar reposar la masa. Limpiar las hojas de atchera e ir poniendo la masa en ella con las pasas. Poner agua en la olla tamalera cuando este hirviendo cocinar los quimbolitos al vapor por 30 minutos y sacarlos.

**Preparación:** Caliente

**Tiempo de duración:** 30 minutos.

**Grado de dificultad:** Media.

### 3.14.4.9 Caldo de Patas

#### **Ingredientes:**

- 1 pata de res
- 50g cebolla larga
- 30g perejil
- 20g cebolla blanca
- 10ml aceite

- 100ml leche
- 500g mote cocido
- 15ml achiote
- 1 ajo
- 20g orégano

**Procedimiento:**

Lavar bien la pata y colocar en una olla de presión con cebolla larga, perejil y apio. Agregar agua necesaria y cocinar hasta que la carne este suave. Aparte refreír la cebolla, ajo, culantro con el aceite y el achiote con la leche. Agregar la mezcla anterior al caldo de patas tapar y dejar cocinar por 20 minutos.

**Preparación:** Caliente

**Tiempo de duración:** 60 minutos.

**Grado de dificultad:** Media.

#### 3.14.4.10 Cosas Finas

**Ingredientes:**

- 450g mote
- 300g frejol tierno
- 300g arveja seca
- 300g chochos
- 300g tostado
- 100g queso
- 200g carne de cerdo
- 10g culantro
- 10g perejil
- 20g cebolla blanca

**Procedimiento:**

Cocinar los granos por separado. Hacer el tostado en un sartén. Reservar. Lavar bien los chochos. Cortar la carne de cerdo en pedazos pequeños. Repicar las hierbas y la cebolla blanca.

Servir al gusto todos los ingredientes.











- Colada Morada

**Figura N° 24 Colada Morada**

RECETA ESTÁNDAR # 6				
NOMBRE DEL PLATO: Colada Morada				No-PAX: 20
unidad de medida	Producto	porción a utilizar		
kilo	mortiño	200 g		
kilo	moras	350 g		
kilo	frutillas	350 g		
unidad	piña	1		
unidad	babaco	1		
Unidad	naranjillas	20		
kilo	canela	50 g		
unidad	clavo de olor	10		
unidad	pimienta dulce	15		
kilo	azucar	60 g		
kilo	harina de maiz negro	500 g		
unidad	ishpingo	3		
unidad	atado de hierbas aromaticas (hoja de naranja, hierbaluisa y arrayan)	1		
PROCEDIMIENTO		FRÍA <input type="checkbox"/>	TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)	
Primero es preciso cernir bien -unas 3 veces- la harina de maíz morado usando un cedazo fino.		CALIENTE <input checked="" type="checkbox"/>	5	15
Luego poner a remojar esta harina en ½ litro de agua tibia evitando que se formen grumos.			20	30
Cocinar en dos litros de agua los mortiños, moras y las naranjillas, licuar y pasar por un colador.			45	60
Aparte cocinar en dos litros de agua la panela o el azúcar, las especias y hierbas aromáticas, pasar por un colador y juntar con la mezcla anterior, poner al fuego y agregar la harina de maíz disuelta, dejar cocer por unos minutos hasta espesar removiendo constantemente.		GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>		
Picar la piña, el babaco y las frutillas y cocinarlas con el azúcar hasta formar un almibar, agregar al final a la colada y servir caliente.		INSTRUMENTACIÓN		OBSERVACIONES
		tabla		
		cuchillo		
		bolws		
		ollas		
		licuadora		
		cucharas		
		bandeja		
		colador		

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017



- Quimbolitos

**Figura N° 26 Quimbolitos**

RECETA ESTÁNDAR # 8									
NOMBRE DEL PLATO: Quimbolito			No-PAX: 35						
unidad de medida	Producto	porción a utilizar							
kilo	mantequilla	500 g							
kilo	azucar	1000 g							
litro	leche	200 ml							
litro	esencia de vainilla	10 ml							
litro	licor anisado	20 ml							
unidad	huevos	10							
kilo	harina	2000 g							
kilo	royal	20 g							
kilo	pasas	300 g							
unidad	hojas de atchera	35							
unidad	olla tamalera	1							
PROCEDIMIENTO		FRÍA <input type="checkbox"/>	TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)						
En un bowl batir la mantequilla hasta que este suave agregar el azucar y la leche poco a poco, seguir batiendo hasta que la mezcla se haga cremosa. Poner el licor anisado y la esencia de vainilla, seguir batiendo.		CALIENTE <input checked="" type="checkbox"/>	5	15	20	30	45	60	+
Agregar las yemas de los huevos seguir batiendo hasta obtener una mezcla uniforme.		GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>		INSTRUMENTACIÓN		OBSERVACIONES			
Ir poniendo poco a poco la harina con el royal sin dejar de batir hasta que se mezcle.		tabla		cuchillo					
Por ultimo agregar las claras de los huevos a punto de nieve batir bien, dejar reposar la masa.		bolws		tamalera					
Limpiar las hojas de atchera e ir poniendo la masa en ella con las pasas.		batidora		cucharas					
Poner agua en la olla tamalera cuando este hirviendo cocinar los quimbolitos al vapor por 30 minutos y sacarlos.									

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017



- Cosas Finas

**Figura N° 28 Cosas Finas**

RECETA ESTÁNDAR # 10				
NOMBRE DEL PLATO: Cosas Finas				No-PAX: 10
unidad de medida	Producto	porción a utilizar		
kilo	mote	450 g		
kilo	frejol tierno	300 g		
kilo	arveja seca	300 g		
kilo	chochos	300 g		
kilo	tostado	300 g		
kilo	queso	100 g		
kilo	carne de cerdo	200 g		
kilo	culantro	10 g		
kilo	perejil	10 g		
unidad	cebolla blanca	20 g		
PROCEDIMIENTO		FRÍA <input type="checkbox"/>	TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)	
cocinar los granos por separado.		CALIENTE <input checked="" type="checkbox"/>	5	15
hacer el tostado en un sartén. Reservar.			20	30
Lavar bien los chochos.			45	60
Cortar la carne de cerdo en pedazos pequeños.				
Repicar las hierbas y la cebolla blanca.		GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>		
Servir al gusto todos los ingredientes.		INSTRUMENTACIÓN		
		OBSERVACIONES		
		tabla		
		cuchillo		
		bolws		
		ollas		
		cucharas		

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

### 3.14.6 Recetario



# Helado de crema (mora)



## Ingredientes:

- 750 g. moras
- 500 g. leche
- 560 g. azúcar
- 500 g. crema de leche
- 250 g. yogurt natural

## Procedimiento:

Batir las moras con la leche y la mitad del azúcar hasta conseguir un jugo, en otro recipiente batir la crema de leche con el resto del azúcar hasta que tenga una consistencia espesa y espumosa. En otro recipiente unir las dos mezclas lentamente hasta que se incorporen bien colocando así en los conos para helado. Llevar al refrigerador, colocando los palitos de helados y esperar tres horas hasta que estén sólidos.

## Preparación: Fria

Tiempo de duración: 40 minutos.  
Grado de dificultad: Media.  
3.1.4.3.2 Yogurt Natural



# Yogurt Natural

## Ingredientes:

- 300 g. Leche en Polvo -
- 1000ml Agua -
- 200 ml. Yogurt Natural -

## Procedimiento:

Calentar el Agua y colocar la leche en polvo, disolver bien sin dejar que hierva cuando se caliente apartarlo del fuego y añadir el yogurt natural, disolver bien y añadir en frascos de vidrio con tapa, meter el yogurt al horno para conservar el calor, o forrar con paños y dejarlo por 1-4 horas o de un día al otro por la noche ya está listo para servir a su gusto con azúcar o fruta etc.

## Preparación: Fria

Tiempo de duración: 40 minutos.  
Grado de dificultad: Media.



# Hornado



## Ingredientes:

- 5000 g. pierna de cerdo
- 1000 ml. chicha
- 1000 ml. cerveza
- 20 g. ajo machacado
- 150 g. sal
- 75 g. comino molido
- 50 g. pimienta molida

## Procedimiento:

Lavar la pierna de cerdo, prepara el aliño con sal, comino, pimienta para aliñar. Realizar unas incisiones profundas en la carne con ayuda del cuchillo para penetrar el condimento ayudándose de los dedos, repetir esta operación con el ajo machacado, deje la pierna en el refrigerador durante 24 horas para adobar, dos horas antes de hacerla coloque la chicha o la cerveza, ponga en el horno a 400° por 30 minutos hasta que se concentre los aliños, luego sáquesela del horno y báñela con abundante aceite incluyendo los orificios, vuelva a ponerla en el horno hasta que este cocida por lómenos una hora y media más.

## Preparación: Caliente

Tiempo de duración: 60 minutos.  
Grado de dificultad: Media.



# Champús

## Ingredientes:

- 1000 g. maíz crudo seco -
- 20 g. sal -
- 10 g. azúcar -
- 10 g. polvo de hornear -
- 2000 g. queso tierno o cuajada -
- 6 huevos -
- 1000 g. hoja de atchira -

## Procedimiento:

Cernir el maíz molido crudo y seco junto con la sal, azúcar, polvo de hornear. Añadir el queso desmenuzado y hacer una masa, batir seis huevos y agregar a la masa, si la masa esta dura, añadir suero de leche o agua. Soltar la masa y colocar las porciones en la lata previamente ablandada en caso de ser necesario o de gustos se la puede colocar en la hoja de atchira. Llevar al horno caliente a 140 grados centígrados, introducir el pan durante 30 minutos y dejar reposar para servir.

## Preparación: Caliente

Tiempo de duración: 30 minutos.  
Grado de dificultad: Media.



# Pan de Leche



## Ingredientes:

- 5000 g. pierna de cerdo
- 1000 ml. chicha
- 1000 ml. cerveza
- 20 g. ajo machacado
- 150 g. sal
- 75 g. comino molido
- 50 g. pimienta molida

## Procedimiento:

Lavar la pierna de cerdo, prepara el aliño con sal, comino, pimienta para aliñar. Realizar unas incisiones profundas en la carne con ayuda del cuchillo para penetrar el condimento ayudándose de los dedos, repetir esta operación con el ajo machacado, deje la pierna en el refrigerador durante 24 horas para adobar, dos horas antes de hornarla coloque la chicha o la cerveza, ponga en el horno a 400° por 30 minutos hasta que se concentre los aliños, luego sáquela del horno y bañela con abundante aceite incluyendo los orificios, vuelva a ponerla en el horno hasta que este cocida por lo menos una hora y media más.

## Preparación: Caliente

Tiempo de duración: 60 minutos.  
Grado de dificultad: Media.



# Colada Morada

## Ingredientes:

- 200 g. mortiño -
- 350 g. moras -
- 350 g. frutillas -
- 1 piña -
- 1 babaco -
- 20 naranjitas -
- 50 g. canela -
- 10 clavos de olor -
- 15 pimientas dulces -
- 60 g. azúcar -
- 800 g. harina de maíz negro -
- shpingo -
- 1 atado de hierbas aromáticas ( hojas de naranja, hierbaluisa y arrayán) -

## Procedimiento:

Primero es preciso cernir bien -unas 3 veces- la harina de maíz morado usando un cedazo fino. Luego poner a remojar esta harina en 1/2 litro de agua tibia evitando que se formen grumos. Cocinar en dos litros de agua los mortiños, moras y las naranjitas, licuar y pasar por un colador. Aparte cocinar en dos litros de agua la piña o el azúcar, las especias y hierbas aromáticas, pasar por un colador y juntar con la mezcla anterior, poner al fuego y agregar la harina de maíz disuelta, dejar cocer por unos minutos hasta espesar removiendo constantemente. Picar la piña, el babaco y las frutillas y cocinarlas con el azúcar hasta formar un almibar, agregar al final a la colada y servir caliente.

## Preparación: Caliente

Tiempo de duración: 60 minutos.  
Grado de dificultad: Media.



# Caldo de Gallina de campo



## Ingredientes:

- 1 gallina de campo mediana
- Cebolla larga blanca
- 1 ajo
- 10 g. apio
- 10 g. perejil
- 50 g. zanahoria
- 200 g. fideo pequeño
- 450 g. papas
- 15 g. sal

## Procedimiento:

Ponemos al fuego una olla de agua, cuando este hirviendo el agua agregar la gallina y una pizca de pimienta. Dejamos cocinar. Cortar las zanahorias, cebolla, apio y el ajo. Le agregamos al caldo la gallina durante unos 15 minutos. Pelar las papas y cortarlas en cuadritos. Agregar al caldo junto con fideo. Dejar hervir y por último agregar el perejil.

## Preparación: Caliente

Tiempo de duración: 60 minutos.  
Grado de dificultad: Media.



# Quimbolitos

## Ingredientes:

- 500 g. mantequilla -
- 1000 g. azúcar -
- 200 ml. leche -
- 10 ml. esencia de vainilla -
- 20 ml. licor anisado -
- 10 huevos -
- 2000 g. harina -
- 20 g. royal -
- 300 g. pasas -
- 35 hojas de alcheira -
- 1 olla tamalera -

## Procedimiento:

En un bowl batir la mantequilla hasta que este suave agregar el azúcar y la leche poco a poco, seguir batiendo hasta que la mezcla se haga cremosa. Poner el licor anisado y la esencia de vainilla, seguir batiendo. Agregar las yemas de los huevos seguir batiendo hasta obtener una mezcla uniforme. Ir poniendo poco a poco la harina con el royal sin dejar de batir hasta que se mezcle. Por último agregar las claras de los huevos a punto de nieve batir bien, dejar reposar la masa. Limpiar las hojas de alcheira e ir poniendo la masa en ella con las pasas. Poner agua en la olla tamalera cuando este hirviendo cocinar los quimbolitos al vapor por 30 minutos y sacarlos.

## Preparación: Caliente

Tiempo de duración: 30 minutos.  
Grado de dificultad: Media.



# Caldo de Patas



## Ingredientes:

- 1 pata de res
- 50 g. cebolla larga
- 30 g. perejil
- 20 g. cebolla blanca
- 10 ml. aceite
- 100 ml. leche
- 500 g. mote cocido
- 15 ml. achiote
- 1 ajo
- 20 g. orégano

## Procedimiento:

Lavar bien la pata y colocar en una olla de presión con cebolla larga, perejil y apio. Agregar agua necesaria y cocinar hasta que la carne este suave. Aparte refreír la cebolla, ajo, culantro con el aceite y el achiote con la leche. Agregar la mezcla anterior al caldo de patas fapor y dejar cocinar por 20 minutos.

## Preparación: Caliente

Tiempo de duración: 60 minutos.  
Grado de dificultad: Media.



# Cosas Finas

## Ingredientes:

- 450 g. mote
- 300 g. frejol fierno
- 300 g. arveja seca
- 300 g. chochos
- 300 g. tostado
- 100 g. queso
- 200 g. carne de cerdo
- 10 g. culantro
- 10 g. perejil
- 20 g. cebolla blanca

## Procedimiento:

Cocinar los granos por separado. Hacer el tostado en un sartén. Reservar. Lavar bien los chochos. Cortar la carne de cerdo en pedazos pequeños. Repicar las hierbas y la cebolla blanca. Servir al gusto todos los ingredientes.



### **3.15 Video Publicitario Parroquia de Caranqui**

Caranqui, un lugar turístico de Ibarra, donde propios y extraños se reúnen en familia para disfrutar los manjares únicos de la ciudad y su parroquia, el pan de leche y los helados de crema es una tradición que va de generación en generación, es por ello que se cree necesario la implementación de un video publicitario del sector que promoverá aún más su gastronomía y el desarrollo turístico y económico incentivando así a los propietarios de los pequeños negocios a la creación e implementación de una ruta.

### **3.16 Estrategias de promoción**

Las estrategias de promoción que se pondrá en práctica para la presente investigación son las que se detalla a continuación:

- Convenios con agencias de viajes para la difusión de la ruta gastronómica, los cuales promoverán el trabajo con grupos de turistas.
- Video publicitario que será promocionado en salas de cines, redes sociales y televisión, mediante convenios o pactos que se realizaran de forma pertinente.
- Mediante la difusión de trípticos entregados a las personas, instituciones públicas y privadas interesadas en el tema se dará a conocer el recetario gastronómico enfocado en la gastronomía de Caranqui y el rescate de las mismas.
- Venta del recetario a las amas de casa de la ciudad de Ibarra como parte fundamental del rescate gastronómico de la parroquia de Caranqui.

Dentro de este capítulo se realizó la creación de una ruta gastronómica la cual se la denomina ruta del “Sabor Histórico”, que consta de un recorrido de los locales más representativos de la parroquia de Caranqui la cual ayudara a fomentar el turismo y el rescate de la identidad de gastronómica; también se elaboró un recetario gastronómico que fue creado pensando en las amas de casa y en los turistas que estén interesados en conocer la ruta y degustar los distintos platos tradicionales con el fin de dar a conocer a la población sus costumbres y tradiciones.

Por último, se elaboró un video publicitario de la parroquia de Caranqui, el que permitirá llegar a los turistas con el fin de atraerlos hacia la ruta del sabor histórico, dando realce e iniciativa en la ejecución del proyecto.

## **CAPÍTULO IV**

### **Análisis de impactos**

El presente capítulo tiene como objetivo determinar los impactos positivos o negativos que generará la puesta en marcha de la propuesta a futuro, los mismos que pueden ser analizados con cualquiera de las metodologías existentes, unas más completas y complejas que otras.

#### **4.1. Metodología Utilizada**

De las distintas metodologías que existen, se ha utilizado la primera, puesto que es sencilla, práctica, de fácil aplicación y puede ser efectiva en proyectos de investigación de acción; que hace uso de una matriz de impactos y por medio de esta se observa que grado de positividad o negatividad existe para cada una de las áreas. Esta metodología consta de los siguientes pasos:

1. Determinar las áreas o ámbitos para analizar los siguientes impactos:
  - Impacto Educativo.
  - Impacto Social.
  - Impacto Cultural.
  - Impacto Económico.
  - Impacto General.
  - Impacto Turístico.
2. Seleccionar los niveles de impactos numéricamente de acuerdo a la siguiente tabla:

**Tabla N° 21 Niveles de Impacto**

VALOR NUMÉRICO	NIVEL DE IMPACTO
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Elaborado por: Mayra Valenzuela- Doris Garcés, 2017

3. En cada aspecto se elabora una matriz, en la cual su parte horizontal se ubican los niveles de impactos y en la parte vertical se redacta una lista con distintos indicadores para cada aspecto.
4. A cada indicador se asigna un valor numérico del nivel de impacto, estos pueden ser en rangos positivos o negativos.
5. Se realiza una sumatoria de los niveles de impactos para cada matriz y se divide el valor para el número total de indicadores, obteniendo de esta manera el impacto promedio de esta área o ámbito.
6. Cada matriz debe poseer su respectivo análisis y argumento del porque se le asignó el valor correspondiente a cada indicador.

A continuación, se detallan las matrices con cada uno de los ámbitos e indicadores

## 4.2. Impactos

### 4.2.1. Impacto Educativo

Tabla N° 22 Matriz Impacto Educativo

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Destrezas actitudinales							x
Destrezas procedimentales							x
Charlas y conferencias					x		
Demostración de las preparaciones							x
<b>TOTAL</b>					1		9
<b>SUMATORIA TOTAL</b>			1 + 9 = 10				

$$\text{Nivel de impacto educativo} = \sum / \text{NÚMERO DE INDICADORES}$$

$$\text{Nivel de impacto educativo} = 10/4$$

$$\text{Nivel de impacto educativo} = 2,5$$

$$\text{Nivel de impacto educativo} = 3$$

$$\text{Nivel del impacto educativo} = \text{ALTO POSITIVO}$$

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

### Análisis de impacto educativo

En cuanto al nivel de las destrezas actitudinales se lo considera con un nivel de impacto alto positivo ya que para poder dialogar con los turistas y público se debe considerar la mejor actitud personal necesariamente de aquella o aquellas personas que tendrán contacto con el cliente y así también manejar cualquier situación que se presenten o preguntas que llegasen a tener.

Ahora bien, la destreza procedimental está considerada en un nivel de impacto educativo alto positivo, es importante que las personas que van a tener relación con los clientes sabrán con claridad los procedimientos de cada alimento que se brindará al público presente para su fácil captación y recopilación de datos.

Aquí también se toma en cuenta la fácil demostración y preparación de los alimentos que serán brindados al cliente, este también forma parte de los niveles altos positivos en el impacto educativo. La demostración debe ser lo más clara, precisa y concisa.

En cuestión de las charlas y conferencias esta con un nivel de impacto bajo positivo, si bien es cierto son educativas y necesarias en algunas ocasiones, pero la temática de la ruta gastronómica es hacerla más dinámica y que llame la atención del turista para que así pueda recomendarla con futuros clientes.

#### 4.2.2. Impacto Social.

**Tabla N° 23** Matriz Impacto Social

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Relación con la comunidad						x	
Empleo							x
Nivel Organizativo							x
Trabajo en equipo						x	
Costumbres							x
Higiene							x
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>12</b>
<b>SUMATORIA TOTAL</b>			<b>4 + 12 = 16</b>				

$$\text{Nivel de impacto educativo} = \sum / \text{NÚMERO DE INDICADORES}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = 16/6$$

$$\text{Nivel de impacto social} = 2,6$$

$$\text{Nivel de impacto social} = 3$$

**Nivel del impacto social = ALTO POSITIVO**

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

#### Análisis de impacto social

En este aspecto el proyecto es un mentalizado de la relación con la comunidad, porque ha logrado unir a personas dueñas de los locales con el fin de la superación de ellos mismos y de levantar a la parroquia de Caranqui, es por esto que el indicador lleva un nivel de impacto alto positivo.

El proyecto pretende incidir directamente en la generación de empleo y fomentar la igualdad de género en cuestiones laborales por lo que esperamos que haya un alto impacto en este sentido.

Se considera que el indicador del nivel organizativo lleva un nivel de impacto alto positivo puesto que con la ayuda y colaboración de las personas dueñas y administradoras de los locales comerciales se llegó a un acuerdo en que se jerarquiza de acuerdo al diseño de la ruta gastronómica para que los turistas lleguen a sus locales donde los recibirán abiertamente para su respectiva explicación y demostración.

El trabajo en Equipo tiene por finalidad redescubrir la importancia de la comunicación y ayuda mutua en la búsqueda de soluciones de los problemas derivados o en cuestión de nuevas ideas que aporten al proyecto, se espera alcanzar un alto nivel positivo.

Las costumbres, llevan un nivel de impacto alto positivo al igual que la Higiene, los dos últimos indicadores se los toma en cuenta más como un impacto cultural que afecta a lo social también, puesto que es necesario para el buen manejo de los alimentos como es la higiene y las costumbres que son tomadas en cuenta para saber qué es lo característico en la parroquia.

### 4.2.3. Impacto Cultural

**Tabla N° 24** Matriz Impacto Cultural

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Costumbres							x
Convivencia antigua							x
Familia							x
Puntualidad							x
<b>TOTAL</b>							12
<b>SUMATORIA TOTAL</b>				0 + 12	= 12		

$$\text{Nivel de impacto educativo} = \sum / \text{NÚMERO DE INDICADORES}$$

$$\text{Nivel de impacto social} = 12/4$$

$$\text{Nivel de impacto social} = 3$$

**Nivel del impacto social = ALTO POSITIVO**

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

#### **Análisis de impacto cultural:**

El valor cultural es importante y necesario porque permite conservar las costumbres y tradiciones de un pueblo en este caso la parroquia de Caranqui, ya que se da a conocer por medio de una ruta turística las tradiciones y costumbres y prácticas antiguas de cocción de un producto promoviendo, así generar en las nuevas generaciones un conocimiento y logrando que se introduzcan más en este proyecto que beneficiara a la Parroquia a los moradores y por ende a la economía del mismo.

La ponderación de este impacto es alto positivo lo que permite que este proyecto ayuda y motiva de una buena manera a las autoridades del sector motivando a que este proyecto se pueda poner en marcha, dando a conocer todos los detalles y beneficios que posee.

- Durante el pasar de los años las costumbres y tradiciones autóctonas del sector se ha ido perdiendo por parte de las nuevas generaciones que existen a través de los años, es por ello importante que en cada una de las familias se conserven las tradiciones y las maneras autóctonas de como preparaban los platillos más representativos que es este caso es de la parroquia de Caranqui, y así lograr que estas tradiciones no se pierdan con el pasar de los años.
- Mediante la colaboración de las autoridades y moradores del sector se logrará que este proyecto se ponga en marcha, donde los turistas nacionales y extranjeros den a conocer de una manera como publicidad permitiendo la difusión de esta ruta que se ira posesionando en la ciudad, beneficiando así al sector tanto económico, turístico y gastronómico.

#### 4.2.4 Impacto Económico

**Tabla N° 25** Matriz Impacto Económico

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Ingresos para la población							X
Generación de microempresas							X
Reactivación del aparato productivo							X
Inversiones publicas						x	
<b>TOTAL</b>						2	9
<b>SUMATORIA TOTAL</b>						2 + 9 = 11	

$$\text{Nivel de impacto educativo} = \sum / \text{NÚMERO DE INDICADORES}$$

Nivel de impacto económico = 11/4

Nivel de impacto económico = 2,8

Nivel de impacto económico = 3

**Nivel del impacto social = ALTO POSITIVO**

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

#### **Análisis de Impacto Económico:**

Lo proyectos que se desarrollan en el área gastronómica, turística y hotelera, demandará de presupuestos, los cuales serán financiados en gran medida por los gobiernos seccionales, empresas privadas.

De acuerdo a la ejecución de esta propuesta se generará recursos económicos para toda la población involucrada en la misma, en la medida en que se plantee y ejecuten proyectos que beneficien al área productiva micro empresarial.

Se considera que esta propuesta de alguna manera, también reactivara el sector productivo, porque la creación de micro empresas es una estrategia que permitirá cumplir con este objetivo. Mediante las inversiones públicas y el mantenimiento correcto de los sitios públicos que se encuentran alrededor del sector hace que tenga más realce y ayude de diferentes maneras a la economía y crecimiento de la zona, incentivando el turismo y la gastronomía donde se vea reflejado la aceptación satisfacción del turista.

#### 4.2.5 Impacto Turístico

**Tabla N° 26** Matriz Impacto Turístico

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Promoción turística							X
Calidad en atención al cliente							X
Nuevos servicios o productos					X		
Diseños de rutas					X		
Flujo turístico						X	
<b>TOTAL</b>					2	4	6
<b>SUMATORIA TOTAL</b>					2 + 4 + 6 = 12		

$$\text{Nivel de impacto educativo} = \sum / \text{NÚMERO DE INDICADORES}$$

$$\text{Nivel de impacto turístico} = 12/4$$

$$\text{Nivel de impacto turístico} = 3$$

$$\text{Nivel de impacto turístico} = 3$$

**Nivel del impacto social = ALTO POSITIVO**

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

#### **Análisis de Impacto Turístico:**

La promoción turística ayuda de diferentes maneras a fomentar e incentivar en turismo en una zona estratégica a beneficio de los pobladores para ello hay que busca la forma más adecuada para tener resultados excelentes.

La atención al cliente en nuestro país cada vez va mejorando, pero no en su totalidad es por ello que se ha tomado en cuenta ya que es de mucha importancia porque permite la satisfacción del cliente, para obtener mejores beneficios hacia el establecimiento.

Si, el servicio y el producto es de calidad no es necesario incrementar más productos al mercado si se puede dar un manejo adecuado de los ya existentes, implementando estrategias eficientes.

Al crear un diseño de ruta se da a conocer la cultura gastronómica y turística de la Parroquia de Caranqui, recorriendo cada una de sus establecimientos más representativos de la zona revalorizando la riqueza en diversos recursos.

El flujo turístico tiene un elevado impacto positivo, debido a que el turista tendrá más afluencia de visitar Caranqui ya que podrá degustar de diferentes platos típicos de la zona.

#### 4.2.6 Impacto General

Tabla N° 27 Matriz Impacto General

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Social							X
Cultural							X
Económico					X		
Turístico					X		
Educativo						X	
General							
Ambiental							
<b>TOTAL</b>					2	4	6
<b>SUMATORIA TOTAL</b>					2+ 4 + 6 = 12		

**Nivel de impacto educativo =  $\sum$  / NÚMERO DE INDICADORES**

Nivel de impacto económico = 12/4

Nivel de impacto económico = 3

Nivel de impacto económico = 3

**Nivel del impacto social = ALTO POSITIVO**

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

#### Análisis impacto general:

El impacto general del proyecto ha arrojado una ponderación de alto positivo (3), lo que genera buenas expectativas en lo referente a los indicadores planteados anteriormente, esto permitirá un crecimiento en el área turístico y gastronómico de la zona beneficiando a los dueños de cada uno de los establecimientos dándola a conocer por la variedad de platillos gastronómico.

En lo referente al ámbito educativo es importante contribuir con los estudiantes acerca de la realización de este proyecto que permita la distribución a las diferentes universidades, colegios, turistas y público en general que tengan accesibilidad a toda la información de este proyecto.

Socialmente es importante que la Parroquia de Caranqui tenga conocimiento de la variedad de alimentos tradicionales que hace que propios y extraños recurran frecuentemente a la zona

promoviendo así el turismo y la actividad económica social del sector, también recae en el ámbito cultural ya que uno como ciudadano toma conciencia acerca de la historia que existe detrás de cada uno de las preparaciones y productos que se venden en la zona.

En cuanto al impacto económico se espera mayor comercio en la zona donde se encuentra diseñada la ruta propuesta generando de esta manera ventas considerables que ayuden a mejorar la calidad de vida de los emprendedores.

Con referencia al impacto ambiental es imprescindible que exista un control adecuado del manejo de residuos orgánicos dentro de los establecimientos gastronómicos con el fin de evitar mayor contaminación y contribuir de alguna manera con el mejoramiento del cuidado ambiental.

#### 4.2.7 Impacto ambiental

**Tabla N° 28** Matriz Impacto Ambiental

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Combinación de métodos tradicionales con innovación					X		
Residuos orgánicos	X						
<b>TOTAL</b>							
<b>SUMATORIA TOTAL</b>							-3 + 1 = -2

$$\text{NIVEL DE IMPACTO TURÍSTICO} = \frac{\sum}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NIVEL IMPACTO TURÍSTICO} = -2/2$$

$$\text{NIVEL IMPACTO TURÍSTICO} = -1$$

$$\text{NIVEL IMPACTO TURÍSTICO} = \text{IMPACTO BAJO NEGATIVO}$$

---

Elaborado por: Mayra Valenzuela - Doris Garcés, 2017

#### **Análisis impacto ambiental:**

El manejo correcto de los residuos orgánicos ayudará de tal forma que la contaminación que se produce continuamente por la falta de concientización por parte de los habitantes del sector sea minutaría de tal forma que no se vea afectada directamente, seleccionando de una

mejor manera la basura que se genera aprovechando de terceros la respectiva utilización y manejo adecuado evitando la producción de Dióxido de carbono.

## CONCLUSIONES

- Como resultado de la Investigación documental y bibliográfica sabemos que Ibarra consta de varias parroquias en la que el presente proyecto se focaliza en la parroquia de Caranqui, esta al igual que las demás parroquias necesita de apoyo para mejorar la economía de la provincia de Imbabura, es por esto que se ha tomado en cuenta los diversos conceptos de turismo, tipos de turismo, desarrollo del mismo.
- La ruta de los Sabores Históricos va enfocada a la gastronomía, se toma en cuenta los conceptos, historia de la gastronomía, identidad gastronómica, gastronomía ecuatoriana, y se puede constatar que el turismo y la gastronomía tienen relación y lazos muy fuertes entre sí, es por eso que se ha realizado el rescate de la gastronomía para la ruta del último inca Atahualpa, por medio del marketing de una ruta gastronómica.
- Según resultados de la investigación estadística presentada mediante la fórmula de la muestra se pudo calcular el número de personas de turistas y de chefs de los restaurantes del sector a las cuales se les realizó las encuestas en el que se puede constatar que no todas las personas conocen sobre la gastronomía de la parroquia de Caranqui en el cual el proyecto se enfocara en el rescate de la misma.
- La parroquia de Caranqui cuenta con una variedad de recursos naturales, culturales, turísticos y gastronómicos que son muy importantes para el crecimiento económico del sector, pero a pesar de ello varias de las personas no logran sacar provecho o no se encuentra capacitados para un desarrollo turístico adecuado en cuanto al servicio, calidad y atención al cliente.
- La mayoría de las personas entrevistadas dueños de los establecimientos más representativos de sector dieron a notar que estarían de acuerdo con un diseño de ruta que ayude al desarrollo de Caranqui tanto económico como turístico, pero para esto se necesita el apoyo y la colaboración de todos los habitantes para promocionar más el lugar, exponer su gastronomía y sus costumbres.

- La parroquia de Caranqui llamada también la cuna de los Incas, se caracteriza por la elaboración de productos gastronómicos como son: el pan de leche y los helados de crema de varios sabores, el inca Atahualpa muere en el año de 1533, y descendía de Huaina Cápac, en la parroquia de Caranqui quedaron vestigios de los Incas como son valiosas pertenencias como: vasijas, oro, etc.; se pudo llegar a conocer que como gastronomía utilizaban el maíz en varias presentaciones siendo este su alimento propio.
- Con la elaboración del recetario gastronómico se puede rescatar la gastronomía de la parroquia de Caranqui, dando a conocer la variedad de platos tradicionales mediante la representación gráfica y escrita, con esto se pretende llegar a las amas de casa y personas interesadas en el mismo.
- El video se focaliza en dar a conocer al público mediante la publicidad en redes sociales, demostrando el turismo, gastronomía y su cultura en un breve video de 30 segundos.

## RECOMENDACIONES

- Debido a que la parroquia de Caranqui carece de una ruta turística, el proyecto se ha puesto en marcha en la realización de la ruta gastronómica en la cual se debería profundizar lo turístico puesto que es fundamental y necesario para la explicación de varios ítems en cuestión de conocimientos ancestrales.
- Es de suma importancia que por medio de la publicación de propagandas por varios medios de comunicación se haga conocer a la parroquia de Caranqui sobretodo en su localización ya que se pudo notar el desconocimiento de la misma por parte de las personas y turistas de la ciudad de Ibarra, como un inicio el proyecto elaboró un recetario y un video publicitario.
- En importante que la población conozca bien los atractivos turísticos gastronómicos que posee, a la vez tener una alianza que comprometa la junta parroquial y el ministerio de turismo trabajar por el bienestar del sector y buscar estrategias para promover e incentivar el turismo ya sea nacional como internacional.
- Es necesario promover el desarrollo integral, la interculturalidad y la revalorización de costumbres que identifique la identidad de los pobladores, que vaya forjando interés en las nuevas generaciones.
- Se deberá llevar a cabo la realización del rescate gastronómico mediante la ayuda de la publicidad de la ruta, alianzas estratégicas con oficinas de agencias de viajes para así atraer a nuevos turistas extranjeros y poder recomendar la ruta gastronómica.

## Bibliografía

- Admin. (10 de 08 de 2010). *Gastronomía del Ecuador* . Recuperado el 17 de 10 de 2015, de <http://cdnodanilo.freeoda.com/blog/?p=63>
- Alfaro, E. (2000). <http://brd.unid.edu.mx/>. Recuperado el 23 de 04 de 2016, de [http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia%20de%20productos%20de%20consumo/bloque06/lecturas%20PDF/2\\_La\\_promocion.pdf?603f00](http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia%20de%20productos%20de%20consumo/bloque06/lecturas%20PDF/2_La_promocion.pdf?603f00)
- Aráuz, M. E. (17 de 03 de 2013). *¿Por qué en Ecuador se está perdiendo la Identidad Cultural Gastronómica?* Recuperado el 2015, de <https://mayritayea.wordpress.com/2013/03/17/por-que-en-ecuador-se-esta-perdiendo-la-identidad-cultural-gastronomica/>
- Aráuz, M. E. (24 de Marzo de 2013). *Nuevas tecnologías al servicio de la sociedad* . Recuperado el 14 de Junio de 2015, de <https://mayritayea.wordpress.com/2013/03/17/por-que-en-ecuador-se-esta-perdiendo-la-identidad-cultural-gastronomica/>
- Avilés, E. (2014). *Enciclopedia del Ecuador*. Recuperado el 12 de 05 de 2016, de <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=368>
- Barber, R. B. (2007). *Estudios y perspectivas en turismo*. Recuperado el 2015, de Estudios y perspectivas en turismo
- BARELA, A. (12 de AGOSTO de 2013). *EL TURISMO Y EL DESARROLLO APLICADO* .
- Barrera, E. (Diciembre de 2009). *Etudes Caribeennes* . Obtenido de <https://etudescaribeennes.revues.org/3828>
- BERMUDEZ, J. (2008). LA GASTRONOMIA. *EL ESPECTADOR* , 4.
- C., B. V. (2010). *ecuadorencifras*. Recuperado el 07 de 07 de 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>
- Cadena., X. M. (2012). *Rescate del turismo gastronómico* . Recuperado el 2015, de 81.198.77.140:8080/bitstream/123456789/174/1/030 RESCATE DEL TURISMO GASTRONÓMICO ANCESTRAL, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE COMIDA TIPICA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI - BOLAÑOS, XIMENA.pdf
- Castro, R. Q. (2000). *Elementos del turismo*. Costa Rica: Universidad estatal a distancia San Jose.
- Castro, R. Q. (2000). *Elementos del Turismo* . Costa Rica : Universidad Estatal a Distancia San Jose, Costa Rica .

- Chan. (2009). *Ruta Turística*. Obtenido de [http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR\\_cuerpo.pdf](http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR_cuerpo.pdf)
- Costes, D. (2010). *uaemex.mx*. Recuperado el 22 de 04 de 2016, de [http://www.uaemex.mx/Culinaria/tres\\_ne/articulo\\_04.pdf](http://www.uaemex.mx/Culinaria/tres_ne/articulo_04.pdf)
- Curiel, J. d. (2000). *Turismo Gastronomico y Enologico*. Madrid: Dykinoson.
- Davies . (2000). <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/6115/3518>.
- Días, J. (2014). *identida gastomomica*. Obtenido de [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com)
- Díaz. (2008).
- Edufuturo. (07 de 01 de 2012). *www.edufuturo.com*. Recuperado el 13 de Junio de 2015, de <http://www.edufuturo.com>
- Espino, D. Y. (s.f.). *monografias.com*. Recuperado el 24 de abril de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos68/cultura-turismo-binomio-pos-desarrollo/cultura-turismo-binomio-pos-desarrollo.shtml>
- Espinoza, M. (17 de 03 de 2013). *mayritayea.wordpress.com*. Recuperado el 01 de 05 de 2016, de <https://mayritayea.wordpress.com/2013/03/17/por-que-en-ecuador-se-esta-perdiendo-la-identidad-cultural-gastronomica/>
- GAD IBARRA. (2007). *Tour Ibarra*. Obtenido de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/caranqui>
- Jojón, I. (2014). *ESTUDIO GASTRONÓMICO DE LA PROVINCIA DE*. Quito .
- Lemus Pivaral, s. (1994). *Gastronomía Tradicional* . Guatemala .
- Miller, P. (2014). Gualaceo por un turismo sostenible y responsable . *Cuenca Ilustre* , 13.
- Molesko. (24 de 10 de 2011). *gastronomia y turismo* . Recuperado el 18 de 10 de 2015, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Relaci%C3%B3n-Entre-Gastronom%C3%ADa-y-Turismo/2971949.html>
- Molesko. (2011). *Relación Entre Gastronomía y Turismo*. Recuperado el 2015, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Relaci%C3%B3n-Entre-Gastronom%C3%ADa-y-Turismo/2971949.html>
- Montesdeoca, E. (29 de NOVIEMBRE de 2012). TIPOS DE TURISMO. *Popular*, 19.
- Naranjo, M., Davalos, M., Batallas, B., Granja, J., Velarde, E. R., & Beltran, G. (2013). *epositorio.cedia.org.ec*. Recuperado el 12 de 05 de 2016, de <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/848/1/Perfil%20territorial%20IBARRA.pdf>

- Neuman, S. (23 de abril de 2011). *Historia y Evolución de la Gastronomía*. Recuperado el 17 de 10 de 2015, de <http://es.scribd.com/doc/53667740/Historia-y-Evolucion-de-la-Gastronomia#scribd>
- Norte, E. (07 de Enero de 2012). *Las Delicias de Caranqui*. Obtenido de <http://www.elnorte.ec/ibarra/cronica-urbana/15140-las-delicias-de-caranqui.html>
- Padilla, Ó. D. (1911). *El Turismo* .
- Red, C. (08 de 07 de 2012). *redcomunis*. Obtenido de <http://redcomunis2012.blogspot.com/2012/07/los-helados-de-crema-y-pan-de-leche.html>
- Ruiz Ballesteros, E., & Solis Carrión, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: Ediciones Abya - Yala.
- S.L, L. (2004). *Ecuador: Un país megadiverso, una rica flora y fauna* . Recuperado el 2015, de [http://www.logitravel.com/guias-de-viajes/gastronomia-ecuador-190\\_2.html](http://www.logitravel.com/guias-de-viajes/gastronomia-ecuador-190_2.html)
- Sánchez, D. J. (2010). *Cocina Ecuatoriana*. Recuperado el 2015, de [http://www.ecuaworld.com.ec/cocina\\_ecuatoriana.htm](http://www.ecuaworld.com.ec/cocina_ecuatoriana.htm)
- Tamara, M. (2 de 05 de 2007). *Entrepreneur*. Recuperado el 24 de 04 de 2016, de [www.entrepreneur.com7article/179084](http://www.entrepreneur.com7article/179084)
- Tice, C. (27 de 03 de 20012). *Entrepreneur*. Recuperado el 24 de 04 de 2016, de [www.entrepreneur.com/blog/223217](http://www.entrepreneur.com/blog/223217)
- Torre, Ó. D. (1992). *El Turismo* . méxico .
- Wilson. (08 de 03 de 2012). *Imchef*. Recuperado el 17 de 10 de 2015, de <http://www.imchef.org/historia-de-la-cocina-un-buen-resumen/>
- Zarco, C. (30 de 10 de 2013). *DEFINICIÓN DE LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA*. Recuperado el 17 de 10 de 2015, de <https://prezi.com/srivdebp6bkd/definicion-de-la-identidad-gastronomica-el-impacto-del-medi/>

## Anexos

Anexo 1: Plan de trabajo de grado



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**SEDE – IBARRA**  
**(PUCESI)**

**Escuela de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras (Gesturh)**

### **Plan de Investigación**

**Tema:**

RESCATE DE LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA DE CARANQUI PARA LA RUTA DEL ÚLTIMO INCA ATAHUALPA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

Previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Gastronómicas

Línea de Investigación

**AUTORES:** Mayra Alejandra Valenzuela

Doris Garcés

Ibarra – Junio – 2016

**1.- Tema:**

“RESCATE DE LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA DE CARANQUI PARA LA RUTA DEL ÚLTIMO INCA ATAHUALPA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”.

## 2.- Contextualización:

En la actualidad nuestras costumbres de alimentación han cambiado y por ende se ha dejado de lado la identidad de nuestra gastronomía puesto que no sabemos de dónde se obtiene algunos de los productos autóctonos de varios lugares en el Ecuador como es el de la parroquia de Caranqui, donde se ofrece una gastronomía no tan extensa pero deliciosa y muy identificativa a la cual muchos turistas y habitantes de la ciudad de Ibarra acuden por su buen sabor.

Los jóvenes de hoy en día no tiene conciencia de donde provienen los alimentos y como se los elabora, no saben el trabajo que cuesta hacer un producto de estos como es el elaborar un pan de leche o un helado de crema, y también existe otro factor que es el de la tecnología, las personas que elaboran estos deliciosos postres en la parroquia de Caranqui son personas de la tercera edad los que pronto se irán y probablemente sus recetas se extingan junto a ellos, estas personas no tienen el conocimiento de utilizar la tecnología puesto q la mayoría lo hacen a mano y no se acostumbran a utilizar un horno combi que les facilitaría al horneado de un buen pan o de una batidora moderna y grande para los helados de crema y esto evita a que se pueda incluir o innovar recetas.

Las principales causas del problema antes mencionados son las siguientes:

-Poca comunicación de la identidad gastronómica de generación en generación, la nueva tendencia en el sector gastronómico hace que las cocinas ancestrales vayan perdiendo su esencia al momento de prepararlas y presentarlas, logrando una degeneración de la identidad gastronómica y la falta de comunicación y conocimiento a las futuras generaciones, dejando un desconocimiento total de los productos autóctonos y su forma de prepararlos

-A culturalización gastronómica, el remplazo de nuevas culturas en la gastronomía típica de nuestros pueblos, hace que futuras generaciones desconozcan nuestra identidad cultural, y lleven una cultura que no son propios de ellos perdiendo sus raíces y costumbres de donde provienen, es por ello que debemos rescatar y revalorizar nuestra comida típica y sentirnos orgullosos de nuestras raíces culinarias y rescatar nuestra cultura gastronómica.

-Poca innovación con productos tradicionales, la falta de capacitación en las personas y el interés de innovar un plato sin perder sus costumbres y la forma de preparar hace que sean pocos visionarios con muchos temores para emprender dejando a tras nuevas técnicas y productos gastronómicos que podrán servir para una mejor acogida de nuestros productos.

Los efectos principales que se dan de no solucionarse el problema antes mencionado entre otros son los siguientes:

-Pérdida de cultura y tradición, el remplazo de nuevos productos y el desconocimiento de nuestras raíces hace que con el pasar del tiempo se vayan perdiendo, debido a las nuevas tendencias que en la actualidad vivimos y dejamos a un lado nuestras raíces propias y vamos perdiendo nuestra esencia y nuestro producto autóctono.

-Nuevas generaciones no se empoderan con sus raíces, las generaciones actuales de nuestra ciudad van de acuerdo las nuevas cosas que sacan en el mercado, dejando a un lado sus raíces y así desvalorizando sus costumbres y tradiciones dando más énfasis en lo actual, es por ello que la falta de identidad cultural y gastronómica se ha ido degenerando debido a la tecnología que hoy en día está de moda logrando así la falta de comunicación de los padres para con sus hijos.

-Se pierde un potencial turístico, debido los efectos mencionados anteriormente el potencial turístico es uno que se va perdiendo debido al poco interés que ponen las personas debido a las nuevas generaciones que no se interesan de las raíces propias que poseen ellos y hacen que se vayan desvalorizando y lleve esto de generación en generación.

### **3.- Justificación:**

Una de las tradiciones gastronómicas de la parroquia Caranqui del cantón Ibarra, es la elaboración del pan de leche y los helados de crema, desde hace 15 años se prepara el pan de leche que cuesta 60 centavos. “Caranqui es el lugar tradicional donde la gente puede encontrar el verdadero pan de leche elaborado por nuestras manos. El pan de leche lo hacemos desde hace muchos años atrás de familia en familia. En el parque central de Caranqui se puede encontrar este delicioso pan de leche y los helados de crema hace 38 años. “Recibimos decenas de visitantes a nuestro local, gracias a la gente que viene a hacer turismo a Caranqui y también porque el negocio está junto a la iglesia del Señor del Amor”, dijo Bedón. (Edufuturo, 2012) La investigación a desarrollarse tiene beneficios directos e indirectos entre los primeros a continuación se explica y argumenta por qué lo son:

- Los beneficiarios directos del presente proyecto serán en primer lugar los turistas quienes serán los que exploren las costumbres gastronómicas de la parroquia de Caranqui y conocer más a fondo de la cultura que pretenden dar a conocer a los turistas, ya que no solo determina, en muchas ocasiones, la manera de alimentarse de una sociedad sino que, durante la preparación de ciertos platos culinarios, también se puede conocer la manera de desenvolverse y de relacionarse entre las personas de la comunidad.
- Las organizaciones comunitarias podrán obtener un recetario donde consten los ingredientes y la forma correcta de preparar los alimentos, mediante una forma tradicional y autentica con productos propios de la zona logrando así una información amplia y necesaria para la creación de nuevas recetas.
- Los restaurantes tendrán una amplia oferta gastronómica donde les permita conocer a sus comensales una nueva manera de preparar las recetas con productos propios de la zona, logrando así el aumento de comensales en los restaurantes.
- Hogares, tanto hombres como mujeres tendrán un aspecto más amplio de menús para cocinar ya que contarán con un nuevo recetario donde se detalle un sin número de preparaciones donde sus realces al momento de prepararlos son con productos naturales y propios de la zona.

#### **4.- Objetivo general:**

Rescatar la identidad gastronómica de la ciudad de Ibarra parroquia de Caranqui la “Ruta del último Inca Atahualpa” del cantón Ibarra de la para un fortalecimiento del Turismo.

#### **Objetivos Específicos**

- Determinar las concepciones teóricas y técnicas referidas a la identidad y gastronomía de Caranqui y sus relaciones con las rutas turísticas mediante un marco teórico.
- Realizar un diagnóstico técnico que permite conocer los productos gastronómicos de Caranqui y su potencial rescate e innovación para integrarlos al turismo.
- Elaborar un recetario innovador con productos de Caranqui como elemento de promoción turística y rescate de la identidad.
- Diseñar estrategias de promoción del recetario innovador y para fomentar el turismo en Caranqui.
- Analizar prospectivamente los impactos que el rescate de la identidad gastronómica en Caranqui, genere en los ámbitos sociales, culturales, educativos, turísticos y económicos.

#### **5. Descripción del proyecto**

El presente proyecto de investigación que está enmarcado en el paradigma cualitativo pretende dar respuesta o solución a lo expresado a la contextualización de problema; y al ser una investigación aplicada no se requiere como eje investigativo de hipótesis; los cursores investigativos serán los objetivos específicos planteados en el ítem anterior. Se ha considerado como descripción de proyecto el siguiente índice general de contenidos de cada uno de los capítulos que se estructurara, los mismos que son producto de cada uno de los objetivos específicos:

##### **Capítulo I Marco teórico**

- 1.1.El turismo
- 1.2. Gastronomía
- 1.3. Relación entre gastronomía y gastronomía
- 1.4. Rescate de la identidad gastronómica
- 1.5. Rutas turísticas
- 1.6. Recetario gastronómico
- 1.7. Promoción gastronómica
- 1.8. Gastronomía de la parroquia de Caranqui
- 1.9. Cantón Ibarra

## Capitulo II Diagnostico

- 2.1 Antecedentes diagnósticos
- 2.2 Objetivos diagnósticos
- 2.3 Variables diagnosticas
- 2.4 Indicadores
- 2.5 Matriz de relación
- 2.6 Mecánica operativa
- 2.7 Tabulación y análisis de la información
- 2.8 FODA
- 2.9 Estrategias FA, FO, DO, DA
- 2.10 Determinación del problema diagnostico

## Capitulo III Recetario Innovador

- 3.1 Receta estándar (preparación N° 1)
- 3.2 Receta estándar (preparación N° 2)
- 3.3 Receta estándar (preparación N° 3)
- 3.4 Receta estándar (preparación N° 4)
- 3.5 Receta estándar (preparación N° 5)
- 3.6 Receta estándar (preparación N° 6)

## Capitulo IV Estrategia de Promoción

- 4.1 Tríptico
- 4.2 Página web
- 4.3 Degustaciones
- 4.4 Banner
- 4.5 Suvenir

## Capítulo V Análisis de Impactos

- 5.1 Impacto social
- 5.2 Impacto cultural
- 5.3 Impacto educativo
- 5.4 Impacto turístico
- 5.6 Impacto económico
- 5.7 Impacto global

## **6. Organización metodológica**

La presente investigación aplicada tiene el rigor científico que demanda un trabajo de grado para la obtención de título de ingeniera, por lo tanto es imprescindible el uso de métodos, técnicas e instrumentos de investigación científica, los mismos que a continuación se explica el a quien, como, donde y cuando se aplica.

### **6.1. MÉTODOS**

#### **6.1.1 Inductivo**

Este método permitirá analizar una serie de hechos y acontecimientos de carácter particular el cual ayudará al conocimiento de las diferentes culturas e identidades gastronómicas para llegar a generalidades que sirvan como referente en la investigación; permitirá básicamente, en el marco teórico, fundamentar la propuesta sobre la base de una serie de aspectos como el conocimiento de la identidad gastronómica.

#### **6.1.2 Deductivo**

Este método nos ayudara a partir de modelos, teorías y hechos generales para llegar a particularizarlos o especificarlos en los aspectos, propuestas estrategias y elementos particulares constitutivos de esta investigación.

#### **6.1.3 Analítico sintético**

Este método será de mucha importancia en esta investigación, que nos proveerá de una serie de informaciones y datos reales de investigación, sintetizada en forma de redacción. Además, se utilizara: cuadros, gráficos como estrategia de síntesis de información que permitirán, a su vez, sentar las bases y la fundamentación teórica.

### **6.2 TÉCNICAS**

#### **6.2.1 Encuestas**

Serán diseñadas una serie de encuestas, las cuales una vez aplicadas a la ciudad de Ibarra, podremos obtener un cierto número de ellos como un eje fundamental para el resultado requerido en cuanto a la aceptación de los productos mencionados anteriormente, serán rediseñadas y aplicadas definitivamente para captar la información, tabularla, graficarla y analizarla.

#### **6.2.2 Entrevistas**

En el desarrollo de la totalidad de la investigación permanente se aplican entrevistas estructuradas y no estructuradas para captar la información acerca de la definición y rescate de la identidad gastronómica de la parroquia de Caranqui, mediante el conocimiento y practica de

personas relacionados con la investigación, opiniones, criterios, orientaciones y consejos que serán tomados en cuenta en el marco teórico, diagnóstico, propuesta y socialización

### **6.2.3 Observaciones**

Esta técnica permitirá presentar atención detalladamente a los individuos o acontecimientos en el lugar propios de sus existencias o convivir, de tal forma de no perder el contexto o de interrumpir los acontecimientos cotidianos a observarse; además se apreciará aspectos y documentos inminentemente técnicos que serán los referentes de motivo central de la investigación.

### **6.2.4 Documental**

Es una técnica que nos permitirá dar a conocer nuestra investigación de una forma más detallada y minuciosa donde contará todo lo referente a los hechos e investigaciones que presentamos, mediante un documental que nos abalará para la presentación del mismo.

### **6.2.5 Experimento**

Un experimento en el sector gastronómico es una nueva tendencia en el mercado que nos permite fusionar colores sabores y texturas para obtener un producto de una diferente manera, y poder dar a conocer mediante nuevas técnicas e investigaciones detalladas que nos permitirá obtener un producto final.

### **6.2.6 Instrumentos**

Los diferentes instrumentos y técnicas que presentamos anteriormente son importantes y de tal importancia para nuestra investigación que nos permite obtener una investigación más detallada y completa.

## 7. Cronograma

ACTIVIDADES/TIEMPO /SEMANAS	1				2				3				4				5				6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>1 Marco teorico</b>																								
1.1 adquisicion bibliografica	X	X																						
1.2 analisis de la informacion		X	X																					
1.3 construccion del marco teorico		X	X																					
<b>2. Diagnostico</b>																								
2.1 diseño de instrumentos				X																				
2.2 aplicación de instrumentos					X	X																		
2.3 tabular la informacion						X																		
2.4 analisis de la informacion							X	X																
<b>3. Recetario innovador</b>																								
3.1 investigacion de productos									X	X														
3.2 experimentacion de recetas										X	X	X												
3.3 elaboracion de recetas estandar													X	X										
<b>4. Estrategias de promocion</b>																								
4.1 diseño de estrategias														X										
4.2 construccion de estrategia															X									
4.3 feria gastronomica																X	X							
<b>5. Analisis de los impactos</b>																								
5.1 impacto social y cultural																		X						
5.2 impacto educativo y turistico																			X					
5.3 impacto economico general																				X				
<b>6. conclusiones</b>																							X	
<b>7. Recomendaciones</b>																							X	
<b>8. Presentacion de informe final</b>																								X

## 8. Recursos y Presupuestos

Para el desarrollo de este proyecto se de investigación se empleará los siguientes recursos:

### 8.1 Recursos Humanos

<b>Diseñador grafico</b>	<b>\$100.00</b>
<b>Dirigentes de comunidades</b>	<b>-</b>
<b>Asesor</b>	<b>-</b>
<b>Técnicos municipio de Imbabura</b>	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$100.00</b>

### 8.2 Recursos materiales

<b>Papel</b>	<b>\$30</b>
<b>Fotocopias</b>	<b>\$20</b>
<b>Fotografías</b>	<b>\$50</b>
<b>Empastados</b>	<b>\$50</b>
<b>CDS</b>	<b>\$10</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>\$100</b>
<b>Computadores</b>	<b>\$150</b>
<b>GPS</b>	<b>\$50</b>
<b>Materia prima gastronómica</b>	<b>\$300</b>
<b>Impresiones</b>	<b>\$50</b>
<b>Material promocional</b>	<b>\$100</b>
<b>Recursos usuales</b>	<b>\$20</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$1030.00</b>

### 8.3 otros

<b>Transporte</b>	<b>\$50</b>
<b>Alimentación</b>	<b>\$100</b>
<b>Internet</b>	<b>\$50</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$200</b>

SUMA: 100\$+1030\$+200\$	1310.00
+ 10% Imprevistos	131.00
<b>TOTAL:</b>	<b>1441.00</b>

### 9. Financiamiento

Todos los gastos que demanda el proyecto, es decir los 1441.00 dólares, corrieron a cargo del investigador; sin embargo en el marco del convenio específico que se firmara con el municipio de Ibarra se tratara de que esta institución financie todo los gastos que demande los componentes de promoción y materia prima gastronómica.

## 10. Fuentes de Información

- Admin. (10 de 08 de 2010). *Gastronomía del Ecuador* . Recuperado el 17 de 10 de 2015, de <http://cdnodanilo.freeoda.com/blog/?p=63>
- Alfaro, E. (2000). <http://brd.unid.edu.mx/>. Recuperado el 23 de 04 de 2016, de [http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia%20de%20productos%20de%20consumo/bloque06/lecturas%20PDF/2\\_La\\_promocion.pdf?603f00](http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia%20de%20productos%20de%20consumo/bloque06/lecturas%20PDF/2_La_promocion.pdf?603f00)
- Aráuz, M. E. (17 de 03 de 2013). *¿Por qué en Ecuador se está perdiendo la Identidad Cultural Gastronómica?* Recuperado el 2015, de <https://mayritayea.wordpress.com/2013/03/17/por-que-en-ecuador-se-esta-perdiendo-la-identidad-cultural-gastronomica/>
- Aráuz, M. E. (24 de Marzo de 2013). *Nuevas tecnologías al servicio de la sociedad* . Recuperado el 14 de Junio de 2015, de <https://mayritayea.wordpress.com/2013/03/17/por-que-en-ecuador-se-esta-perdiendo-la-identidad-cultural-gastronomica/>
- Avilés, E. (2014). *Enciclopedia del Ecuador*. Recuperado el 12 de 05 de 2016, de <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=368>
- Barber, R. B. (2007). *Estudios y perspectivas en turismo*. Recuperado el 2015, de Estudios y perspectivas en turismo
- BARELA, A. (12 de AGOSTO de 2013). *EL TURISMO Y EL DESARROLLO APLICADO* .
- Barrera, E. (Diciembre de 2009). *Etudes Caribeennes* . Obtenido de <https://etudescaribeennes.revues.org/3828>
- BERMUDEZ, J. (2008). LA GASTRONOMIA. *EL ESPECTADOR* , 4.
- C., B. V. (2010). *ecuadorencifras*. Recuperado el 07 de 07 de 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>
- Cadena., X. M. (2012). *Rescate del turismo gastronómico* . Recuperado el 2015, de 81.198.77.140:8080/bitstream/123456789/174/1/030 RESCATE DEL TURISMO GASTRONÓMICO ANCESTRAL, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE COMIDA TIPICA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI - BOLAÑOS, XIMENA.pdf
- Castro, R. Q. (2000). *Elementos del turismo*. Costa Rica: Universidad estatal a distancia San Jose.
- Castro, R. Q. (2000). *Elementos del Turismo* . Costa Rica : Universidad Estatal a Distancia San Jose, Costa Rica .
- Chan. (2009). *Ruta Turistica*. Obtenido de [http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR\\_cuerpo.pdf](http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR_cuerpo.pdf)

- Costes, D. (2010). *uaemex.mx*. Recuperado el 22 de 04 de 2016, de [http://www.uaemex.mx/Culinaria/tres\\_ne/articulo\\_04.pdf](http://www.uaemex.mx/Culinaria/tres_ne/articulo_04.pdf)
- Curiel, J. d. (2000). *Turismo Gastronomico y Enologico*. Madrid: Dykinoson.
- Davies . (2000). <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/6115/3518>.
- Días, J. (2014). *identida gastomomica*. Obtenido de [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com)
- Diaz. (2008).
- Edufuturo. (07 de 01 de 2012). *www.edufuturo.com*. Recuperado el 13 de Junio de 2015, de <http://www.edufuturo.com>
- Espino, D. Y. (s.f.). *monografias.com*. Recuperado el 24 de abril de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos68/cultura-turismo-binomio-pos-desarrollo/cultura-turismo-binomio-pos-desarrollo.shtml>
- Espinoza, M. (17 de 03 de 2013). *mayritayea.wordpress.com*. Recuperado el 01 de 05 de 2016, de <https://mayritayea.wordpress.com/2013/03/17/por-que-en-ecuador-se-esta-perdiendo-la-identidad-cultural-gastronomica/>
- GAD IBARRA. (2007). *Tour Ibarra*. Obtenido de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/caranqui>
- Jojón, I. (2014). *ESTUDIO GASTRONÓMICO DE LA PROVINCIA DE*. Quito .
- Lemus Pivaral, s. (1994). *Gastronomía Tradicional* . Guatemala .
- Miller, P. (2014). Gualaceo por un turismo sostenible y responsable . *Cuenca Ilustre* , 13.
- Molesko. (24 de 10 de 2011). *gastronomia y turismo* . Recuperado el 18 de 10 de 2015, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Relaci%C3%B3n-Entre-Gastronom%C3%ADa-y-Turismo/2971949.html>
- Molesko. (2011). *Relación Entre Gastronomía y Turismo*. Recuperado el 2015, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Relaci%C3%B3n-Entre-Gastronom%C3%ADa-y-Turismo/2971949.html>
- Montesdeoca, E. (29 de NOVIEMBRE de 2012). TIPOS DE TURISMO. *Popular*, 19.
- Naranjo, M., Davalos, M., Batallas, B., Granja, J., Velarde, E. R., & Beltran, G. (2013). *epositorio.cedia.org.ec*. Recuperado el 12 de 05 de 2016, de <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/848/1/Perfil%20territorial%20IBARRA.pdf>
- Neuman, S. (23 de abril de 2011). *Historia y Evolución de la Gastronomía*. Recuperado el 17 de 10 de 2015, de <http://es.scribd.com/doc/53667740/Historia-y-Evolucion-de-la-Gastronomia#scribd>
- Norte, E. (07 de Enero de 2012). *Las Delicias de Caranqui*. Obtenido de <http://www.elnorte.ec/ibarra/cronica-urbana/15140-las-delicias-de-caranqui.html>
- Padilla, Ó. D. (1911). *El Turismo* .

- Red, C. (08 de 07 de 2012). *redcomunis*. Obtenido de <http://redcomunis2012.blogspot.com/2012/07/los-helados-de-crema-y-pan-de-leche.html>
- Ruiz Ballesteros, E., & Solis Carrión, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: Ediciones Abya - Yala.
- S.L, L. (2004). *Ecuador: Un país megadiverso, una rica flora y fauna* . Recuperado el 2015, de [http://www.logitravel.com/guias-de-viajes/gastronomia-ecuador-190\\_2.html](http://www.logitravel.com/guias-de-viajes/gastronomia-ecuador-190_2.html)
- Sánchez, D. J. (2010). *Cocina Ecuatoriana*. Recuperado el 2015, de [http://www.ecuaworld.com.ec/cocina\\_ecuatoriana.htm](http://www.ecuaworld.com.ec/cocina_ecuatoriana.htm)
- Tamara, M. (2 de 05 de 2007). *Entrepreneur*. Recuperado el 24 de 04 de 2016, de [www.entrepreneur.com/article/179084](http://www.entrepreneur.com/article/179084)
- Tice, C. (27 de 03 de 2012). *Entrepreneur*. Recuperado el 24 de 04 de 2016, de [www.entrepreneur.com/blog/223217](http://www.entrepreneur.com/blog/223217)
- Torre, Ó. D. (1992). *El Turismo* . méxico .
- Wilson. (08 de 03 de 2012). *Imchef*. Recuperado el 17 de 10 de 2015, de <http://www.imchef.org/historia-de-la-cocina-un-buen-resumen/>
- Zarco, C. (30 de 10 de 2013). *DEFINICIÓN DE LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA*. Recuperado el 17 de 10 de 2015, de <https://prezi.com/srivdebp6bkd/definicion-de-la-identidad-gastronomica-el-impacto-del-medi/>
- Admin. (10 de 08 de 2010). *Gastronomía del Ecuador* . Recuperado el 17 de 10 de 2015, de <http://cdnodanilo.freeoda.com/blog/?p=63>
- Alfaro, E. (2000). <http://brd.unid.edu.mx/>. Recuperado el 23 de 04 de 2016, de [http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia%20de%20productos%20de%20consumo/bloque06/lecturas%20PDF/2\\_La\\_promocion.pdf?603f00](http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia%20de%20productos%20de%20consumo/bloque06/lecturas%20PDF/2_La_promocion.pdf?603f00)
- Aráuz, M. E. (17 de 03 de 2013). *¿Por qué en Ecuador se está perdiendo la Identidad Cultural Gastronómica?* Recuperado el 2015, de <https://mayritayea.wordpress.com/2013/03/17/por-que-en-ecuador-se-esta-perdiendo-la-identidad-cultural-gastronomica/>
- Aráuz, M. E. (24 de Marzo de 2013). *Nuevas tecnologías al servicio de la sociedad* . Recuperado el 14 de Junio de 2015, de <https://mayritayea.wordpress.com/2013/03/17/por-que-en-ecuador-se-esta-perdiendo-la-identidad-cultural-gastronomica/>
- Avilés, E. (2014). *Enciclopedia del Ecuador*. Recuperado el 12 de 05 de 2016, de <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=368>
- Barber, R. B. (2007). *Estudios y perspectivas en turismo*. Recuperado el 2015, de Estudios y perspectivas en turismo
- BARELA, A. (12 de AGOSTO de 2013). *EL TURISMO Y EL DESARROLLO APLICADO* .

- Barrera, E. (Diciembre de 2009). *Etudes Caribeennes* . Obtenido de <https://etudescaribeennes.revues.org/3828>
- BERMUDEZ, J. (2008). LA GASTRONOMIA. *EL ESPECTADOR* , 4.
- C., B. V. (2010). *ecuadorencifras*. Recuperado el 07 de 07 de 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>
- Cadena., X. M. (2012). *Rescate del turismo gastronómico* . Recuperado el 2015, de 81.198.77.140:8080/bitstream/123456789/174/1/030 RESCATE DEL TURISMO GASTRONÓMICO ANCESTRAL, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE COMIDA TIPICA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI - BOLAÑOS, XIMENA.pdf
- Castro, R. Q. (2000). *Elementos del turismo*. Costa Rica: Universidad estatal a distancia San Jose.
- Castro, R. Q. (2000). *Elementos del Turismo* . Costa Rica : Universidad Estatal a Distancia San Jose, Costa Rica .
- Chan. (2009). *Ruta Turistica*. Obtenido de [http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR\\_cuerpo.pdf](http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR_cuerpo.pdf)
- Costes, D. (2010). *uaemex.mx*. Recuperado el 22 de 04 de 2016, de [http://www.uaemex.mx/Culinaria/tres\\_ne/articulo\\_04.pdf](http://www.uaemex.mx/Culinaria/tres_ne/articulo_04.pdf)
- Curiel, J. d. (2000). *Turismo Gatronomico y Enologico*. Madrid: Dykinoson.
- Davies . (2000). <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/6115/3518>.
- Días, J. (2014). *identida gastomomica*. Obtenido de [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com)
- Diaz. (2008).
- Edufuturo. (07 de 01 de 2012). [www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com). Recuperado el 13 de Junio de 2015, de <http://www.edufuturo.com>
- Espino, D. Y. (s.f.). *monografias.com*. Recuperado el 24 de abril de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos68/cultura-turismo-binomio-pos-desarrollo/cultura-turismo-binomio-pos-desarrollo.shtml>
- Tice, C. (27 de 03 de 20012). *Entrepreneur*. Recuperado el 24 de 04 de 2016, de [www.entrepreneur.com/blog/223217](http://www.entrepreneur.com/blog/223217)
- Torre, Ó. D. (1992). *El Turismo* . méxico .
- Wilson. (08 de 03 de 2012). *Imchef*. Recuperado el 17 de 10 de 2015, de <http://www.imchef.org/historia-de-la-cocina-un-buen-resumen/>

## ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS QUE VISITAN LA PARROQUIA DE CARANQUI

### Instrucciones

La encuesta es anónima. Marque con una sola X según corresponda su respuesta.

#### 1. ¿Cuál es su ciudad de procedencia?

- Ibarra ( )
- Otavalo ( )
- Atuntaqui ( )
- Cotacachi ( )
- Urcuqui ( )
- Pimanpiro ( )
- Otro país ( )

#### 2. ¿Conoce la parroquia de Caranqui?

SI ( ) No ( )

#### 3.- ¿Cuál de estos considera usted es el plato típico de la parroquia de Caranqui?

- Hornado ( )
- Cosas finas ( )
- Caldo de gallina ( )
- Coldo de patas ( )

#### 4.- ¿Con que frecuencia al mes consume los platos que expenden en Caranqui?

#### 5.- ¿Cómo la considera usted la comida de la parroquia de Caranqui?

- Muy buena ( )
- Buena ( )
- Regular ( )
- Mala ( )

#### 6.- Considera que es necesario innovar la comida tradicional del Cantón Ibarra con fines de desarrollo turístico?

Si ( ) No ( )

#### 7.- ¿Cree necesario la implementación de rutas gastronómicas en la parroquia de Caranqui?

Si ( ) No ( )

#### 8.- ¿Ha realizado turismo en alguna ruta turística nacional?

Si ( ) No ( )

#### 9.- Realizo el turismo por medio de:

- Operadora turística ( )
- Agencia de viajes ( )
- Por su cuenta ( )
- No contesto ( )

#### 10.- ¿Realiza turismo gastronómico?

Si ( )                      No ( )

**11.- Si su respuesta a la pregunta 10 fue afirmativa por favor responda la siguiente pregunta: ¿Por cuál medio de comunicación se enteró de la existencia de la ruta a la que usted acudió?**

Internet ( )

Medios de comunicación ( )

Amigos ( )

Medios impresos ( )

**12.- Si respondió afirmativamente a la pregunta 10 por favor responda la siguiente pregunta ¿Cuántos días realizó usted la ruta?**

Un día ( )                      más de un día ( )                      no respondió ( )

**13.- Si respondió afirmativamente a la pregunta 10 por favor responda la siguiente pregunta ¿Qué tipo de alimentos consumió en la ruta?**


## **ENTREVISTA APLICADA A LOS DUEÑOS- CHEFS DE LA PARROQUIA DE CARANQUI**

Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra

Entrevista a los chefs de negocios

1. ¿Cuál o cuáles considera usted platos típicos de la parroquia de Caranqui?
2. ¿Tiene conocimiento gastronómico sobre la parroquia?
3. ¿Nos ayudaría con alguna reseña histórica en gastronomía de esta zona?
4. ¿Qué comida y bebida considera usted a sido las más representativas alrededor de la historia en la parroquia de Caranqui?
5. ¿Que se debería mantener y que se debería innovar de estas comidas y bebidas?
6. ¿Cuáles son las características principales de la preparación de estas comidas y bebidas?
7. ¿De dónde obtiene usted los ingredientes para elaborar los platos típicos que usted vende?
8. ¿Está dispuesto usted a transmitir mediante capacitaciones al público, sus conocimientos y formas de preparar los alimentos tradicionales q usted elabora?
9. ¿Considera usted que los expertos en cocina tradicional consideran que han realizado innovaciones trascendentes a la comida y bebida tradicional de la parroquia de Caranqui?

## FICHAS DE OBSERVACION

	<b>PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE - IBARRA</b>						
	<i>GESTIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS (GASTRONOMÍA)</i>						
	<b>FICHA DE OBSERVACIÓN # 2</b>						
<b>PROYECTO: "RESCATE DE LA IDENTIDAD GASTRONÓMICA DE LA RUTA DE LAS IGLESIAS, ARTE Y CULTURA DEL CANTÓN IBARRA."</b>							
<b>DATOS GENERALES</b>	FECHA	20/05/2016		NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		<b>HELADOS CHAVELITA</b>	
	ENCUESTADOR	Doris Garcés , Mayra Valenzuela		ASESORA	Msc. Alejandra Gómez	HORA	
efrain							
<b>UBICACIÓN</b>	PROVINCIA	Imbabura		CANTÓN	Ibarra	PARROQUIA	
	CALLE	Emperadosr Paccha		NÚMERO	10	TRANSVERSAI Inty	
<b>INDICADOR</b>	HORARIO DE ATENCIÓN		6:30 am / 21:00pm			<b>FOTOGRAFÍA</b>	
	<b>ALIMENTO PRINCIPAL DEL ESTABLECIMIENTO / LOCAL</b>						
	pan de leche						
	helados de crema						
	<b>HORARIOS Y FRECUENCIA DE CONSUMIDORES</b>						
	sábado y domingo						
	9:00 am / 20:00 pm						
<b>TIEMPO DE SERVICIO AL PÚBLICO</b>							
20 años							
<b>INDICADOR</b>	<b>INNOVACIÓN GASTRONÓMICA</b>		<b>SI</b>	X			
			<b>NO</b>				
	<b>¿CUÁL ES LA INNOVACIÓN?</b>						
	helados de uva						
	<b>CALIDAD GASTRONOMICA DE LOS ALIMENTOS</b>		<b>MUY BUENA</b>				
			<b>BUENA</b>	X			
			<b>MALA</b>				
<b>RELACIÓN GASTRONÓMICA CON LA RUTA TURISICA</b>		<b>SI</b>	X				
		<b>NO</b>					
<b>CUAL ES ES EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS QUE EXPENDE?</b>							
helados 0,70							
pan de leche 0,40							
<b>OBSERVACIONES</b>							

## FOTOGRAFIAS

- HELADERIA CHAVELITA



- HORNADOS

## ESPERANCITA



- **PICANTERIA JAZMIN**



- **SRA. JOSEFINA MALES**



- HELADOS DE CREMA

