



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

*“PUESTA EN VALOR DE LA GASTRONOMÍA ANCESTRAL DE LA CIUDAD DE
OTAVALO A TRAVÉS DE LA HERRAMIENTA DEL GASTRO MAPPING”*

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS GASTRONÓMICAS**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

G.G. 1: IDENTIDAD GASTRONÓMICA

AUTORA: Sisa Belén Tituaña Santillán

ASESORA: Msc. Lorena Arellano

IBARRA, MARZO-2019

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Ibarra, 28 de marzo 2019

Mgs. Lorena Arellano

ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Gestión de 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.) 

Mgs. Lorena Arellano Guerrón

C.C. 1001579802

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): 

Mgs. Esteban Gonzalo Rubio Rueda

C.C.:1001933462

(f): 

Mgs. Dayané Mabel Arroyo Mera

C.C.: 1002949137

(f): 

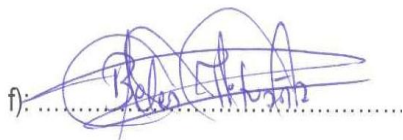
Mgs. Sonia Lorena Arellano Guerrón

C.C.: 1001579802

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo , Tituaña Santillán Sisa Belén declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilizaciones de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 28 de marzo 2019

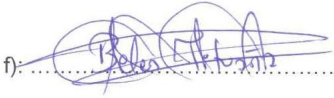


Tituaña Santillán Sisa Belén

C.C.: 1004686612

AUTORÍA

Yo, Tituaña Santillán Sisa Belén, portador de la cédula de ciudadanía N° 1004686612, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del (los) autor (es), y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f) 

Tituaña Santillán Sisa Belén

C.C.: 1004686612

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo: Sisa Belen Tituaña Santillán, con CC: 100468661-2, autor del trabajo de grado intitulado: *“PUESTA EN VALOR DE LA GASTRONOMÍA ANCESTRAL DE LA CIUDAD DE OTAVALO A TRAVÉS DE LA HERRAMIENTA DEL GASTRO MAPPING”*, previo a la obtención del título profesional de “INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS GASTRONÓMICAS” en la Escuela de GESTURH.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ibarra, 28 de marzo de 2019

f) 

Tituaña Santillán Sisa Belén

C.C. 1004686612

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	I
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	II
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	III
AUTORÍA.....	IV
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN.....	V
ÍNDICE	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
1. RESUMEN.....	X
2. ABSTRACT:.....	XII
3. INTRODUCCIÓN	XIV
3.1. OBJETIVO GENERAL	XVII
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	XVII
4. ESTADO DEL ARTE	18
4.1. GASTRONOMÍA	19
4.2. HISTORIA DE LA GASTRONOMÍA.....	20
4.2.1. Edad antigua:	21
4.3. LA GASTRONOMÍA EN EL ECUADOR.....	22
4.4. GASTRONOMÍA ANCESTRAL.....	22
4.5. TÉCNICAS GASTRONÓMICAS ANCESTRALES	23
4.6. TENDENCIAS GASTRONÓMICAS	24
4.7. NUEVAS TENDENCIAS GASTRONÓMICAS	25
4.7.1. Cocina Food-trucks:	25
4.7.2. La cocina fusión:.....	26
4.7.3. Comida clásica, reinventada o relanzada:.....	26
4.8. MAPPING	26
4.9. USO DE MULTIMEDIA EN LA GASTRONOMÍA	27
4.10. GASTRO MAPPING	28

4.11.	TIPOLOGÍAS DE MAPPING GASTRONÓMICO	28
4.11.1.	Proyección en estructura arquitectónica:.....	28
4.11.2.	Proyección sobre una mesa	29
4.12.	APLICACIÓN DEL MAPPING GASTRONÓMICO	29
5.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	29
6.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
6.1.	Resultados.....	33
6.1.1.	Tabulación y análisis de las encuestas.....	34
6.1.2.	Análisis de los resultados de las entrevistas.....	45
6.1.2.1.	Entrevista dirigida a profesionales involucrados	45
6.1.2.2.	Entrevista dirigida al técnico de la dirección de gestión socio intercultural del GAD municipal Otavalo.	66
6.2.	DISCUSIÓN	69
6.2.2.	Historia del plato elegido	70
6.2.3.	Diferencia del uchujacu según los ingredientes	71
6.2.4.	Ingredientes a utilizar.....	71
6.2.5.	Técnicas ancestrales usadas para el plato	73
6.2.7.	Procedimiento de preparación	74
6.2.8.	Historia para la elaboración del guion de la presentación multimedia.....	74
6.2.9.	Cronograma de elaboración multimedia.....	78
6.2.10.	Análisis simple de costo de la aplicación a 4 mesas.....	79
7.	CONCLUSIONES.....	80
8.	Recomendaciones	81
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
9.	ANEXOS	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Métodos y Tecnicas de Investigación.....	31
Tabla 2 Lista de entrevistados	45
Tabla 3 Tabla comparativa de uchujacu	71
Tabla 4 Cronograma multimedia	78
Tabla 5 Detalle de costos simple	79

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Conocimiento Gastro Mapping.....	34
<i>Figura 2</i> Proyección de Animaciones.....	35
<i>Figura 3</i> Disponibilidad para Ofertar Menú Tradicional	36
<i>Figura 4</i> Frecuencia de Consumo en Gastronomía Tradicional	37
<i>Figura 5</i> Conocimiento de la Historia de los Platos Típicos Tradicionales	38
<i>Figura 6</i> Disponibilidad para Promover la Difusión de Platos Tradicionales y Técnicas Ancestrales	39
<i>Figura 7</i> Armonía entre Tecnología y Tradicional	40
<i>Figura 8</i> Posibilidad de Generar un Atractivo Turístico Basado en el Gastro Mapping	41
<i>Figura 9</i> Probabilidad de Aplicación.....	42
<i>Figura 10</i> Platos Típicos de Otavalo	43
<i>Figura 11</i> Conocimiento de la Historia Gastronómica	44

1. RESUMEN

La presente puesta en valor está enfocada en promover la cultura e historia gastronómica del cantón Otavalo de la provincia de Imbabura, así como también las técnicas ancestrales utilizando a la técnica “mapping” como estrategia innovadora y de ambientación a la propuesta desarrollada, brindando una alternativa atractiva para poder ofrecer los productos gastronómicos ancestrales de la mano con la innovación y la tecnología actual.

Se inicia con el planteamiento de la situación actual del sector gastronómico del cantón y las problemáticas que el mismo atraviesa hoy en día, ya que el cantón Otavalo es un ícono del turismo nacional, pero que ha ido de a poco cayendo en un estancamiento en la diversificación de ofertas que fomenten la innovación, de este modo surgen algunas interrogantes que se podrán disuadir a lo largo de la investigación, sobre todo; ¿Qué comportamiento tendría la demanda ante nuevas alternativas vanguardistas?; ¿Cómo brindar un valor agregado a la gastronomía ancestral sin perder su esencia?.

El manejo del tema gastronómico ancestral podrá ser medido en consecuencia con el trabajo de campo que se va a realizar, ya que es importante fomentar el rescate de los saberes y costumbres del cantón y sus habitantes, respetando la fusión étnica propia de este sector del país, esto generará en una herramienta multimedia que presente y facilite la transmisión del saber, el mismo que ha ido pasando de generación en generación como tradición oral, y hoy día se podrá digitalizarlo para la perpetuidad, siendo consecuentes también con los cambios que se puedan ir generando con la culturización de la sociedad y esa dinámica de cambio propio del ser humano.

La herramienta del gastro mapping se convertirá en una alternativa vanguardista, que permitirá experimentar nuevas sensaciones, haciendo que los sentidos lleguen a su total plenitud.

PALABRAS CLAVE: Otavalo, gastronomía, ancestral, mapping gastronómico

2. ABSTRACT:

The present proposal in terms of valuing is focused in promoting the gastronomic culture and history belonging to Otavalo, city of Imbabura's province, as well as the ancient techniques using the technique called "mapping" as innovative strategy and of setting to the developed proposal, offering an attractive alternative in order to be able to offer the gastronomic ancient products equally along with the innovation and the modern technology.

It begins with the approach of the current situation of the gastronomic sector of the canton and the issues that it crosses nowadays, given that Otavalo city is an icon of the national tourism, therefore it has gone a little falling down in a stagnation in the diversification of offers that promote the innovation, thus arise some questions that these will be able to be dissuaded along the research, especially; what behavior would have the demand before new modern alternatives?; how to offer a value added to the ancient gastronomy without losing its essence?

The managing of the gastronomic ancient topic could be measured in consequence by the fieldwork that is going to shown, since it is important to promote the rescue of the know-how and customs of the town and its inhabitants, respecting the ethnic proper merger of this sector of the country, this will create a multimedia tool which forms and facilitates the knowledge transmission, same knowledge, that it has been passing from generation to generation as an oral tradition, and

nowadays we want to shown and digitize it for the perpetuity, also being consistent with the changes that these could be generated by the culturalization of the society and that dynamic of human being.proper change.

The gastro mapping tool will turn into a modern alternative, which it will allow to experience new sensations, doing our senses come to its total fullness.

KEY WORDS: Valorization, gastronomy, ancestral, gastromapping

3. INTRODUCCIÓN

En el cantón Otavalo existen actualmente varios establecimientos de alimentos y bebidas que tienen entre sus ofertas platos “típicos” ecuatorianos, pero hay un problema radicado en que solo se han preocupado por la “venta líquida” por llamarla de algún modo, es decir; venta que genere ingresos económicos; lo cual está; desde cierto punto de vista, bien, el problema radica en que no se ha podido o no se ha querido plantear una difusión de platos típicos otavaleños.

Al desconocer la historia de los productos se impide la transmisión generacional de la gastronomía ecuatoriana, específicamente del cantón en estudio, partiendo de aquí surge las siguientes interrogantes: ¿En qué forma se debería difundir la importancia de la gastronomía típica ancestral? Y ¿Es viable vincular la innovación, manteniendo la esencia ancestral para establecer una puesta en valor adecuada?

Como se menciona anteriormente el problema radica en la expansión que el mercado de alimentos y bebidas ha experimentado en los últimos años en el cantón Otavalo destacándose por su servicio y calidad en los productos que ofertan, y que los comensales sin lugar a dudas prefieren; sin embargo estos establecimientos no han creado una consciencia de lo importante de transmitir la historia de lo que están ofertando, ni promueven la difusión del significado de cada producto gastronómico de este modo el énfasis que se da en el presente trabajo de investigación radica en que, la oferta que se estudia y se pretende difundir es la base misma de una cultura y de un grupo social arraigado por miles de años y que merece tener un lugar privilegiado en la historia de la nación, es importante preguntarse ¿En qué grado la industrialización de estos productos gastronómicos ancestrales han perjudicado a la historia y a la realización de estos platos típicos en la sociedad y cultura otavaleña?

La puesta en valor según Guglielmino, dice que. Está vinculada con un proyecto, es decir, es una operación espacial para establecer un orden de ese espacio y jerarquizar sus funciones en un “proyecto total” que constituya su adecuación y puesta al día. El proyecto es, sin duda, un instrumento y una metodología de intervención del que se pueden desagregar dos componentes esenciales: el cultural y su formalización.”(Guglielmino, 2007)

En base a este planteamiento, se puede concretar que: es importante establecer una puesta en valor de los platos típicos del Cantón Otavalo como objeto de estudio utilizando un proyecto de difusión que en este caso sería la propuesta de Mapping Gastronómico o gastro mapping, siguiendo la misma se planteó la creación de un restaurante que utilice esta herramienta tecnológica que permitirá la proyección y promoción de la historia de productos gastronómicos ancestrales, los mismos que son presentados en simultáneo en los espacios del establecimiento gastronómico a crear.

El negocio de comida es uno de los mercados más rentables a nivel mundial, muchas personas por sus necesidades alimenticias y la de sus familias buscan diferentes maneras de abastecerse, existiendo así en el mercado una variedad de alimentos para todo gusto, edad y clase social.

La gastronomía otavaleña por muchos años ha perdido su valor ya que no existen restaurantes que ofrezcan este tipo de comida típica y que además cuenten con personal capacitado, infra estructura adecuada, al contrario, si un turista busca la comida típica de Otavalo solo la podrá encontrar en el mercado y en condiciones poco higiénicas.

El desarrollo de este proyecto, evidenciará la importancia los platos típicos de la ciudad de Otavalo, por otro lado, contribuirá a la mejora del ámbito social, cultural, turístico, económico, empresarial, tecnológico y a todos sus beneficiarios directos e indirectos.

3.1. OBJETIVO GENERAL.

- Poner en valor la gastronomía ancestral de la ciudad de Otavalo a través de la herramienta del gastro mapping.

El objetivo principal de este trabajo será poner en valor las técnicas y platos ancestrales del cantón Otavalo, mediante una herramienta de difusión que es el gastro mapping, el cual ayudará a promover la historia y sobre todo el preservar la esencia de cada uno de los platos típicos otavaleños.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar la investigación documental que permita sentar las bases teóricas y científicas de la gastronomía de la ciudad de Otavalo y de las herramientas tecnológicas aplicadas a la gastronomía.
- Diagnosticar la situación actual de la ciudad de Otavalo que permita conocer la dinámica de la oferta y la demanda.
- Difundir mediante la demostración de un elemento de gastronomía tradicional de la ciudad de Otavalo a través de la herramienta del gastro mapping.
- Realizar un análisis técnico de las conclusiones y recomendaciones que genere la propuesta en el ámbito gastronómico.

4. ESTADO DEL ARTE

El presente estado del arte tiene como objetivo establecer las pautas teóricas en base a la investigación presentada, estableciendo los conceptos principalmente de gastronomía, tendencias y gastro mapping. Mediante el cual vamos a poder tener en claro a que nos referimos y sobre todo la importancia del desarrollo del mismo, para poder establecer con claridad se presentan los casos exitosos que establecimientos que usaron la herramienta del gastro mapping como método de difusión y como extra innovador en cada una de sus experiencias.

Restaurante Frida Kahlo: Alejandro Tamayo, director general de la cadena de restaurantes Frida Kahlo, informó que: “somos el primer restaurante en México y Latinoamérica en presentar de manera permanente un gastro mapping, es una innovación extraordinaria que va a atraer turismo a la ciudad y estado”. El gastro mapping es algo nuevo en Latinoamérica este es una experiencia no solamente gastronómica, sino que en ella se conjugan los sentidos en donde se proyectan diversas imágenes en tercera dimensión.(Macias, 2015)

Lumentium Unique gastro mapping experience: Lumentium es la primera empresa especializada en "table mapping" del mundo. Un selecto equipo de profesionales y artistas enfocados a la creación de experiencias en donde se mezclan la alta tecnología y el video mapping en un mismo espacio. Desarrolladores de la cena "Global Dinner", una experiencia gourmet innovadora donde los platos se funden en sincronía con ambientes virtuales y puestas en escena impactantes ("Lumentium / Table Mapping Experiences,").

Lumentium es pionera en el desarrollo de servicios mapping para eventos corporativos. Creadores de la "Lux Tables" un formato de mesas

proyectadas en su superficie con imágenes 3D y mapping para grupos desde 30 hasta 900 personas simultáneamente. Una experiencia única (“Lumentium - Producción de Vídeo y Mapping,”).

CHEFS:

Paco Roncero: Con dos estrellas Michelin, que en su experiencia Sublimotion, servida en el Hotel Hard Rock de Ibiza, recurre a efectos de 'mapping' sobre la mesa con proyecciones que se suman a música u otro tipo de efectos que contribuyen a crear algo único. En realidad, la mesa de Roncero es similar a la que posee en su taller de La Terraza del Casino (Sánchez,2015).

Javier Bonet: El inquieto chef de Muta o Sala de Despiece, ofrece en su Academia del Despiece una experiencia mixta de aprendizaje y degustación basada en una mesa pupitre en el que se van proyectando indicaciones para los comensales que, así, practican el 'do it yourself'. Una manera distinta de aprovechar las posibilidades del 'mapping', proyectada en este caso hacia el aprendizaje (Sánchez,2015).

4.1. GASTRONOMÍA

Desde el inicio de los tiempos la historia del hombre ha sido la fiel muestra de su entorno y de las características de su naturaleza, en respuesta a estos fenómenos antropológicos, se desarrolla de manera significativa el simbolismo que conlleva la parte alimentaria de diversos grupos sociales que se fueron agrupando y formando, sin embargo para poder continuar con el desarrollo histórico de lo que se conoce como “gastronomía” es muy importante primero entender el significado mismo de mencionado termino.

Según la Real Academia de la Lengua Española. “Gastronomía: 1. F, Arte de preparar una buena comida. 2. F. Afición al buen comer. 3. F. Conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar.”(Real Academia Española, 2019)

Por ende, el estudio del origen de la gastronomía nos da paso a una serie de investigaciones como la desarrollada, logrando así posicionar y dar valor agregado a los productos y técnicas tradicionales y ancestrales.

4.2. HISTORIA DE LA GASTRONOMÍA

Hablar de la gastronomía en el mundo es un reto bastante complejo, ya que para ello, se debería remontar a los primeros hombres, aquellos hombres que dejaron los frutos y las semillas por la carne de animal; esto claro, después del descubrimiento “accidentado del fuego” como muchos historiadores mencionan. Ya que es en ese momento en el cual el hombre empieza a caldear la carne con el fuego y de ese modo va evolucionando la dieta de los primitivos. En ese contexto es algo difícil manifestar una historia simplificada como lo dice Alfredo Martín Artacho y Juan Antonio Martín. “Escribir la Historia de la gastronomía, sería tanto como describir la propia historia del hombre.”(Artacho, Artacho, & Leal, 2007)

Se puede mencionar cientos de puntos en el desarrollo de la gastronomía en la raza humana, más sin embargo se concluye que cada momento en la historia ha estado enmarcado en la “costumbre” culinaria de cada pueblo, esta peculiaridad hace que la sociedad se vea segmentada en clases sociales, etnias, religiones o simplemente por su situación geográfica. Y en cada segmento mencionado habrá a encontrar manifestaciones que han identificado a estos grupos sociales, estableciendo una cultura propia.

Para poder determinar las características culturales de un grupo social, sin duda alguna, hay que tomar en cuenta y con gran relevancia la cultura gastronómica de ese pueblo y sobre todo entender la transmisión de esta cultura ya sea de manera oral, escrita o costumbrista; y la manera en que ha ido modificándose hasta llegar a la actualidad.

Pero esta historia debe ser respetada y mantenida y en ese marco el desarrollo de propuestas innovadoras para la transmisión de estas culturas ancestrales entra en el debate y en el contexto social actual, en el cual, la gastronomía forma parte de cada ser humano de manera colectiva.

4.2.1. Edad antigua:

En esta edad, es bastante complejo poder determinar rastros de la predominación gastronómica de algún tipo, solamente proporcionan una idea de cómo se desarrolló la sociedad de esa época algunos rastros arqueológicos y antropológicos en los que claramente se han establecido dos épocas con una historia de más de seiscientos mil años, denominados paleolítico y neolítico.

En esta época la alimentación se basaba en la recolección de frutos, raíces, pequeñas aves y animales; basando por completo su alimentación en una dieta herbívora en su mayoría. Es aquí donde la cultura de Mesopotamia, Egipto entre otras tiene su apogeo.

Es probable que ya conocieran la forma de producir fuego. Es fácil imaginar la gran trascendencia que tendría en sus vidas este descubrimiento; desde el punto de vista gastronómico, la aparición del fuego al servicio de la alimentación humana

fue un hecho significativo, ya que por medio del calor, las carnes y demás alimentos se ablandaban y cambiaban de sabor (Monroy de Sada, 2000).

Se puede evidenciar que el desarrollo de la humanidad y sus descubrimientos han ido evolucionando junto con la gastronomía propia de los pueblos por lo cual cada época mantendrá sus rasgos característicos y se desarrollará junto a la adaptación propia del ser humano.

4.3. LA GASTRONOMÍA EN EL ECUADOR

La gastronomía en el Ecuador, como en gran parte de América Latina, está influenciada por culturas que llegaron en la época de la conquista española durante los siglos XIX y XX.

“El aporte español a nuestra cocina fue de carácter doble: por una parte, trajo a nuestro suelo elementos y experiencias europeos y africanos; por otra, permitió el intercambio de cosas y animales aborígenes hasta entonces de uso local y limitado” (Yulia Romero, 2012).

4.4. GASTRONOMÍA ANCESTRAL

Para comprender la ancestralidad de cualquier rasgo cultural es importante entender y desarrollar el origen mismo de las cualidades de determinado grupo social.

La cocina patrimonial está estrechamente relacionada con la memoria y con la identidad, hasta el punto de que se sostiene que «somos lo que comemos». Por

ello, conocer, cuidar y potenciar nuestros acervos culinarios es al mismo tiempo un gesto de preservación y proyección, en tanto conservamos lo que nos refleja y lo proyectamos desde la sustentabilidad y el afecto a las generaciones venideras(*Estado del arte del patrimonio culinario en Chile, 2014*).

La gastronomía ancestral es aquella que ha perdurado en el tiempo, por transmisión oral o cultural de los ancestros como su palabra lo indica. Es importante saber también que el rescate de la cultura gastronómica ayuda a conocer y comprender mucho más las raíces de las culturas, y la importancia de su difusión.

4.5. TÉCNICAS GASTRONÓMICAS ANCESTRALES

El arte de cocinar se transmite de generación en generación usando los cinco sentidos: la vista, el olfato, el gusto, el tacto y el oído. Definir este aprendizaje dentro de la “tradición oral” es imitarla “al relato de como se hace”. La “tradición sensorial” es el modo como nosotros consideramos que las técnicas y procedimientos culinarios se han transmitido a través de los tiempos(Pazos Barrera & Corporación Editora Nacional, 2012)

Las técnicas ancestrales se remontan al inicio de los tiempos y al traspaso de conocimiento generacional adaptándose a los medios y los recursos de cada época, lo importante de mantener y rescatar estas técnicas radica en conservar la esencia misma de la cultura gastronómica.

Dentro de la cocina tradicional está la cocina regional o local, la cocina histórica y la cocina de mercado. Los tres tipos que configuran esta cocina se fundamentan en las técnicas tradicionales que se aplican a diferentes productos que, en el caso de la cocina de mercado, son los protagonistas. De este modo, se trata de un

conjunto de técnicas culinarias y de una forma de entender la cocina enraizada en el pasado, con un estilo que cocina que tenía que ver con un estilo de vida. (Villegas Becerril, 2014)

Los diferentes tipos de cocina utilizados en cada región promueven la riqueza gastronómica y resalta actualmente la ancestralidad de los pueblos y sus rasgos endémicos.

4.6. TENDENCIAS GASTRONÓMICAS

La gastronomía actual se encuentra en momento clave para su historia, ya que día a día se reinventan y crean nuevos platos, mejores conceptos, pero por otro lado, se continua en la lucha por conservar la cocina tradicional al tiempo de que se busca crear nuevas tendencias gastronómicas, se lucha por otorgarle y dignificar a la cocina como patrimonio creando en los gustos de los comensales una brecha entre lo tradicional o lo innovador(Mejía, Mejía A, & Bravo, 2014).

La gastronomía como característica cultural se mantiene viva y en constante cambio, estos cambios hacen que día a día se puedan crear nuevas alternativas para disfrutarla, no importa el cómo se lo hace. Lo relevante en una tendencia es el ¿Por qué?, es un poco como “el fin justifica los medios”, viéndolo de este modo se puede entender el cómo varias tendencias actuales han ido adaptándose a la gastronomía ancestral junto con lo moderno. Y como el paso del presente estudio el modo de difundir.

Existen grandes ejemplos de nuevas tendencias gastronómicas como las siguientes por mencionar algunas:

- Flexitarianismo (Vegetarianos con consumo de carne ocasionalmente)
- Comer en cuencos (Básicamente platos servidos en cuencos)
- Locales Grunge (Restaurantes escondidos y sin apariencia visible)
- Fusión invasiva (Primar los métodos actuales a preparaciones clásicas)

4.7. NUEVAS TENDENCIAS GASTRONÓMICAS

El desarrollo de la gastronomía ha facultado al ser humano a poder innovar y crear nuevos estilos y formas de alimentarse por lo cual el que hacer de la cocina cambia constantemente

“La creatividad de los chefs, las nuevas formas de cocción, la globalización, el desarrollo sostenible... La gastronomía francesa está en constante evolución. Tras la cocina molecular, hoy se habla de “food truck”, de “slow food” o de cocina fusión” (Innovaciones y tendencias culinarias, 2017).

Incluso las cocinas más estrictas como la francesa y el clasismo de la mismo han tenido que adaptarse a la creciente demanda de innovación.

4.7.1. Cocina Food-trucks:

El concepto de comida móvil o de camión existe desde hace mucho tiempo, sin embargo, en los últimos tiempos han tenido un repunte en su popularidad emergida desde Nueva York en donde el comer rápido es un hábito, cocineros que ofrecen menús rápidos y en algunos casos un tanto elaborados.

4.7.2. La cocina fusión:

En los años setenta se podría decir nació la comida fusión mas hoy en día es interesante la manera en que se ha promovido esta tendencia, ofreciendo la experiencia de poder degustar platos con una mezcla de sabores e ingredientes procedentes de todas partes del mundo.

4.7.3. Comida clásica, reinventada o relanzada:

Sin duda alguna nuestro estudio responde a esta tendencia, la cual consiste en promover platos tradicionales o clásicos y difundirlos mediante varias técnicas y propuestas, promueve además el traspaso de recetas tradicionales ideando técnicas de ejecución rápidas y ligeras.

4.7.4. Comer bio y local:

Actualmente las personas prefieren comer de manera consciente y sostenible desde ese punto de vista la comida orgánica o “biológica” es decir natural ha tenido un alto impacto, además de preferir los productos de la localidad en donde habita y de acuerdo a la época.

4.8. MAPPING

También llamado video mapping o architectural mapping, las proyecciones 3D que utilizan fachadas de edificios como lienzo están cobrando un auge cada vez mayor en eventos artísticos, ferias, inauguraciones de centros de arte, conmemoraciones y otros eventos culturales, así como en la publicidad. Más allá

de la iluminación artística de las fachadas de los edificios (que hoy también se desarrolla de manera intensa gracias a la tecnología LED), de las pantallas urbanas y media fachadas, o de las propuestas artísticas centradas en el elemento audiovisual y no en su adaptación formal al soporte sobre el que se realizan, rastreamos en este caso las proyecciones en movimiento sobre fachadas de edificios que se adaptan a los volúmenes de los mismos y producen además contenidos en tres dimensiones construyendo realidades aumentadas (Bellido Gant & Baigorri, 2014).

4.9. USO DE MULTIMEDIA EN LA GASTRONOMÍA

Usualmente la multimedia tecnológica ha sido un aliado importante en la gastronomía, desde fotografías hasta documentales han servido para la difusión de platos, restaurantes, chefs y culturas. Las mismas que siempre han sido promovidas de manera que se puedan percibir por los sentidos.

No hay mejor menú que aquel que mediante recursos tecnológicos demuestre lo que el comensal va a poder servirse y enamorar por el sentido de la vista, dentro de este desarrollo de la gastronomía y la multimedia podemos encontrar claros ejemplos del uso de recursos tecnológicos para la difusión gastronómica como el caso El bulli del chef Ferrán Adrià.

Se trata de una de las alianzas más originales del último tiempo. El chef Ferrán Adrià se unió a Walt Disney Company para crear Te Cuento en la Cocina, un proyecto multiplataforma que consiste en un libro, un sitio web, una serie de televisión y una App, que tienen por objetivo enseñarle a cocinar a los niños e invitar a las familias a tener una alimentación más saludable ("MULTIMEDIA OasisFM - 102.1, 2017).

4.10. GASTRO MAPPING

Esta tecnología ha probado su gran potencial y atractivo; actualmente se aplica en múltiples actividades del área artística y arquitectónica principalmente; siendo posible su diversificación en otras áreas cuyas proyecciones exalten las raíces culturales artesanales y gastronómicas representativas de Michoacán, a través del uso de audio, video, animación que generen en el espectador el interés y la apreciación del contenido del mapping. (“Revista de Tecnologías de la Información,” 2016)

El Mapping Gastronómico o Gastromapping es una tendencia innovadora que permite al cliente poder disfrutar de su comida a través de una historia, o una experiencia. Este medio es bastante amigable y didáctico ya que se puede lograr transmitir un mensaje y en nuestro caso de estudio será el instrumento adecuado para poder informar al comensal la historia del plato que se está sirviendo, en este caso de la cocina ancestral del cantón Otavalo.

4.11. TIPOLOGÍAS DE MAPPING GASTRONÓMICO

4.11.1. Proyección en estructura arquitectónica:

Es aquella que se realiza plasmada en una pared o en un elemento de construcción, por lo general suelen estar ubicados en espacios públicos o de visibilidad ampliada.

4.11.2. Proyección sobre una mesa

La proyección del material multimedia se realiza sobre una mesa con interrelación de los componentes del servicio, este se presenta de manera individual para cada comensal y es el que nosotros aplicaremos en este caso de estudio.

4.12. APLICACIÓN DEL MAPPING GASTRONÓMICO

De entre las tecnologías multimedia que el Cuerpo Académico de Multimedia y Comercio Electrónico, aplica en sus proyectos, se encuentra el mapping audiovisual, que es una técnica consistente en proyectar imágenes sobre superficies reales, generalmente inanimadas, para conseguir efectos de movimiento o 3D dando lugar a un espectáculo artístico y cultural. ("Revista de Tecnologías de la Información", 2016)

La aplicación del mapping gastronómico puede tener como objetivo varias temáticas como realizar proyecciones de historias y técnicas ancestrales de los platos gastronómicos tradicionales del cantón Otavalo, para obtener como resultado una herramienta de difusión y sobre todo crear un sistema innovador en tendencias gastronómicas en la provincia.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación inició con el diagnóstico de los establecimientos gastronómicos que ofrecen un menú tradicional u ancestral con lo cual se estableció el campo adecuado para la posible aplicación de la herramienta del gastro mapping por lo que los turistas y dueños de los establecimientos fueron nuestros canales de

información lo cual fue parcialmente sencillo dejando a un lado la disponibilidad horaria para la aplicación de las encuestas.

Además, se estableció el punto de vista de expertos en el área para viabilizar la propuesta mediante una entrevista en la que se preguntó por ejemplo ¿Sabe usted lo que es el gastro mapping o mapping gastronómico? y si ¿Conoce usted la historia de algún plato típico de Otavalo?

Una vez que se obtuvo el diagnóstico se procedió a establecer varios puntos de los cuales se hablará más adelante, al recopilar la información de un experto del Municipio de Otavalo quien ya vivió la experiencia del mapping con lo cual se logró determinar varios puntos a la hora de elegir el plato de estudio, con esto se hizo el boceto de la historia del mismo para poder utilizarla como la base del gastro mapping mediante la recopilación de información de tradición oral y de las personas que realizan el plato en la fiesta específica.

Tabla 1 *Métodos y Técnicas de Investigación*

ETAPAS	MÉTODOS	INSTRUMENTOS	POBLACIÓN Y MUESTRA	PROCEDIMIENTOS	RESULTADOS
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	Analítico- Sintético: Habrá que justificar y segregar la información que sea válida y resumirla en caso de ser necesario, para la mejor comprensión del lector.	Consulta bibliográfica y linkográfica (Internet)	Toda la fuente bibliográfica que se encuentre a disponibilidad.	Realizar la recopilación de información sea de fuentes impresas o digitales, con el fin de realizar una base conceptual	Bases teóricas para la puesta en valor de la gastronomía ancestral de la ciudad de Otavalo a través de la herramienta del gastro mapping.
Diagnóstico situacional	Cuantitativo: Mediante la tabulación de los datos obtenidos se podrán establece datos reales de las variables en medición.	Encuestas: Se podrán obtener las variables en cuanto a la aplicabilidad de la herramienta de gastro mapping tanto en turistas como en empresarios del área.	Se obtiene el resultado del muestreo después de establecer mediante las encuestas los locales que cumplan con los parámetros de "Menú tradicional" y en cuanto a los turistas se establece la base mediante el cálculo del universo de acuerdo a las cifras manejadas por los organismos competentes.	Se realizan las encuestas mediante un trabajo de campo.	Analizar el estado actual de los establecimientos en el ámbito de difusión cultural de la gastronomía ancestral.
Difusión de la herramienta	Analítico- Experimental: Se obtienen las apreciaciones de los	Recopilación de información e historia: Se enfoca en la historia del uchú jacu como ejemplo de cómo se deberá	El platillo en estudio fue estudiado mediante la recopilación de	Establecer la historia, lugar y uso del plato tradicional para de esta forma establecer	Definir las impresiones y secuencia del boceto de la historia para que

	participantes y se demuestra que la aplicación de la técnica de gastro mapping es viable o no.	realizar la difusión ancestral de los platillos	tradición oral a expertos en el tema	una historia que pueda ser utilizada como material de difusión	sea asimilable para una animación multimedia y poder ser exhibida en el gastro mapping con el producto gastronómico en estudio.
Análisis conclusiones y recomendaciones	Analítico-Deductivo-Inductivo: Mediante los análisis respectivos se obtendrán los resultados de las investigaciones y así se podrá establecer las conclusiones y recomendaciones	Analizar los datos obtenidos, generados después de la aplicación y análisis de las encuestas aplicadas además de experiencias dadas		Análisis profesional y académico con los resultados del estudio dado	Análisis técnico de las conclusiones y proponer recomendaciones que generen la propuesta en los ámbitos: social, cultural, económico, educativo, turístico y tecnológico así como el estudio simple del costo de la aplicación

Fuente: Análisis de autor

Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados y discusión de la investigación se clasificó en niveles de estudio, iniciando con el diagnóstico situacional del mercado, utilizando un diagnóstico de los establecimientos que brindan productos gastronómicos tradicionales ancestrales del cantón Otavalo mediante una encuesta a los administradores de los establecimientos, lo cual nos permitió evidenciar la situación en la que la difusión de los productos gastronómicos es apreciada por dichos establecimientos como garantía de que la aplicación del gastro mapping sea viable.

Posteriormente se obtuvieron datos de entrevistas realizadas a expertos de la industria gastronómica y cultural con el fin de obtener datos que permitan acercarse más aun a la realidad actual de la gastronomía tradicional del cantón Otavalo.

6.1. Resultados

Se realizó el análisis de las encuestas aplicadas a los administradores o dueños de establecimientos gastronómicos donde se oferte menú de comida típica ancestral del cantón Otavalo. Se realizaron 32 encuestas y cada encuesta tenía 11 preguntas con lo cual se determinó la visión de los encuestados sobre la propuesta del gastro mapping y su apertura para la aplicación.

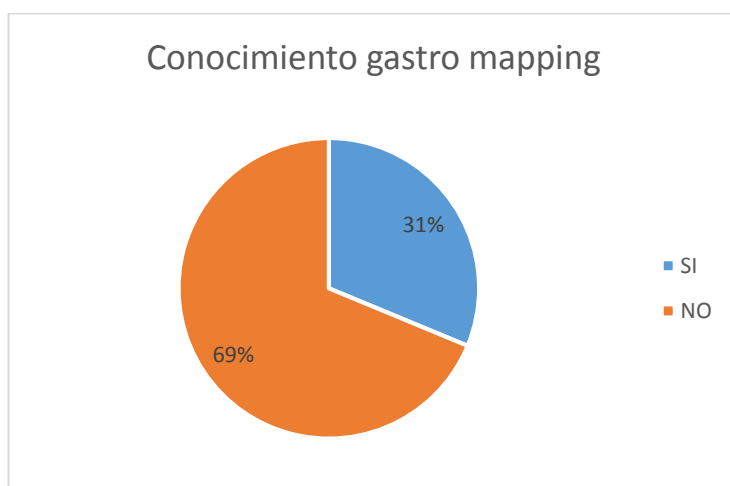
Además de realizar la entrevista a profesionales expertos en el área gastronómica para obtener una apreciación técnica de la propuesta en la cual se preguntaron temas tales como: ¿Está usted de acuerdo en que se utilicen las herramientas tecnológicas para la difusión y rescate de la gastronomía? Y si, ¿Considera que la creación de contenido multimedia que promueva el rescate de

la gastronomía ancestral ayude a que los clientes puedan comprender el sentido histórico de un plato típico?

6.1.1. Tabulación y análisis de las encuestas.

Pregunta 1) ¿Sabe usted lo que es el gastro mapping o mapping gastronómico?

Figura 1 Conocimiento Gastro Mapping



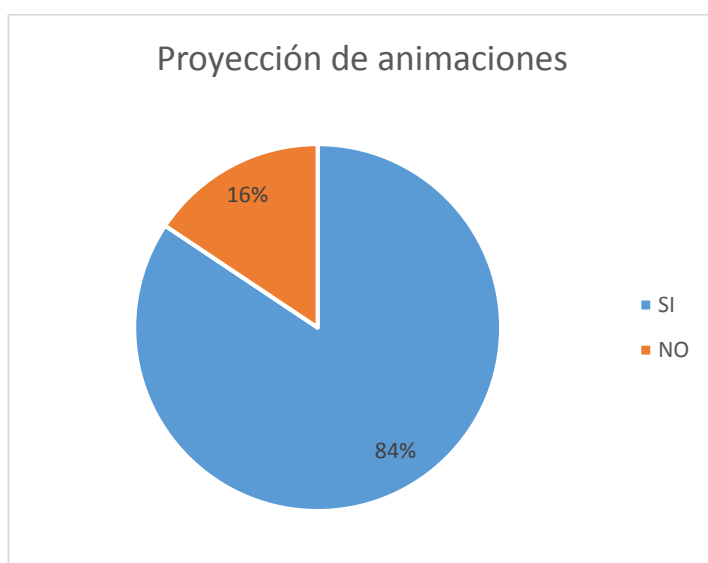
Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

Análisis:

La implementación de una tendencia tecnológica innovadora, parte del descubrimiento de mencionada herramienta como un medio a ser usado en diferentes campos, en este caso en la gastronomía era casi previsible que el desconocimiento iba a ser mayoritario y se reafirma con los datos recolectados, en los cuales se pueden evidenciar el gran desconocimiento de esta herramienta, lo cual es favorecedor para la investigación ya que dicho mencionado problema provee la posibilidad de generar el efecto innovador que buscamos demostrar.

Pregunta2. ¿Le parecería interesante la proyección de animaciones audiovisuales en las cuales se muestre la historia de los platos típicos y las técnicas ancestrales utilizadas?

Figura 2 Proyección de Animaciones



Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

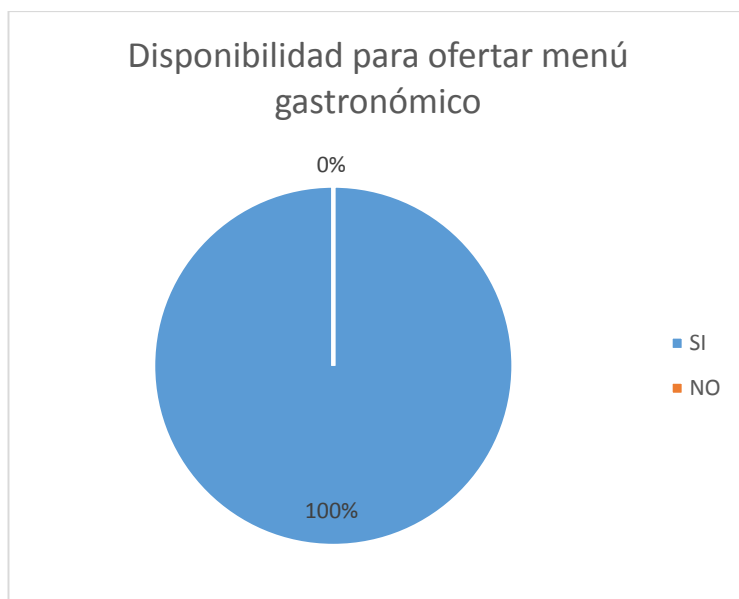
Análisis:

Es importante contar con un alto porcentaje de aceptación a la alternativa digital que hoy en día se dispone para poder utilizarla como un mecanismo de difusión y como atractivo de interés e innovación.

Análisis del argumento: Es interesante ver que de alguna manera una parte del grupo de estudio se decanta por la opción negativa según manifiestan por mantener un entorno coherente con lo tradicional lo cual es muy respetable y a ser tomado en cuenta

Pregunta 3. ¿Oferta u ofertaría platos típicos o comida tradicional del cantón Otavalo?

Figura 3 Disponibilidad para Ofertar Menú Tradicional



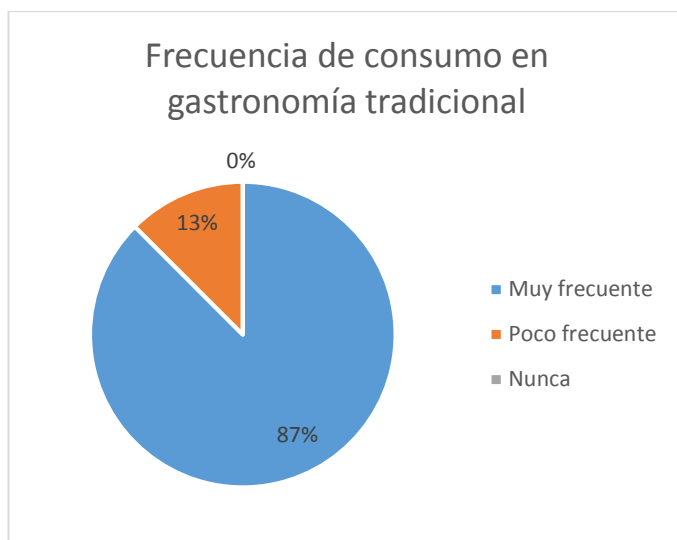
Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

Análisis:

Dado que el universo de esta encuesta son establecimientos gastronómicos, se podía de esperar la predisposición de los propietarios y administradores a que tengan apertura a la oferta de menú tradicional enfocado al cantón Otavalo.

Pregunta 4. ¿Con qué frecuencia cree usted que los turistas prefieren establecimientos de alimentos donde se oferten platos típicos tradicionales?

Figura 4 Frecuencia de Consumo en Gastronomía Tradicional



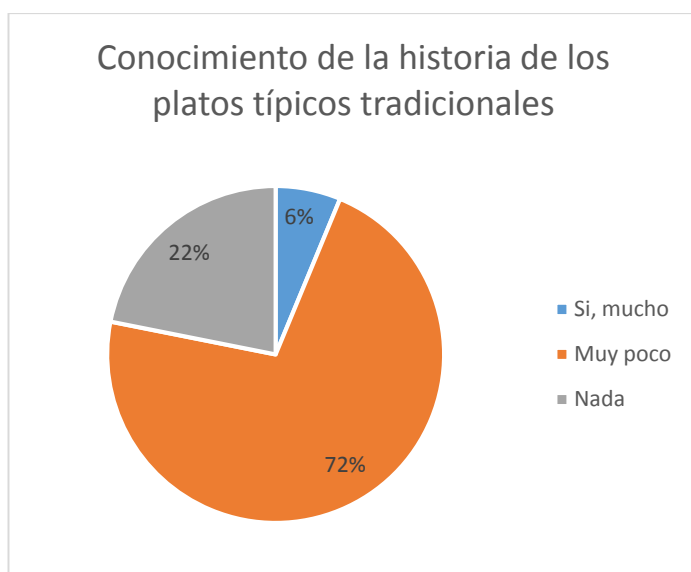
Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

Análisis:

La frecuencia de consumo de productos gastronómicos tradicionales es sumamente relevante ya que el objetivo de esta herramienta es promover la difusión de la cultura y lo ancestral de la gastronomía otavaleña. Al ser uno de los atractivos turísticos del cantón es sumamente importante que se utilice esa frecuencia de consumo en turistas y residentes para que se entienda el contexto histórico de cada producto gastronómico en oferta.

Pregunta 5. ¿Conoce usted la historia de los platos típicos tradicionales que se ofertan en los establecimientos de alimentos en el cantón Otavalo?

Figura 5 Conocimiento de la Historia de los Platos Típicos Tradicionales



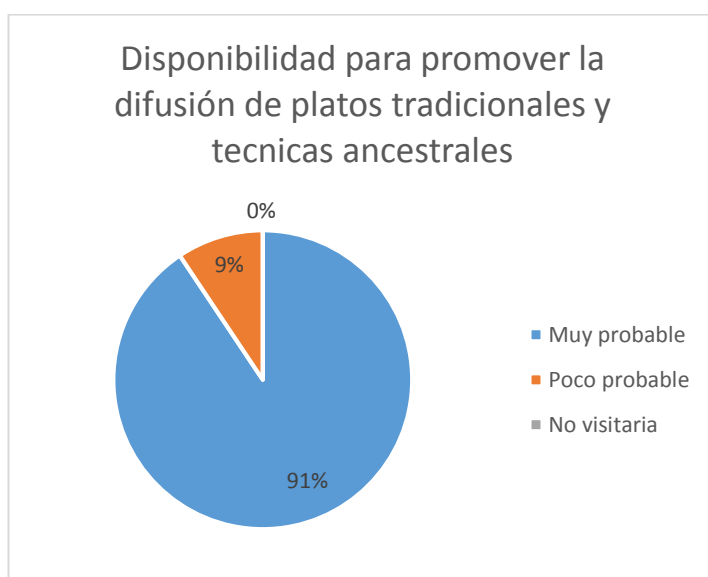
Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

Análisis:

Estos datos demuestran una realidad bastante preocupante que se replica en cada rincón del país, el desconocimiento total o parcial de la esencia histórica de lo que se oferta a los clientes sobre todo a turistas es preocupante, si bien el 72% manifiesta tener un conocimiento escaso sobre la identidad gastronómica de lo que ofertan hace pensar que lo único que se está haciendo es actividad comercial. El conocimiento hace que el producto gastronómico se revalorice por todo su contenido ancestral y tradicional, de todos modos, este resultado permite identificar la viabilidad de la herramienta de gastro mapping como método de difusión y a la vez de aprendizaje.

Pregunta 6. ¿Estaría dispuesto a que en su establecimiento de alimentos se oferten platos típicos tradicionales, en donde se difunda la historia de los mismos además de las técnicas ancestrales utilizadas?

Figura 6 Disponibilidad para Promover la Difusión de Platos Tradicionales y Técnicas Ancestrales



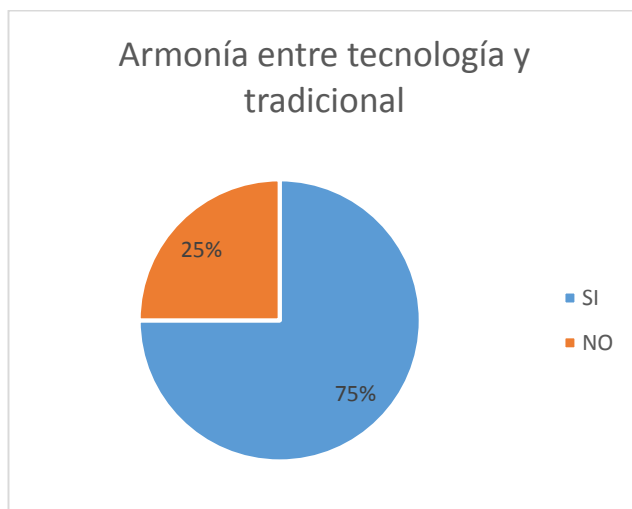
Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

Análisis:

Es importante contar con la predisposición de los administradores y propietarios de los establecimientos gastronómicos ya que con ello se puede evidenciar que es un tema por el que se puede generar expectativa y tener la facilidad de aplicarlo y sobre todo de poder investigar.

Pregunta 7. ¿Cree usted que el uso de tecnología multimedia y audiovisual podría armonizar con la difusión de la historia ancestral de los platos típicos del cantón Otavalo?

Figura 7 Armonía entre Tecnología y Tradicional



Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

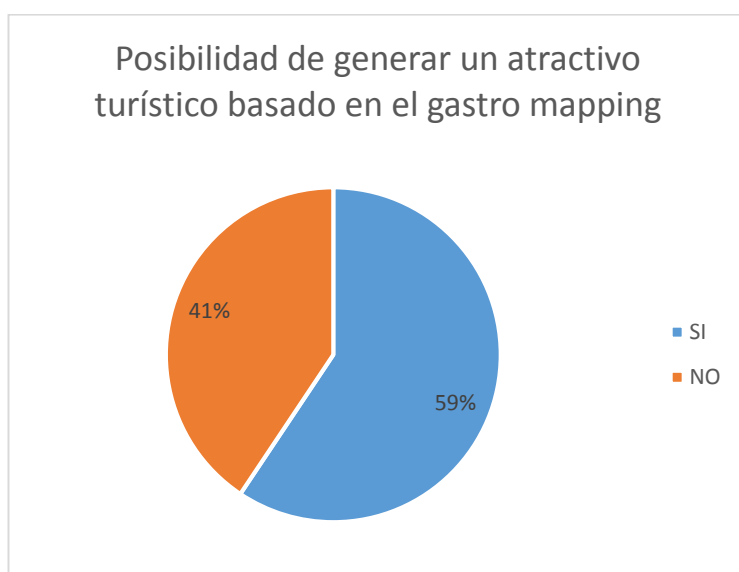
Análisis:

Es sumamente interesante el poder cuantificar una posición abierta y dispuesta a la innovación, todas las herramientas que se puedan usar con respeto armónico de la cultura y manteniendo lo ancestral como principal recurso se convierte en una alternativa sumamente valiosa.

Análisis del argumento: Se puede ver también que una buena parte de empresarios ven como “incoherente” según los argumentos analizados en las encuestas el hecho de poder combinar la tecnología y lo ancestral, esto permite que se tenga mucho más cuidado en la manera en que se utiliza las herramientas tecnológicas.

Pregunta 8. ¿Considera usted que un establecimiento el cual difunda la cultura gastronómica ancestral de Otavalo a través del gastro mapping se convierta en un atractivo turístico?

Figura 8 Posibilidad de Generar un Atractivo Turístico Basado en el Gastro Mapping



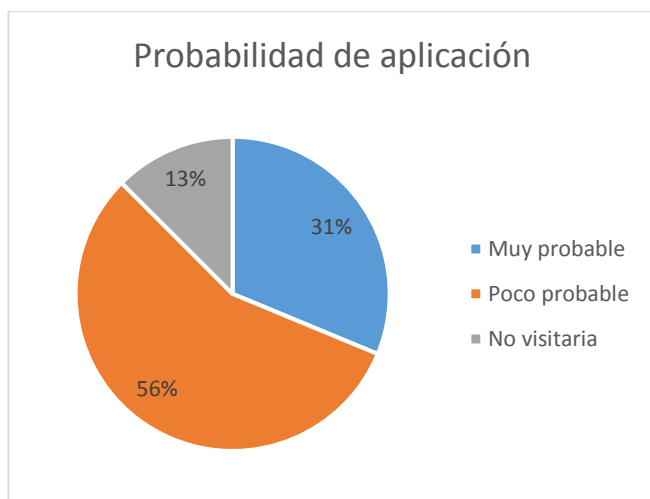
Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

Análisis:

En este punto se pudo obtener datos bastante diferentes a la percepción que tenían sobre el gastro mapping, el plantearlo como atractivo turístico se ve que existen posiciones divididas, es posible que se le vea solamente como una herramienta o tal vez se puede ignorar el potencial de esta herramienta tecnológica, con este resultado se evidencia tal vez que se pueda generar el sentir de “competencia” entre quienes ya forman parte de la oferta gastronómica pensando que se puede aumentar diversos productos con los que se compita en el mercado.

Pregunta 9. ¿Qué tan probable es que usted aplique la técnica de gastro mapping en su local?

Figura 9 Probabilidad de Aplicación



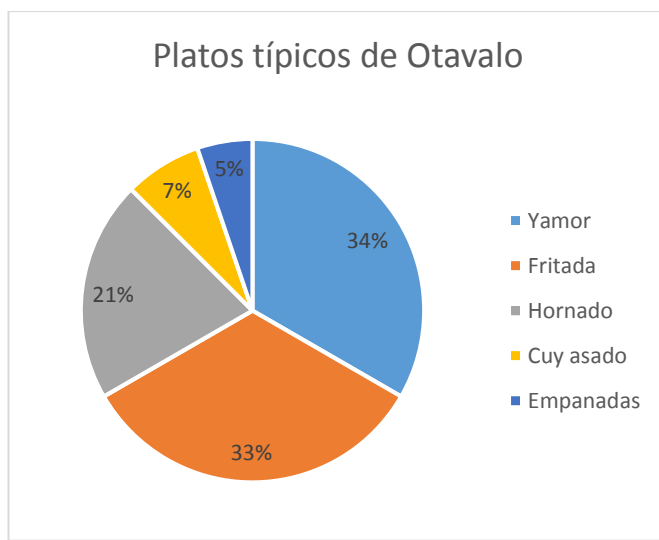
Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

Análisis:

Los datos obtenidos en este aspecto es que empieza un poco a cambiar la opinión de los encuestados en cuanto a la aceptación de la propuesta, algunos la ven como una alternativa y otros simplemente se niegan a utilizarla, muy probablemente sea por que las temáticas de estos establecimientos ya estén bastante delimitadas y por ella se prefiera mantener el lugar tal y como esta.

Pregunta 10. Mencione tres platos típicos de Otavalo que a su consideración sean los más representativos o los más comercializados.

Figura 10 Platos Típicos de Otavalo



Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

Análisis:

No fue una sorpresa los resultados obtenidos ya que es bien sabido que el Yamor y la Fritada con los platos insignias de Otavalo, más sin embargo demuestra el poco conocimiento de productos gastronómicos sobre todo los de origen ancestral que pueden ser rescatados y revalorizados.

11. ¿Conoce usted la historia de algún plato típico de Otavalo?

Figura 11 Conocimiento de la Historia Gastronómica



Fuente: Resultados de entrevista a administradores gastronómicos del cantón Otavalo
Realizado por: Belen Tituaña como producto de la investigación.

Análisis:

Es importante recalcar varios aspectos en torno a esta pregunta, muchos de los que contestaron que sí conocían de la historia de los platos, mencionaron no recordar en ese momento cual era, y muchos de los cuales solo daban rasgos de origen y de festividades, pero ninguno en absoluto se basó en una historia o mito relacionado con lo ancestral de algún plato tradicional, por tanto estos datos son bastante sesgados y no reflejan el acervo cultural gastronómico de propietarios y administradores de los establecimientos en estudio.

6.1.2. Análisis de los resultados de las entrevistas

La presente investigación busca analizar al gastromapping como una alternativa de difusión de los platos tradicionales y ancestrales del cantón Otavalo, para lo cual se aplicó dos entrevistas semi estructuradas, para establecer los diferentes puntos de vista, motivaciones y datos para lograr obtener la perspectiva general desde varios puntos.

6.1.2.1. Entrevista dirigida a profesionales involucrados

Tabla 2 *Lista de entrevistados*

N° Entrevista	Entrevistados
E1	Gonzalo Rubio director de la GESTURH
E2	César Cotacachi, emprendedor gastronómico, gestor cultural.
E3	Narciso Conejo Redactor de APAK.
E4	Santiago Romero Castro productor multimedia de la PUCESI.

Fuente: Entrevista a expertos gastronómicos, septiembre 2018

Autor: Belén Tituaña

Resultados de la entrevista.

1. *¿Conoce usted lo que es el gastro mapping y de ser así considera usted que podría ser una herramienta de difusión de los platos?*

E1: Encuesta Y por supuesto que he tenido la oportunidad de conocer acerca de esta actividad visual que es muy atractiva que se le está utilizando mucho en su virtud en Europa para la presentación de platos incluso para la espera de la llegada

de los platos y crear más expectativas sobre todo para el consumidor y pienso que es muy importante estar actualizado y utilizar este tipo de proyecciones digámoslo así para poder de mejor manera y con más fuerza y dar a conocer nuestra cocina sería una gran idea.

E2: El gastro mapping podría ser una alternativa novedosa al menos en nuestra región porque es una despierta la interactividad yo diría entre el cliente en este caso de un local de un restaurante versus el proveedor de este servicio lo haría más de interesante Incluso en gastro mapping podría desplazar en el buen sentido a la carga al físico podría desfilan todos los platillos en fotografías podría desplegar todo el tema de lo que se está ofertando en base a recetas en distintos idiomas en sí que la gente pueda enterarse de una manera más visual más que a través de la lectura por ahí sería.

E3: Bueno estaba revisando un poquito más bien gracias que me avisó con tiempo iba hacer un vacío en esa, pero me parece interesante la propuesta Entonces le revise un poquito y sí pues la innovación parte del turismo y todo esto. Bueno antes que nada Muchas gracias por la espera por haberme tomado en cuenta también en este aspecto para mí el tema de gastro mapping realmente me tomó de sorpresa para mí es nuevo como usted mismo lo menciona lo había revisado un poquito es una técnica nueva a nivel de la región inclusive no sino de Ecuador entonces Vete a mí me parece una buena alternativa tomadas de las redes sociales de otros modos que se utilice para difundir y para fortalecer la parte del conocimiento de la identidad la cultura creo que en ese sentido le veo que puede ser bastante innovador bastante útil para justamente poder llegar no porque muchas veces como que en parte también por la cuestión de la globalización y todo como que la gente deja de consumir lo nuestro no teniendo técnicas de modernidad se pierde lo que es la soberanía alimentaria Entonces con eso yo creo que una alternativa demostrar no la riqueza cultural para el turismo nacional e internacional yo le veo bastante Útil para para el trabajo Incluso un proyecto que se pueda plantear.

E4: Conozco el gastro mapping pero desde mi punto de visto no creo q sea una herramienta de difusión sino más bien de entretenimiento, ya que la tendencia del mapping aplicada a cualquier área como gastronómica, diseño o cualquier área tiene como objetivo de entretener de una forma más dinámica. Le veo más como una forma de entretenimiento más no de difusión, pero de acuerdo a la manera en que se plantee si se tiene la parte exacta de la historia del plato me parece una herramienta muy innovadora si se tiene en cuenta el tiempo ya que el cliente no puede esperar media hora para comer mientras ve el video, está muy bien planteado, pero con este limitante del tiempo.

Análisis

El gastro mapping es una alternativa novedosa en la cual concuerdan en su aplicabilidad E1, E2, y E3 como un medio de difusión de los platos ancestrales y tradicionales. E1 manifiesta que puede ser una herramienta que genere expectativa del cliente mientras se encuentra en la espera del plato, en contraste apoyado por E2 el cual considera que la innovación que esta herramienta tendría en la región sería de alto valor para el turismo. Más sin embargo E4 lo ve más como una alternativa de entretenimiento más no de difusión por lo que la idea misma del gastro mapping deriva de un espectáculo de entretenimiento pero que puede ser adaptada de acuerdo al planteamiento con el cual se quiera usar.

2. *¿Considera que las nuevas tendencias gastronómicas pueden ser utilizadas para promover el rescate de la gastronomía local? argumente por favor*

E1: Ya las nuevas no creo tanto sino más bien la innovación en cuanto a tecnología y métodos y técnicas nos puede ayudar mucho a rescatar la cocina tradicional creo yo que las invenciones que muchos tienen están haciendo a nivel mundial y muchas veces la gente lo sigue, pienso que no tendría mucho sentido aplicar a la cocina porque esta cocina es una es muy diferente a la que se está haciendo en otros lugares y más lo que yo pienso es que Primero debemos tener documentado y cimentar y puesta en valor nota gastronomía una vez que tengamos bien hecho

esto podemos empezar a trabajar en mejorar la presentación en mejorar la manera de emplatar mejorar la manipulación e higiene que nos hace muchísima falta Y con esto así podremos innovar ser más creativos Pero siempre y cuando respetemos las recetas y Su contenido tradicional, cultural y antropológico de la gastronomía.

E2: primer habría que definir Qué son las tendencias gastronómicas hay una contradicción A mi manera de entender Si queremos rescatar la tradición gastronómica de una localidad habría que mantener la manera tradicional entre comillas también de prepararla cuando hablamos de nuevas tendencias puedo estar equivocado yo me siento como parte de ese público no tan informado al respecto pero a mí lo que se me viene a la cabeza y como primera idea cuando escucho esto es vamos a utilizar por ejemplo conocimientos de los tres nuevas habilidades nuevas mezclas con eso ya estaríamos para mi concepto alterando la preparación tradicional de un plato valga la redundancia tradicional.

E3: Bueno yo pienso que no hablo mucho de rescate alguien dijo que rescate Es sobre algo que realmente ya está perdido y en realidad nuestra cultura trasciende tal vez en nuestra ciudad lo estén utilizando los conocimientos las prácticas no cierto de preparar platillos preparar su comida con sus propios productos con sus propios conocimientos con sus propias técnicas sin embargo nosotros seguimos degustando los platillos Entonces en ese sentido este yo creo que esas nuevas técnicas No es cierto puede ser bastante útil No cierto bastante una técnica que yo creo que sí se debería aplicar la No acá también hemos escuchado un poquito de la gente que trabaja de que Otavalo es una ciudad turística de repente no está bien coordinada no está bien si no está bien llevada Se podría decir No está bien difundida no se la aprovecha bien el turismo acá en Otavalo solamente es de paso ni siquiera el turista come No aquí en Otavalo si no va a Chorlavi o ahí así entonces cómo es de paso en ese sentido yo creo que difundiendo estas nuevas alternativas y realmente puede aportar por un lado a que la gente se quede también por la parte gastronómica y también por la parte visual informativa que se daría a través de esta técnica.

E4: Claro, indudable todas las herramientas que se pueden dar tanto visuales, audiovisuales, de diseño o ideas innovadores que pretendan informar a la ciudadanía lo que se están perdiendo siempre será importante.

Análisis

Es bastante positivo comprobar que los matices de respuestas han sido bastante interesantes podemos entender el sentir de cada entrevistado desde la fundamentación básica que hace E1 al considerar que lo más importante para la difusión de técnicas ancestrales y en gastronomía en general, es cimentar una base de datos e información que permitan sustentar el desarrollo de una investigación y que la muestra que se haga tenga una base técnica y de investigación. En opuesto con E2 que reflexiona que es bastante complejo poder obtener una experiencia ancestral introduciendo técnicas que no irían en armonía con el principio de “ancestral” y que no concuerda mucho en la utilización de alternativas de difusión sin antes establecer con fundamento que es una “tendencia” ya que lo principal sería preservar el plato desde su origen. Podemos comprender también que se considera que el gastro mapping de alguna manera afectaría la raíz del plato ancestral con lo cual obtenemos la premisa de dar a conocer que no se pretende hacer alteraciones a los platos más solamente presentarlos, como así lo sostiene también E3 quien manifiesta que sería una mezcla interesante e importante con gran valor de difusión y del mismo modo E4 considera que compartir información de este tipo da mucho más valor informativo del producto al cliente.

3. ¿La implementación del gastro mapping en qué medida mejoraría la presentación de un servicio gastronómico?

E1: Bueno no mejoraría la presentación sino más bien ayudaría difundir porque esta actividad se dio eso todos los chicos que estudian diseño gráfico y manejo de la atracción sensorial a través de la vista a través A través de animaciones e incluso dos Yo pienso que es una buena actividad que pueden hacer estos muchachos de diseño de publicidad imagen televisión incluso para que pueda en conjunto trabajar

con los restaurantes para mejorar esta manera tanto la publicidad como la sensación la experiencia que uno quiere vivir dentro de un restaurante.

E2: valga la aclaración Entonces yo creo que me considero una persona muy conservadora cuando me cuando tratamos lo tradicional de creer hacer nuevas presentaciones esté más visto por ejemplo en los últimos años en los grandes restaurantes de Quito se han promocionado por ejemplo la fanesca que yo diría que 10 años un poco más tal vez 15 años 20 años atrás no era un platillo considerado digno sino de ser ofertado servido dentro de establecimientos como éstos de Gran renombre pero ahora ha cambiado ahora ya tenemos la fanesca la colada morada que son platos que han sido servidos en establecimientos considerados de élite o de renombre pero es una tendencia que yo pelearía un poco en ese aspecto ya que me explica usted sobre el tema de las tendencias no para mí es no Entonces yo creo que el tema es una lucha por qué yo estoy metido en el tema turístico años Tengo Ya mi concepto y mi visión ha enfocado en lo que debería ir al turismo en lo que deberíamos ir a sitios como estos en Otavalo que hablamos de lo tradicional no estoy de acuerdo que cuando hablamos de lo tradicional necesariamente tengamos que hacerlo tal cual como sé si hace 80 90 años atrás es importante la presentación Pero al menos yo no cambiaría más allá no sé si pongo números más allá de un 25% de las cosas tal vez del envase en el que se le va a ofertar pueda cambiar un poco por cuestiones de salubridad higiene de presentación pero de ahí el tema de ingredientes la manera de prepararlos y muchos de estos platillos eran preparados por ejemplo en leña deberíamos recuperar porque de una u otra forma el tema del humo y el ambiente si le da un valor Me atrevo a decir incluso una cuestión en tiempos modernos el concepto una imagen un poquito más Mística si el aroma de los alimentos preparados con leña tiene totalmente otros alimentos preparados en ollas de barro tienen otro sabor e incluso cuando hablamos del tema de salud de alimentos orgánicos de recuperarla el conocimiento tradicional deberíamos Volver al uso de estos implementos y no solamente de los ingredientes sino de la manera cómo se prepara sí creo que me hago entender.

E3: bueno como dicen la comida entra por los ojos no En ese sentido Pues yo le veo que aplicando Esta técnica no con las nuevas tecnologías y demostrando al cliente no algo así como de marketing social un poco de mostrar los nuevos valores los conocimientos que tienen cuanto a gastronomía no sé si solamente a nivel de Otavalo pero a nivel de Ecuador no también se puede mostrar esa diversidad cultural mente como somos muy diversos tenemos mucho que mostrar en ese sentido yo creo que utilizando una buena imagen un buen lenguaje cinematográfico una buena fotografía Yo espero que eso puede ser muy positivo.

E4: Yo creo que un 100%, en realidad lo que si por ejemplo tu pones audio y abra un conflicto con el tema de si el lugar es muy amplio y las personas que van llegando y exista bulla, pero si tu cuentas una historia sin necesidad de audio y está muy bien y si lo planteas de 3 a 5 minutos está perfecto e incluso dejarías entre abierto una forma en que la gente interactúe y hable de tu tema porque si bien es cierto la cultura está ahí o las tradiciones de algún lugar de algún platillo quizás la saben quizás no pero al presentar esta idea innovadora antes de consumir el platillo pues tú ya das paso a que continúen hablando de eso analizando de eso y a posteriori puedes hablar con tus amigos y vas a decir que vayan a ese lugar porque hay esta herramienta innovadora que te va a servir mucho.

Análisis

La presentación de un plato siempre es una preocupación por parte de quienes ofrecen estos productos de este modo E2, E3 y E4 concuerdan en que mejora la presentación de un plato y que alienta al consumidor a generar expectativa y al ser una alternativa de difusión hace que lo novedoso de la propuesta genera también un impacto en el cliente para que pueda comentarlo como una nueva experiencia, de otro lado E1 manifiesta que la presentación no se ve mejorada sino más bien es una herramienta que mejora la difusión de un plato o de la gastronomía, ya que la presentación del plato depende íntegramente de quien lo prepare y el gastro mapping solo ayudaría a realzar el valor de mencionado plato tradicional lo que contrasta lo dicho por E2 que manifiesta qué tratemos sobre todo de entender el

proceso de antes de que el alimento llegué a la mesa para poder valorarlo, para poder entenderlo, para poder comprenderlo y saber que detrás de ese plato hay una serie de conocimientos, hay una serie de estrategias de procesos, en fin... que han sido aplicados para que ese alimento llegué a nuestra mesa en la forma que se lo presenta y en ese aspecto el gastro mapping serviría como una plataforma interactiva para crear está conciencia.

4. *¿Está usted de acuerdo en que se utilicen las herramientas tecnológicas para la difusión y rescate de la gastronomía?*

E1: Es una oportunidad para trabajar en conjunto no como le había dicho su momento la unión de fuerzas ayuda a salir adelante y rescatar muchísimas cosas Yo pienso que en expertos en los mapping en conjunto con el gastrónomo que le dé la información podemos hacer maravillas que nos puede ayudar a impulsar una forma incluso digo yo acerca de la gastronomía porque nosotros debemos aprovechar la tecnología de una forma positiva para estar dentro de un mundo globalizado Y dar a conocer no sólo las preparaciones sino también la historia la receta la cultura antropológica las festividades etcétera y que todo esto engloba la gastronomía engloba el turismo y afianzamos para que dinamice la economía de dónde se va a aplicar este tipo de sistema.

E2: Totalmente de acuerdo para difundir si no sé si venga al caso la oportunidad pero cuando hablamos del rescate de la gastronomía tradicional lo hagamos de lo mejor posible pero para la promoción si podemos utilizar herramientas si tenemos todo eso de la mano Qué mejor que aprovechar y utilizarlo pero con la finalidad de fortalecer de revitalizar El conocimiento en torno a la preparación de estos alimentos tradicionales de crear una conciencia en la ciudadanía de que el costo del valor no solamente refleja el costo o más bien dicho los distintos procesos para preparar el platillo los alimentos que hay que pagar el arriendo que hay que pagar al chef sino también que hay un valor adicional que la gente está dispuesta a pagar por ese por ese Plus si cabe el término que me va ayudar a mí a vender incluso podría ser el gastro mapping podría ser una importantísima herramienta no

solamente insisto para presentar el platillo sino también para crear conciencia como una educación gastronómica en el mismo en la misma forma en la que trabajamos en cuanto a educación ambiental o educación turística podríamos hablar respecto a educación gastronómica sí Muchos hablan por ejemplo de la de la nutrición muchos dicen las nutricionistas o las personas que se encargan de esto tienen esa tarea pero yo creo que el gastro mapping podría servir para crear una educación más que simplemente informar y decir que coma tantas cantidades y quiere mantener su figura su salud le va que esto le va a beneficiar para tal o cual órgano sino más bien para la educación gastronómica desde la raíz que es cultivar para que usted tenga estos alimentos sanos sobre su mesa debemos garantizar suelos saludables libres de agroquímicos agrotóxicos la manera incluso de regar con agua limpia de abonarlo de cuidarlo de protegerlo eso garantiza que usted tenga alimentos de calidad sobre su mesa y con eso Hemos preparado estos alimentos tradicionales para ir y el tema de la educación ambiental un poco más integral ya que va a ser una herramienta muy novedosa Y eso va a causar curiosidad y como tenemos la atención capturada de la gente hay que aprovecharlo para educar en este aspecto eso primerito.

E3: Yo creo que si de alguna manera se lo está haciendo también no pero yo creo que como gastro mapping nosotros desde nuestro espacio también lo hemos estado utilizando las nuevas tecnologías y tal vez un segmento sobre gastronomía se abren sobre comidas tradicionales Entonces yo sí le veo que el utilizar no cierto los nuevos conocimientos las nuevas técnicas de apropiarse de esas técnicas para Para nuestras necesidades yo creo que no afecta en ninguna manera negativa sino más bien a corta el camino para los objetivos y los fines que queremos lograr.

E4: Si indudable en la nueva era que vivimos ojo que en el tema del gastro mapping en el tema de la implementar nuevas herramientas audiovisuales para la información para quizá tener información en el archivo histórico del desarrollo de una cultura va más allá trasciende un poco mas alla, no es que simplemente se va a quedar en un local en un restaurante la idea es que vivimos en una era digital

entonces esa idea se va a expandir y va a conocer mucha gente entonces está bien planteado.

Análisis

Es bastante importante el eco que se ha hecho en esta pregunta en la cual se llama a la unión de herramientas que ayuden a la difusión E1 manifiesta que es una oportunidad para trabajar en conjunto, la unión de fuerzas ayuda a salir adelante y rescatar muchísimas cosas expertos audiovisuales en conjunto con el gastrónomo que le dé la información puede ayudar a impulsar la gastronomía porque se debe aprovechar la tecnología de una forma positiva para estar dentro de un mundo globalizado Y dar a conocer no sólo las preparaciones sino también la historia en concordancia con E2 que manifestó que la mejor manera de aprovechar la tecnología y utilizarla con la finalidad de fortalecer de revitalizar el conocimiento en torno a la preparación de estos alimentos tradicionales y de este modo apropiarse de esas técnicas para Para nuestras necesidades E3 considera que no afecta en ninguna manera negativa sino más bien a corta el camino para los objetivos y los fines que queremos lograr.

5. *¿Considera que la creación de contenido multimedia que promueva el rescate de la gastronomía ancestral ayude a que los clientes puedan comprender el sentido histórico de un plato típico?*

E1: es básico Empezar para conocer la cultura gastronómica desde las raíces de los cimientos y de ahí si poder ir creciendo.

E2: Es muy claro cuando se ha hablado o el refrán que dice una imagen vale más que mil palabras yo creo que la experiencia visual que pueda tener un comensal en un restaurante que va a ofrecer este esta experiencia insisto como dije anteriormente es una buena puerta para crear esa conciencia no y un poco romper estereotipos y prejuicios sobre ciertos alimentos tradicionales hablemos por ejemplo del caso de ciertos alimentos que en los últimos años al menos aquí en

Otavalo le ha dado valor hay que recordar porque yo recuerdo hace años cuando yo era un adolescente acompañaba a mi mamá a vender ciertos granos en el mercado y la gente mestiza por ejemplo no le daba valor porque se lo consideraba comida o alimento de indios pero ahora vemos que con el paso del tiempo y en reconocimiento de las cuestiones alimenticias de la cuestión nutricional la gente se está volcando amada este tipo de alimentos amamos por ejemplo de la quinua de la chuchuca de los berros de otro tipo de alimentos incluso los insectos los tradicionales catzos que hasta hace poco tiempo Bueno ahora hay jóvenes aún que no da valor pero la misma FAO considera que las insectos van a ser los alimentos principales en un futuro cercano por su alto nivel de nutrientes que tienen estos animales Entonces yo creo que si ayudaría mucho Sobre todo a romper prejuicios y a romper estereotipos sobre este tipo de alimentos.

E3: Yo creo que sí mientras la gente tenga más de acceso de poder tener más información lo va a valorar más de hecho va a interesarse en el nuevamente en volver no a consumir lo nuestro porque como de repente hay hasta por curiosidad de repente no es que a un turista nacional mismo si no es de afuera y si lo vendo a través de esas nuevas tecnologías gastronómica esa riqueza gastronómica de despertar el interés y yo creo que realmente sería como un complemento para lo que usted propone.

E4: Si indudable en la nueva era que vivimos ojo que en el tema del gastro mapping en el tema de la implementar nuevas herramientas audiovisuales para la información para quizá tener información en el archivo histórico del desarrollo de una cultura va más allá trasciende un poco mas allá, no es que simplemente se va a quedar en un local en un restaurante la idea es que vivimos en una era digital entonces esa idea se va a expandir y va a conocer mucha gente entonces está bien planteado.

Análisis

Partiendo de la idea que proporciona E1 que manifiesta que es básico Empezar a conocer la cultura gastronómica desde las raíces de los cimientos e ir creciendo.

De la mano con lo que E2 manifiesta en que la experiencia visual que pueda tener un comensal en un restaurante puede crear una puerta para incentivar esa conciencia y romper estereotipos y prejuicios sobre ciertos alimentos tradicionales y que las herramientas audiovisuales se conviertan en un método para quizá tener información en el archivo histórico del desarrollo de una cultura va a elevar su valor en concepto de E4 no es que simplemente se va a quedar en un local o en un restaurante la idea es que al vivir en una era digital esa idea se expanda y esta alternativa se dé a conocer ya que según E3 mientras la gente tenga más acceso de tener más información lo va a valorar más de hecho va a interesarse en volver a consumir lo nuestro.

6. *¿En el caso de haber un servicio o un establecimiento que ofrezca este servicio usted acudiría?, ¿con quién? Y ¿por qué?*

E1: Es que el mapping tiene varias connotaciones no, y más bien dependería de como el restaurante le maneje el mapping porque hay varios tipos de mapping y sería más bien de cómo le diseñe el restaurante porque no es lo mismo que vaya un grupo de jóvenes a que vaya una familia con niños pequeños, entonces la manera de proyección de este mapping debe ser en como este enmarcado el mercado en el que me estoy dirigiendo.

E2: Yo creo que sería uno de los primeros clientes en este aspecto porque sería una situación muy novedosa que mientras esperamos pueden pasar entre 10 ó 15 minutos son muy valiosos que podemos usar para captar la atención del cliente y si yo acudo con familia o amigos yo creo que es un espacio para acudir con todas las personas yo no podría decir que para un restaurante que ofrece gastro mapping debería ir necesariamente con cierto tipo de personas puedo ir con mis amigos puedo ir más bien el administrador del restaurante debería tener varias alternativas si yo veo que en una mesa se acercó Con niños o con jóvenes puedo hacer una proyección que ayude a fortalecer este tipo de conocimiento Pero si yo voy con amigos creo que puede haber otra manera de fortalecer este conocimiento para

que exista otra experiencia del gastro mapping y que después de servirse el alimento pueda crearse un tema de discusión y de análisis Yo creo que por ahí puede venir también los restaurantes educativos podría ser una nueva tendencia como usted me explicaba así en la que un lugar en el que usted no solamente entra a pedir su platillo favorito si no entra además de que consume su alimento favorito alimento favorito aprende y ese sería el valor agregado de este restaurante el cual le daría también una capacidad más bien dicho si de ser más competitivo frente a otros establecimientos que ofrecen no exactamente el mismo tipo de alimento pero Alimentos como los restaurantes si esa sería una buena tendencia.

E3: Bueno primeramente acudiría con la familia mismo no yo creo que la educación la información es de la casa mismo en ese sentido de repente sobre todo las innovaciones que tengan como tendencias de comida rápida o no está mal no pero sin embargo también que conozcan la gastronomía y que en ese sentido si en la casa mismo de repente por cuestiones laborales u otras que por el tiempo mismo no cierto no se ve que las nuevas generaciones sino no tienen tiempo como nuestros nuestras mamás nuestras abuelitas Que prácticamente se quedaban en la casa para preparar la comida Entonces él tenían todo el tiempo para poner en práctica sus conocimientos Entonces por la nueva realidad la familia como digo la esposa salen a trabajar entonces los niños no tienen en donde informarse o cómo comer por suerte todavía viven las abuelitas que saben Cómo se preparan en ese sentido para las generaciones que vienen tal vez las mamás ya no les dan preparando o si lo vemos no en espacios como en éste que es el gastro mapping tal vez lo que los papás vieron puede ser un motivo incluso de Educación no de transmisión a sus hijos o hasta volver a preparar la no en algún momento Entonces yo soy yo creo que lo primero con quién iría es con la familia buscar y a pasar la voz a otras personas y dar conocimiento internacional cuando nos ponemos en contacto para que también le gusten y conozcan el Parque del desarrollo alimentario que tenemos.

E4: A ver yo la verdad a las personas que a quien les encantaría es a los niños por ejemplo nosotros los adultos o quizá la generación que esta antes que nosotros

quizá les llame la atención, pero las nuevas generaciones los niños los jóvenes están creciendo en la era digital, entonces imagínate lo que es para un niño de 5 o 7 años le lleven a comer y vea en el plato la historia de lo que va a comer.

Análisis

E1, E2 y E3 concuerdan en que lo más importante de la aplicación de esta herramienta debe ir en sentido familiar y orientada a la educación que se solía dar desde el hogar y que se debería trabajar en la segmentación de mercado con el cual se quiere trabajar para de este modo impulsar la historia gastronómica de la cultura del cantón Otavalo, de otra perspectiva E4 manifiesta que se debe tener importante cuidado en el uso del equipo audiovisual ya que al ser un espacio público el sonido puede ser un factor importante para tomar en cuenta ya que la ambientación deberá impulsar a crear un factor de atención del cliente.

7. ¿De las tres opciones qué aspecto considera más importante en la difusión y rescate de la gastronomía ancestral? y ¿por qué? historia, técnicas ancestrales, ingredientes.

E1: No se puede descartar a ninguna la historia de su práctica las técnicas ancestrales mucha se las utiliza otra se las ha dejado de utilizar y podríamos analizar en qué sentido está sucediendo esto no Y los ingredientes también es trazabilidad y dar a conocer que como Ecuatorianos estamos utilizando nuestros productos no y dar eso también yo pienso que ninguna de estas las podemos dejar a un lado las 3 considerarlas utilizarlas Fortalezas y utilizarlas para que nuestro cliente esté más a gusto más feliz dentro de nuestra experiencia gastronómica que es a través de proyecto de investigación está enfocado en la ciudad de Otavalo tomando en cuenta esto qué platillo le gustaría ver representado con la historia en la herramienta del gastro mapping, yo viví muchos años en Otavalo y me gustaría por ejemplo ir a un lugar y por ejemplo que me expliquen y represente una forma muy divertida alegre acerca de la elaboración de la chicha del Yamor historia también del plato típico de Otavalo que se lo sirve acompañado de la chicha de

Yamor y hay otro que en algunas ocasiones he probado cómo hacer la colada de churos o también la tripa que es uno de los productos que generan mucha expectativa y mucha atracción a la gente de afuera Aunque mucha gente de afuera no le gusta comer pero sí conocer y probar un poquito degustar pero yo pienso que tenemos que defender el plato típico que acompaña Defender el Yamor y el plato típico que acompaña la chicha del Yamor que en este septiembre de da a conocer, se lo debería presentar este plato todo el año, Otavalo quedaría muy bien.

E2: Yo creo que los tres van de la mano más bien pondré en un orden que sería el tema por ejemplo de los ingredientes la técnica y la historia iría más bien de abajo hacia arriba el tema de los ingredientes porque la historia muchas veces no es tan atractiva la gente ahora la tendencia de la gente es querer ver incluso vemos en los sobrecitos no cierto la información que le llaman tipo semáforo alto en azúcar alto medio bajo en azúcar alto medio bajo en grasa o alto medio bajo en sal Entonces yo creo que esa preocupación de la gente es la que debería primar Respecto a los ingredientes y cómo fueron cultivados después sobre las técnicas ancestrales ahora por ejemplo nuestro país del tema de la pachamanca se está volviendo interesante y hay un joven por ejemplo un amigo fotógrafo que compartir su experiencia de una pachamanca si bien es cierto es una técnica de preparación de alimentos andinos pero específicamente de la zona del Perú pero acá en Ecuador está teniendo una situación muy grande justamente por la novedad Sí y de ahí contaríamos el tema histórico del por qué o cómo se preparaba este tipo de alimentos antiguamente había mucho tipo de alimentos que serían únicamente para la élite estamos ya casi un mes por ejemplo de celebrar el Yamor aquí en la ciudad es una bebida tradicional que según la historia era consumida en el equinoccio de otoño y era solamente una bebida preparada por personas elegidas En este caso mujeres que preparaban esta de vida para personas que ocupaban cargos en las élites ahora ya todo el mundo Puede acceder a esta bebida pero si contamos al cliente sobre el valor histórico sobre el valor cultural y la técnica como se la prepara le da un valor adicional buenazo Y eso podría incluso ser una estrategia de marketing de este tipo de alimentos Bueno a través del gastro mapping.

E3: yo creo que historia no mucho porque para entender la historia se necesita más tiempo más entendimiento más trabajo más de investigación, pero en cuanto a lo que es los ingredientes en cuanto a lo que es sobre todo en cuanto a los ingredientes sería porque como decían la comida entra por los ojos lo que vemos entonces si el cliente no cierto el consumidor va a estar viéndonos Qué productos frescos como dicen por ahí de la mata a la olla

E4: La historia

Análisis

E1 manifiesta que no se puede descartar a ninguna, la historia, sus técnicas pero sobre todo los ingredientes que marcan la trazabilidad del plato y da a conocer lo que somos como Ecuatorianos, nosotros estamos utilizando nuestros productos para que nuestro cliente esté más a gusto, más feliz dentro de nuestra experiencia gastronómica a través del proyecto del mismo modo E2 considera que los tres van de la mano más bien se podría dar un orden por ejemplo: los ingredientes, la técnica y la historia pero potenciando el tema de los ingredientes que podrían dar más valor a la ancestralidad de los productos usados.

8. ¿Qué recomendación podría dar usted en cuanto al uso de las gastromapping para el rescate de la gastronomía ancestral?

E1: Que no trabaje a través de una investigación formal que no se improvisa y que no se ponga información que no esté respaldada a través de una investigación adecuada porque muchas veces utilizando mal estos medios podemos decir No la verdad y la gente se la cree Entonces yo pienso que se debe hacer una investigación formal real y esto darla a conocer a través de un gastro mapping y así poner las retinas de nuestros comensales nuestra identidad gastronómica bien fundamentada

E2: Incluso si podemos tener el mismo tipo de material para todas las mesas en una hora determinada eso crearía un poco de interés a la gente por querer asistir de manera puntual a un establecimiento si no se lo hace directamente en la mesa pero si lo podemos hacer en distintos ángulos de un establecimiento Incluso si puede tener esto sonido podría ser genial para poder crear ese efecto no es una buena estrategia Yo creo que por ahí iría sí de crear el interés por una presentación muy especial y específica a través del gastro mapping se pueda hacer horarios concretos es decir a la hora del desayuno si alguien quiere participar y ver este tipo de presentaciones Es decir desde las 6:30 por decir a 7 de la mañana ahí esta presentación cosas así para crear un poco más el hábito de la gente de desayunar de querer acercarse e incluso eso ayudaría mucho al establecimiento a que los establecimientos que están preparando los alimentos acierta ahora sean servidos en ese momento y sean preparados en el menor tiempo posible y se ha consumido en el menor tiempo posible yo creo que sería un buen enganche.

E3: en recomendación lo único que yo podría recomendar es que se utilice bien el guión la fotografía el lenguaje cinematográfico para que la cosa esté bien es en planos diferentes todo para que realmente con la fotografía la gente pueda visualizar bien desde el cliente y el sonido también nos es que el sonido también viene.

E4: La principal recomendación que yo daría es que se lo haga, que no quede en investigación y hay muchas cosas buenas y muchos documentos importantes y mucha información de Imbabura y creo que podría ser un proyecto piloto para aplicarlo en muchos lugares pero yo creo que la principal recomendación es centrarse en las tradiciones porque hay muchas cosas que se hacen pero en realidad no llegan a fondo a donde en realidad se hacen las cosas quien lo hizo y como lo hizo o como nació la situación mucha gente llega solo a mitad del camino y empieza a enfocar su producto audiovisual en algunos casos y ahí pero nadie llega hasta el meollo del asunto.

Análisis

El énfasis que se hace en el tema de la investigación es bastante importante E1 dice que se debe trabajar mediante de una investigación formal que no se improvise y que no se ponga información que no esté respaldada, en concordancia con E2 ya que él dice que además de la investigación se debe programar un horario fijo para la muestra del gastro mapping añadido al uso del guión, la fotografía, el lenguaje cinematográfico que menciona E3 para que la proyección esté bien en planos diferentes todo para que realmente con la fotografía la gente pueda visualizar bien desde el cliente y el sonido. E4 recomienda su aplicación para que pueda ser materia de estudio y de aplicación, pero estableciendo el inicio y la consecución y que no se convierta en una iniciativa de papel.

9. ¿En cuanto a la gastronomía otavaleña cuáles considera que son los platos más representativos de la ciudad de Otavalo?

E1: De la ciudad de Otavalo Yo pienso que hay muchos no que no podemos dar la carta de presentación única Otavalo Si no se la come toda la sierra ecuatoriana pero que también son muy característicos de Otavalo y que yo las he podido disfrutar en el mercado 24 de mayo últimamente también fui a las nuevas instalaciones y por ejemplo tenemos a la cabeza nuestra chicha del Yamor como plato típico con su acompañado con sus ricas tortillitas la lechuguita etcétera, las empanaditas pero también tenemos otros que se consume mucho en Otavalo por ejemplo en la feria en la noche en la plaza de ponchos por ejemplo se disfruta de unos caldos de gallina excelentes Podemos comer colada morada con pancito de casa Podemos comer el Morocho las humitas los quimbolitos que se venden mucho también en el mercado 24 de mayo y consumido mucho lo que son el caldo de Ville el yaguarlocro, los hornados quién sido premiados en el mundial del hornado las fritadas que se vende en Otavalo son excelentes la tripa misky Qué comida en la plaza de ponchos en la parques harán si son excelentes hay mucha comida que se la debe poner en valor y también la parte en dulces en Otavalo tienen gran historia

en sus helados del señor Andrade por ejemplo que desde niño ha consumido Y si tenemos unos dulces simpáticos en Otavalo muy muy ricos y también el mote el mote que se hace en Otavalo es excelente no es tan grande el grano pero su sabor es increíble para aprovecharlo en muchas cosas y tratar que estas cosas que tenemos sigan saliendo porque en Otavalo lo que más he visto es cocina mexicana italiana cocina china y de otros lados yo creo que en Otavalo para comernos una rica tripa mishqui tengo que ir a una hueca que sólo la gente sabe Pero en cambio la cocina mexicana en cada cuadra conseguimos restaurantes de cocina rápida también pollo broaster por todo lado hamburguesas por todos lados hay sitios específicos que se consigue excelente comida pero se lo está perdiendo deberíamos potenciar eso para mí es una buena cosa el mercado 24 de mayo y sus nuevas instalaciones es una experiencia muy bonita agradable se encuentra de todo y a buen precio.

E2: Si justo hablamos del tema de la pachamanca podría ser uno de los platillos muy bien diseñados y presentados por este medio también hablaría mucho sobre algunos otros Alimentos como los cuyes la preparación de algunos insectos como los casos Si por ejemplo tengo entendido que en Quito ya hay un restaurante especializado en servir comida amazónica y no he tenido el gusto todavía pero me encantaría probarlo el chontacuro por ejemplo o el mayto o el verde preparado igual de la manera como lo hace en las comunidades indígenas de la Amazonía entonces para uno era difícil de pronto era viajar al Tena o al pollo o alguna otra ciudad o algún otro pueblo de la Amazonía pero cuando uno se entera que ya hay un restaurante a dos horas de aquí sí me atrevería algún rato Quiero conocer este sitio y yo creo que iríamos más bien por ahí si el tratar de despertar el interés de la gente por tratar de consumir este tipo de alimentos.

E3: bueno como hay una variedad y pensando en el turismo pero como no todo Sin una gran parte es vegetariano a mí me gusta por ejemplo la chuchuca entonces a mí me gustaría degustar o no sólo que la gente conozca esos platos que son domésticos pero también que la gente venga a degustar no y bueno en platillos así medios sagrados por decir así que utilizan en tiempo sagrados como en el inti raymi

o en algo más no sé más íntimo creo o de mayor importancia como en el matrimonio a mí me encanta el cuy no la crema de maíz con el cuy y yo creo que eso podría ser otro platillo.

E4: Me gustaría saber del uchú jacu porque por ejemplo mucha gente se refiere pero hay casos puntuales en que tal vez no haya una gran historia detrás del plato y me regreso a la pregunta anterior por eso creo que para cada uno de los platillos que se plantee hacerlo, por ejemplo en este caso no me interesaría mucho la historia si no que en mi casa que mi hijo vaya y conozca que ingredientes tiene y así dependerá de cada platillo si la historia o los ingredientes. La chicha del Yamor o la colada de churos.

Análisis

E1 indica que hablar de la gastronomía otavaleña en específico es algo complejo ya que se podría hablar de una generalidad de productos que se consumen en la región sierra E3 y E4 manifiestan la importancia de que independientemente del plato que se vaya a utilizar lo importante sería resaltar la historia que esté detrás del mismo sin embargo se mencionan en algunas ocasiones por algunos de los entrevistados platos como el Yamor, la fritada, el mote y el uchujacu entre otros.

10. Como último tema, si no se incluyó algún tema o algo relevante podría usted acotar su opinión.

E1: Yo pienso que se podría manejar un poquito también sobre la alimentación popular la alimentación popular que lo hacemos sobre todo lo hacen Perdón sobre todos los indígenas es muy bonito ver la alimentación que ellos tienen por ejemplo en un matrimonio bautizo e incluso en una en un velorio Y eso es para mí algo que

tiene historia cultura tiene presencia Y eso deberíamos potenciar y darlo a conocer porque muchas personas no muchas muchísimas personas sobre todos los mestizos y los turistas de afuera desconocen esto no han tenido la oportunidad de visitar esto, pero es algo muy muy bonito muy interesante acerca de la gastronomía popular y festiva que se da en Otavalo.

E2: Yo creo que el tema del sonido sería nuevamente Me apruebo a retomar esto no sé si dentro de la técnica del mapping se puede acertar el tema de sonidos Yo creo que es lo mismo que hacen en Quito con el festival de luces me imagino que a propósito me parece que es el próximo fin de semana Entonces yo creo que eso no la técnica del mapping Podría tener sonido e incluso si podemos Añadir por ejemplo que las personas que sirven alimentos en un determinado establecimiento que ya tiene identidad Por así decirlo incluso podrían utilizar cierto tipo de vestimenta tradicional o típico de un pueblo de cuyo patrimonio gastronómico si cabe el término van a servir el platillo ese día no sé si me hago entender Por ejemplo si ese día El plato tradicional va hacer cecina lojana podría de pronto de usar el traje tradicional indígena del pueblo Saraguro o si es que dan un plato tradicional de Cuenca de la chola cuencana o si es un plato costeño de la misma manera lo con lo cual podemos crear conciencia y educar a la gente que podemos ver que hay mucha gente que viene incluso con sus hijos y crear el interés de decir mamá papá De qué manera preparan esta comida aprovechar mucho el tema de los restaurantes educativos gastronomía educativa por ahí iría interesante la propuesta.

E3: relevante de repente no sé cuáles eran los objetivos de su trabajo, pero yo creo que también sería importante la parte de la socialización el impacto que puedan tener estas nuevas alternativas que su trabajo que su tesis pueda ser conocida por ejemplo por la gente sobre todo que trabaja en el turismo no.

E4: Me parece bien todo el planteamiento

Análisis

Se mencionaron algunos temas importantes como por ejemplo E1 pone en discusión el tema de la alimentación popular sobre todo en la cultura indígena es muy bonito ver la alimentación que ellos tienen. Así como también E2 establece la propuesta como un mecanismo para crear conciencia y educar a la gente para desarrollar un tema de restaurantes educativos y mencionan también el impacto que nuestra propuesta puede llegar a tener, desde la óptica de E3 y E4 la aplicación sería lo más relevante a tomar en cuenta.

6.1.2.2. Entrevista dirigida al técnico de la dirección de gestión socio intercultural del GAD municipal Otavalo.

El mapping es una tendencia que está tomando fuerza en Ecuador, en Imbabura se realizó un mappin por las festividades del Yamor 2018 en donde el Ing. Jimmy Armijos Técnico de la dirección de gestión social intercultural del GAD municipal Otavalo fue uno de los encargados, en la presente entrevista se evidencia el interés de los ciudadanos por dicha tendencia, así como la complejidad para su ejecución.

Resultados de la entrevista

1. ¿Cómo surgió el tema del mapping como una opción para las festividades del Yamor?

Lo que nosotros quisimos es aprovechar las características del edificio municipal que es un edificio muy bello por eso comenzamos a hacer las gestiones con el Instituto Metropolitano de diseño la Metro gracias al aporte del Sr. Vicerrector el Msc. José Carrera que realizaron un levantamiento de información cultural, con visitas técnicas a varios lugares icónicos de la ciudad como el molino de las almas,

y se trató de generar mucha identidad del cantón, el desarrollo fue de autoría del Instituto.

2. ¿Quiénes intervinieron en la puesta en escena?

El mapping estaba planificado para el año anterior, pero por varios aspectos se decidió hacer este año en la noche de la otavaleñidad, se instalaron equipos con software especializados, un corto, pero muy nutrido contenido cultural, con diseño de sombras de bailarines del cantón.

3. ¿Todo el contenido multimedia fue totalmente levantado por la Metro?

Toda la programación estuvo a cargo de La Metro

4. ¿Existió un post evento?

Hemos estado revisando redes sociales, todo proceso de investigación requiere inversión por lo cual hemos optado por percibir la reacción de la gente en redes y en la calle, demostrando que podemos realizar eventos de este nivel en Imbabura, en anteriores ocasiones no se utilizó el mapping como un evento en el que se refleje la otavaleñidad y lo que es el Yamor y sus fiestas.

5. ¿A posterior se piensa repetir la experiencia del mapping?

Otavaló tiene varios aspectos culturales y arquitectónicos con los que se puede trabajar más sin embargo siempre estaremos dispuesto a voluntades, para que la ciudadanía se sienta orgullosa del contexto cultural y el patrimonio de la ciudad.

6. ¿Cómo crees que el mapping pueda aportar para que sea un canal de educación e información para la cultura?

Nosotros no queremos un mapping decorativo, queremos un mapping reflejo, en el sentido arquitectónico conjugado con paisajes, gastronomía, cultura. Existen iconos naturales y culturales que verlos reflejados en edificios públicos es algo conmovedor, es una herramienta que sirve para culturizar a la gente, es un canal de difusión de otras expresiones artísticas que sabiendo explotar posicionará de mejor manera nuestro ranking turístico.

7. ¿Se podría tomar esta herramienta para la difusión de la gastronomía otavaleña?

No la gastronomía solamente, en el mapping proyectado se utilizó varias herramientas y lo maravilloso de esto es que las temáticas pueden ir de acuerdo a nuestra imaginación.

8. ¿Nos puede aportar con más datos de esta experiencia?

Fue el día jueves 6 de septiembre y la proyección fue de 5 minutos ya que es una corta animación que resalta las características arquitectónicas del edificio donde se proyecte.

9. ¿Quién más fue parte del equipo?

Toda la dirección social intercultural colaboró, más sin embargo en la proyección del mapping fue un equipo bastante amplio del GAD Otavalo.

6.2. DISCUSIÓN

Resultados de los análisis y expectativa lo del mapping si alguien hizo algo parecido que la gente ya está incursionando en el mundo del mapping, sirve para dar luces sobre qué temas investigar

Mediante los resultados obtenidos se pueden establecer varios puntos a considerar, hay que mencionar que en el cantón Otavalo existe una posición sesgada respecto a la ancestralidad de los platos tradicionales y de la identidad gastronómica del cantón, ya que principalmente se obtuvo que entre los platos predilectos que relacionan con la cultura Otavaleña, están platos que no son propios del lugar por lo cual se puede poner en la mesa el tema de la identidad gastronómica del cantón y las raíces de los pueblos tradicionales y propios del lugar.

Además, se estableció al uchú jacu como plato de referencia en ausencia de un resultado favorable y válido en las encuestas, más sin embargo existe poca documentación respecto a la historia del mismo, es importante que se investigue más respecto a la riqueza gastronómica del cantón Otavalo.

Respecto al gastro mapping existen varios avances en cuanto a la implementación de nuevas herramientas tecnológicas y técnicas para la innovación del área gastronómica por lo que propuestas como la que se presenta es de vital importancia y puede ser conjugada con más alternativas de desarrollo local.

Es importante mencionar que sería ideal realizar una investigación más a fondo en cuanto a la historia de los platos tradicionales darle más importancia a los métodos y a lo ancestral de la gastronomía, además en cuanto al área tecnológica es algo complejo realizar la aplicación por motivos económicos sin embargo lo más importante con el gastro mapping es generar un espacio en donde se pueda probar nuevas técnicas de difusión y se pueda ahondar en la identidad cultural y tradicional, por tanto recomendamos también realizar con esta información futuras investigaciones.

6.2.1. Sustento de la información recibida para la discusión de la propuesta

Todos los datos obtenidos mediante los diferentes métodos de investigación utilizados han dado como resultado respuestas positivas a la idea de la aplicación del gastro mapping y la difusión de platos típicos ancestrales del cantón Otavalo por lo cual con las experiencias adquiridas se establece los mecanismos a seguir para la ejecución de la propuesta, lo cual será de vital importancia tomar en cuenta varios puntos como:

- Historia del plato que en este caso sería el uchujacu.
- Ingredientes a utilizar.
- Técnicas ancestrales de cocción usadas para la elaboración del plato presentado.
- Elaboración de receta estándar con fuente de tradición oral.
- Elaboración del guión para la presentación multimedia.
- Cronograma de elaboración multimedia
- Aplicación del material multimedia.
- Análisis simple de costo de la aplicación

6.2.2. Historia del plato elegido

El uchujacu o harina picante está conformada a base de maíz, achiote y comino, para su elaboración lo principal es la selección del maíz ya que debe ser de buena calidad para luego ser dorado en un tiesto de barro a leña y finalmente ser molido junto con el achiote en grano y comino.

Esta harina tiene mucha importancia en las festividades de los pueblos indígenas de la comunidad de Otavalo ya que está presente en dos grandes celebraciones que son el Inti Raymi y los matrimonios indígenas, este potaje elaborado a base de uchujacu es denominada “boda”.

Para la elaboración de la boda es necesario el uchujacu, cebolla larga, manteca de cerdo, ajo y agua, esta preparación debe ser cocinada a leña además la boda puede ser acompañada de papas cocidas, cuy, huevo cocido o churos, el acompañamiento depende de la festividad en la que se va a ofrecer este plato y también depende de a quién va a ser ofrecido.

6.2.3. Diferencia del uchujacu según los ingredientes

Tabla 3 *Tabla comparativa de uchujacu*

OTAVALO	CAYAMBE
PROTEÍNA	PROTEÍNA
Cuy y huevo	Borrego principalmente
CEREALES	CEREALES
Maíz	6 tipos de maíz
MODO DE PREPARACIÓN	MODO DE PREPARACIÓN
Elaboración de la harina a base de tostar los granos en tiesto y su posterior molienda y luego crear el potaje	Elaboración de la harina y la incorporación de la proteína para crear el potaje

Fuente: Investigación de campo Diciembre 2018

Autor: Belén Tituaña

6.2.4. Ingredientes a utilizar.

- **Maíz:**

“La palabra maíz, proviene de la palabra mahiz, de la lengua de los indios taínos, pueblo extinguido que habito en la región de las Antillas. Es una de las plantas gramíneas de mayor tamaño.”(Hipp, 2004)

- **Aceite de achiote**

El achiote (*Bixa Orellana*) es la semilla de un arbusto de las áreas tropicales de América, se conoce también con otros nombres como bija, axiote, achote, achiotillo, analto, annatto, rocou, urucú o bizo entre otros. El nombre científico se le otorga en el siglo XVI por la familia botánica a la que pertenece (bixáceas) y por el español Francisco de Orellana, explorador y conquistador en la época de la colonización española de América, es muy apreciado en la cocina y en la industria por su poder colorante, uso que se combina con su función de condimento o especia, especialmente consumido en América Central y Sudamérica. Son muchos los platos tradicionales en los que el achiote es ingrediente imprescindible, lo vemos a continuación (“Achiote | Gastronomía & Cía, 2017”).

- **Comino**

Latín: *Cuminum cyminum*. Pertenece a la familia del hinojo y del eneldo, de flores blancas, originario del alto Nilo, del que solo se usan sus semillas aceitosas. De olor es fuerte, el comino tiene un sabor que recuerda el anís, aunque es amargo y picante y bastante más acre, en especial su aroma.(Jordá, 2000)

- **Cebolla larga**

Crecen en manojos de varios individuos. Las hojas, terminadas en punta, son cilíndricas y huecas y en las dos terceras partes del tamaño de la planta, partiendo de la raíz donde el cilindro se abulta ligeramente, crecen en capas superpuestas. Son de color verde intenso en la parte superior, diluyéndose hacia el blanco hacia la base. El olor y sabor de las mismas es similar al de la cebolla, aun cuando más suave., sustituyéndola en ciertas oportunidades. Su uso en cocina es muy variado ya que, por ejemplo, se utiliza crudo, finamente picado, para adornar y dar sabor al persillade o a la sopa Vichyssoise y cortado

a lo largo en tiras finas, dejando un par de centímetros de unión en el centro y pasándolo por agua helada, para adornar platos de la cocina oriental o de la moderna, pero también se usa en muchos guisados occidentales y en la cocina china o tailandesa (“Diccionario gastronómico. Ficha de cocina de Cebolleta Chef Uri.,2013”).).

- **Ajo**

El ajo es una planta perenne compuesta por las raíces, el tallo, las hojas y el bulbo. Este último, de piel blanca y fuerte olor al cortarse, es una cabeza compuesta por 6 o 12 gajos (o dientes) y es la parte que suele utilizarse principalmente para la elaboración de platos. En la antigüedad, los romanos, griegos y egipcios, ya lo utilizaban tanto en la cocina como en tratamientos medicinales por sus interesantes propiedades para la salud (“El ajo: la importancia de un condimento - Gastronomía.com España,2014”).).

6.2.5. Técnicas ancestrales usadas para el plato

- Cocina a leña
- Cocina en horno de barro

6.2.6. Utensilios

- Tiesto de barro
- Olla de barro
- Plato de barro
- Cuchara de Palo
- Cedazo

6.2.7. Procedimiento de preparación

- Con el cedazo tamizar la harina junto con el achiote y comino.
- Cortar en brunoise la cebolla y el ajo.
- En un bol poner dos tazas de agua fría y colocar la mezcla de harina con el achiote y comino, mezclar bien hasta que se incorporen todos los elementos.
- En una olla a fuego colocar la manteca y dejar diluir, luego sofreír el ajo y la cebolla, después colocar dos tazas de agua fría y dejar hervir.
- Una vez que la olla empiece a hervir colocar en forma de hilo la mezcla del bol y remover constantemente para evitar que se formen grumos.
- Remover la preparación de manera constante hasta que esta espese.
- Rectificar sabor con sal y servir.
- Se puede acompañar con cuy, huevo duro o churos.

6.2.8. Historia para la elaboración del guion de la presentación multimedia.

Yayku chishi o pedido de mano indígena consiste en la llegada del novio junto con su familia a la casa de la novia, es una caminata que se la realiza de la casa del novio a la casa de la novia se la podría comparar con un desfile ya que está conformado por un grupo de músicos que dirige esta caminata seguido del novio los papas del novio y demás familiares cada persona lleva en sus manos canastas grandes de fruta, pan, quintales de papas, canastas llenas de papas cocinadas con cuy y pollo, debidas, además de pollos y cuy vivos colgados en una palo largo de madera, durante el trayecto los familiares y el novio van bailado al ritmo de la música. En tanto la novia y su familia preparan comida para la llegada del novio y sus familiares.

El novio y sus familiares antes de entrar a la casa de la novia se detienen a la puerta y bailan para que de esta manera se note su presencia, mientras que en la casa de la novia por costumbre se apagan todas las luces y se solicita total silencio para escuchar la llegada, posterior a esto los papas del novio tocan la puerta y solicitan entrar con el pedido o yayku chishi además ofrecen chicha a los padres de la novia, si ellos aceptan y toman la chicha quiere decir que están de acuerdo con el matrimonio.

Después de la captación de la chicha los padres de la novia abren las puertas para recibir el pedio o yayku chishi, todos los familiares que acompaña al novio van entrando y dejan en el centro del lugar todo lo que llevaban como regalo a los padres de la novia, también se acostumbra que el novio lleve un animal como regalo a sus suegros que puede ser un toro, oveja, conejo, etc., esto dependerá del poder adquisitivo del novio y sus padres, además el yayku chishi se celebra solo en la noche.

Una vez colocado los obsequios en el centro del lugar todos descansan mientras los padres de la novia ofrecen un caldo para que recobren fuerzas y puedan retornar a sus hogares, cabe recalcar que a esta celebración del yayku chishi es prohibido que la novia esté presente ya que reflejaría el interés de casarse.

Los padrinos en un matrimonio indígena se deben elegir con cuidado ya que si se presenta algún problema marital los padrinos son quienes aconsejan a la pareja. Los novios y sus familiares van con el pedido o yayku chishi a la casa de los padrinos para que ellos acepten participar.

Después de todas estas celebraciones previas se da inicio al matrimonio civil y eclesiástico, el primer día la fiesta la ofrece el novio, el segundo día la novia, el

tercer día los padrinos y finalmente los familiares más cercanos se hacen presente ofreciendo fiestas en honor a la pareja no se puede establecer un número determinado de días que durara el festejo.

En todos los días de festejo se prepara comida para ofrecer a los acompañantes, el plato que se considera para los matrimonios indígenas es la boda acompañada de proteína y guarniciones como papa cocida, cuy, huevo duro, pollo o carne, esto dependerá del poder adquisitivo del organizador de la fiesta, cabe recalcar que la distribución de plato es de la siguiente manera, 6 platos para cada mujer, 2 platos para cada hombre y 1 plato para cada niño, se debe mencionar que la boda era el único plato que se ofrecía en los matrimonios y por la cantidad que se ofrecía las mujeres iban a los festejos con una olla para guallar o guardar el potaje, esta distribución de comida ha ido desapareciendo desde hace 20 años.

Para la cultura indígena otavaleña es muy importante la participación de sus ancestros en todo festejo y mucho más en la celebración de un matrimonio, es por esto que parte de la ceremonia matrimonial es el lavado de cara o ñawi mayllay.

En la actualidad las bodas indígenas han tomado un cambio muy significativo producto de los mindalaes (“mindala: comerciante a larga distancia, especializado, políticamente tutelado y privilegiado” (ICONOS, 2002)) y por la invasión de nuevas culturas que se han establecido de manera muy fuerte dentro de la ciudad de Otavalo.

Pero a todo esto es importante mencionar el significado de mindalae que en español diría “caminante”, es un término utilizado para nombrar a un efecto social que ocurre hasta la actualidad en el cantón Otavalo y más concretamente con los indígenas de la zona, históricamente la cultura indígena de Otavalo ha sido

caracterizada por el desplazamiento de sus miembros fuera de la provincia de Imbabura y del país, son eminentemente un grupo social dedicado al comercio y esto se ha visto reflejado en los últimos años.

Estos movimientos migratorios han hecho que la cultura otavaleña importe, por decirlo de alguna manera, rasgos de otras culturas, respondiendo claro, a la adaptabilidad propia del ser humano, mas, sin embargo; estas características adquiridas no hacen que se pierda la esencia propia del otavaleño y es una discusión que se ha elevado a otro nivel cultural y social.

Estos movimientos migratorios se documentan como el período mindalae desde el año 1910 y 2010 con mayor fuerza. El comercio y sus respectivos viajes, hicieron que se convierta en uno de los mayores movimientos migratorios no solo en el continente americano, y mencionamos este fenómeno social porque queremos establecer que como parte de este proceso cultural la modernización no implica explícitamente el perder la esencia y lo ancestral de nuestros pueblos, al contrario, podemos usarla en beneficio de la cultura otavaleña para la difusión y rescate de nuestra gastronomía y cultura en general.

6.2.9. Cronograma de elaboración multimedia

Para la elaboración de la animación multimedia se necesita seguir algunos pasos que como contratante se debe cumplir, por lo cual detallamos un cronograma experimental, de los pasos a seguir.

Tabla 4 *Cronograma multimedia*

DÍA	ACTIVIDAD	MATERIALES
1	Reunión programática	Boceto de la idea a plasmar
2	Diseño de personajes y aprobación de la historia	Guión establecido, historia concreta y puntos específicos a mostrar
3-7	Diseño de boceto multimedia	Sistemas de diseño gráfico y animación multimedia, tecnología acorde al diseño
8	Reunión para la primera revisión del boceto y correcciones.	Animación creada y espacio físico para la implementación
9-10	Tiempo para la ejecución de correcciones u observaciones	Boceto a modificar
11	Cita final de aplicación	Espacio físico para la aplicación del gastromapping

Fuente: Análisis Daniel Maiwa

Autor: Belén Tituaña Y Daniel Maiwa

6.2.10. Análisis simple de costo de la aplicación a 4 mesas.

Tabla 5 Detalle de costos simple

Herramienta	Costo (Aproximado de acuerdo a variantes de fechas de elaboración sujeto a cambios) base referencial
Diseño multimedia, creación del personaje en 3d y modelación por minuto	\$1500
Proyector de 5mil lúmenes	\$10000
Cableado e instalación	\$300
Computadora	\$500
Equipo de sonido de 5.1	\$245

Fuente: Proformas adjuntas (El regalón)

Autor: Belén Tituaña

7. CONCLUSIONES

Por la falta de investigación y difusión las personas de Otavalo no tienen una identidad gastronómica propia o autóctona bien arraigada, existe confusión en cuanto a los platos tradicionales propios del cantón.

- Existe apertura en los restaurantes de comida tradicional para establecer nuevas tendencias gastronómicas.
- No existe el conocimiento adecuado en cuanto a nuevas tecnologías por parte de administradores y propietarios por lo cual no se pueden usar varias herramientas disponibles en el mercado
- No hay el conocimiento necesario de la historia gastronómica del cantón por parte de los empresarios gastronómicos.
- El gastro mapping si bien es una tendencia innovadora su aplicación es costosa y requiere de alta investigación y desarrollo
- El empirismo en las actividades empresariales en el área gastronómica es un gran problema.

8. Recomendaciones

- Generar investigaciones científicas y métodos de difusión en cuanto a la identidad gastronómica autóctona del cantón Otavalo
- Socializar la implementación de nuevas tendencias gastronómicas en emprendimientos turísticos de alimentación en base a los resultados obtenidos.
- Implementar estrategias de actualización de conocimientos en cuanto a tecnología y tendencias de vanguardia a empresarios y emprendedores del área gastronómica
- Realizar la difusión de la identidad cultural y gastronómica del cantón por medio de ferias gastronómicas y promoción social y cultural.
- Buscar el financiamiento o alternativas de aplicación a empresas que faciliten el acceso a plataformas o diseños de gastro mapping que sirvan como hoja de ruta para la innovación gastronómica
- La academia debe generar espacios de capacitación y desarrollo de actividades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Achiote | Gastronomía & Cía. Retrieved January 6, 2019, from <https://gastronomiaycia.republica.com/2011/03/17/achiote/>
- Artacho, A., Artacho, J., & Leal, R. (2007). PROCESOS DE COCINA.(Aspectos transversales). Retrieved from [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=gQIQEsaLzNwC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Procesos+de+cocina+\(aspectos+transversales\)&ots=4ARM0EbaxD&sig=9CHQ1ragxdeqA99xhIR6K8rQDUg](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=gQIQEsaLzNwC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Procesos+de+cocina+(aspectos+transversales)&ots=4ARM0EbaxD&sig=9CHQ1ragxdeqA99xhIR6K8rQDUg)
- Bellido Gant, M. L., & Baigorri, L. (2017). *Arte y museos del siglo XXI : entre los nuevos ámbitos y las inserciones tecnológicas*. Retrieved from https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GTfaAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=Arte+y+museos+del+siglo+XXI:+entre+los+nuevos+ámbitos+y+las+inserciones+tecnológicas&ots=C1uhsONZv-&sig=Omww_JRiQsrRvreu46Yz0_kqB6g#v=onepage&q=Arte+y+museos+del+siglo+XXI%3A+entre+los+nuevos+ámbitos+y+las+inserciones+tecnológicas&f=false
- Diccionario gastronómico. Ficha de cocina de Cebolleta Chef Uri. (2014). Retrieved January 6, 2019, from https://www.chefuri.com/v4/diccionario_fichas.php?id=10#
- El ajo: la importancia de un condimento - Gastronomía.com España. (2014). Retrieved January 6, 2019, from <https://espana.gastronomia.com/noticia/6964/el-ajo-la-importancia-de-un-condimento>
- Estado del arte del patrimonio culinario en Chile*. (2019). Retrieved from <http://comunidadcreativalosrios.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/01/2017.12-cnca-cocinas-alimentos-y-simbolos-patrimonio-culinario-chile.pdf>
- Guglielmino, M. M. (2007). E-rph revista electrónica de patrimonio histórico. *E-Rph - Revista Electrónica de Patrimonio Histórico*, 0(1), 195–215. Retrieved from <http://revistaseug.ugr.es/index.php/erph/article/view/3319/3331>
- Hipp, A. (2004). *El maíz, por dentro y por fuera*. Rosen Pub. Retrieved from https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tJ67JU-fiM4C&oi=fnd&pg=PA4&dq=El+maiz,+por+dentro+y+por+fuera&ots=dabqYswX-O&sig=EtacJ8YP2CwVYLmQmsfZDciTO_4#v=onepage&q=El+maiz%2C+por+dentro+y+por+fuera&f=false
- Innovaciones y tendencias culinarias. (2016). Retrieved January 6, 2019, from <https://america.france.fr/es/actualidad/articulo/innovaciones-y-tendencias-culinarias>
- Jordá, M. J. (2000). *Diccionario práctico de gastronomía y salud : un viaje riguroso y desenfadado por el mundo de la cultura gastronómica*. Ediciones Díaz de Santos.
- Lumentium - Producción de Vídeo y Mapping. (2017). Retrieved January 5, 2019, from <https://www.eventoplus.com/directorio/proveedores/3964/lumentium/>
- Lumentium / Table Mapping Experiences. (2019). Retrieved January 5, 2019, from <https://www.lumentium.com/>

- Macias, A. (2015). Gastro Mapping, experiencia visual del restaurante Frida Kahlo - Quadratín Michoacán. Retrieved January 5, 2019, from <https://www.quadratin.com.mx/municipios/morelia/Gastro-Mapping-una-nueva-experiencia-visual-del-restaurante-Frida-Kahlo/>
- Mejía, C. S. E., Mejía, L. L. S., & Bravo, R. M. (2014). Tendencias gastronómicas : La encrucijada entre lo tradicional y lo innovador. *Culinaria. Revista Virtual Especializada En Gastronomía*, 8(2), 27–40. Retrieved from www.uaemex.mx/Culinaria
- Monroy de Sada, P. (2000). *Introducción a la gastronomía*. Limusa.
- MULTIMEDIA | “Te cuento en la cocina”: el nuevo proyecto del chef Ferran Adrià OasisFM - 102.1. (2013). Retrieved January 6, 2019, from <https://oasisfm.cl/oasisfm/gastronomia/multimedia-te-cuento-en-la-cocina-el-nuevo-proyecto-del-chef-ferran/2016-04-25/130338.html>
- Pazos Barrera, J., & Corporación Editora Nacional (Quito, E. (2013). *Cocinas regionales andinas : Memorias del IV Congreso, Quito, Ecuador*. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=zayeYgEACAAJ&dq=COCINAS+REGIONAL ES+ANDINAS+pazos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjostelrNrfAhWIY98KHYTjChkQ6AEIKDAA](https://books.google.com.ec/books?id=zayeYgEACAAJ&dq=COCINAS+REGIONAL+ES+ANDINAS+pazos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjostelrNrfAhWIY98KHYTjChkQ6AEIKDAA)
- Real Academia Española. (2019). gastronomía | Definición de gastronomía - Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. Retrieved January 5, 2019, from <http://dle.rae.es/?id=IzvvHNh>
- Revista de Tecnologías de la Información. (2016).
- Terán Trujillo, C. A., & Espinoza Naranjo, M. E. (2012). Investigación y Puesta en Valor de los Recursos Gastronómicos del Ecuador, Cantón Mejía. Retrieved from <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/2447?mode=full>
- Villegas Becerril, A. (2014). *Cocina creativa o de autor : nuevas tendencias gastronómicas*. Ideas propias. Retrieved from https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=9c7BCAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=COCINA+CREATIVO+O+DE+AUTOR.+NUEVAS+TENDENCIAS+GASTRONOMICAS&ots=-jskHF4G5g&sig=fIDLeezO_gfjIS0YLihsRNpqdwA#v=onepage&q=COCINA+CREATIVO+O+DE+AUTOR.+NUEVAS+TENDENCIAS+GASTRONOMICAS&f=false
- Yulia Romero. (2012). El aporte español a nuestra cocina fue de carácter doble. Retrieved January 5, 2019, from <https://es.slideshare.net/YuliaGR/el-aporte-espaol-a-nuestra-cocina-fue-de-carcter-doble>



Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Encuesta

Objetivo. - La presente encuesta tiene como fin la recopilación de información puntual sobre la perspectiva de los dueños de establecimientos de hospitalidad y servicio de la ciudad de Otavalo.

Lea detenidamente antes de contestar.

1. ¿Sabe usted lo que es el gastro mapping o mapping gastronómico?
 - a. Si
 - b. No

2. ¿Le parecería interesante la proyección de animaciones audiovisuales en las cuales se muestre la historia de los platos típicos y las técnicas ancestrales utilizadas?
 - a. Si
 - b. No

Argumente por favor:

.....

.....

3. ¿Oferta u ofertaría platos típicos o comida tradicional del cantón Otavalo?
- a. SI
 - b. NO
4. ¿Con qué frecuencia cree usted que los turistas prefieren establecimientos de alimentos donde se oferten platos típicos tradicionales?
- a. Muy frecuente
 - b. Poco frecuente
 - c. Nunca
5. ¿Conoce usted la historia de los platos típicos tradicionales que se ofertan en los establecimientos de alimentos en el cantón Otavalo?
- a. Sí, mucho
 - b. Muy poco
 - c. Nada
6. ¿Estaría dispuesto a que en su establecimiento de alimentos se oferten platos típicos tradicionales, en donde se difunda la historia de los mismos además de las técnicas ancestrales utilizadas?
- a. Muy probable
 - b. Poco probable
 - c. No visitaría
7. ¿Cree usted que el uso de tecnología multimedia y audiovisual podría armonizar con la difusión de la historia ancestral de los platos típicos del cantón Otavalo?

- a. Si
- b. No

Argumente por favor:

.....

8. ¿Considera usted que un establecimiento el cual difunda la cultura gastronómica ancestral de Otavalo a través del gastro mapping se convierta en un atractivo turístico?

- a. Si
- b. No

9. ¿Qué tan probable es que usted aplique la técnica de gastro mapping en su local?

- a. Muy probable
- b. Poco probable
- c. No visitaría

10. Mencione tres platillos típicos de Otavalo que a su consideración sean los más representativos o los mas comercializados.

- a.
- b.
- c.

11. ¿Conoce usted la historia de algún platillo típico de Otavalo?

- a. Si
- b. No

Si su respuesta fue positiva por favor mencione a breves rasgos:

.....

.....

.....



Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Entrevista a profesionales de vinculados con turismo, gastronomía y promovedores culturales.

10. *¿Conoce usted lo que es el gastro mapping y de ser así considera usted que podría ser una herramienta de difusión de los platillos?*
11. *¿Considera que las nuevas tendencias gastronómicas pueden ser utilizadas para promover el rescate de la gastronomía local? argumente por favor*
12. *¿La implementación del gastro mapping en qué medida mejoraría la presentación de un servicio gastronómico?*
13. *¿Está usted de acuerdo en que se utilicen las herramientas tecnológicas para la difusión y rescate de la gastronomía?*
14. *¿Considera que la creación de contenido multimedia que promueva el rescate de la gastronomía ancestral ayude a que los clientes puedan comprender el sentido histórico de un platillo típico?*
15. *¿En el caso de haber un servicio o un establecimiento que ofrezca este servicio usted acudiría?, ¿con quién? Y ¿por qué?*

16. ¿De las tres opciones qué aspecto considera más importante en la difusión y rescate de la gastronomía ancestral? y ¿por qué? historia, técnicas ancestrales, ingredientes?

8. ¿Qué recomendación podría dar usted en cuanto al uso de las gastro mapping para el rescate de la gastronomía ancestral?

9. ¿En cuanto a la gastronomía otavaleña cuáles considera que son los platillos más representativos de la ciudad de Otavalo?

10. Como último tema tenemos si no se incluyó algún tema o algo relevante Nos gustaría saber su opinión.



Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

**Entrevista dirigida al técnico de la dirección de gestión social intercultural
del GAD municipal Otavalo**

10. ¿Cómo surgió el tema del mapping como una opción para las festividades del Yamor?
11. ¿Quiénes intervinieron en la puesta en escena?
12. ¿Todo el contenido multimedia fue totalmente levantado por la Metro?
13. ¿Existió un post evento?
14. ¿A posterior se piensa repetir la experiencia del mapping?
15. ¿Cómo crees que el mapping pueda aportar para que sea un canal de educación e información para la cultura?
16. ¿Se podría tomar esta herramienta para la difusión de la gastronomía otavaleña?
17. ¿Nos puede aportar con más datos de esta experiencia?

18. ¿Quién más fue parte del equipo?

Boceto para el desarrollo del guion.









