

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE GASTRONOMÍA



TEMA:

“MAPA GASTRONÓMICO COMO PRODUCTO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA RURAL
DE ANGOCHAGUA – IBARRA, AÑO 2023”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciada en Gastronomía.

AUTOR(A):

Bedón García Jackelynn Esther

Rosero Bazantes Sayana Domenica

DIRECTOR(A):

Msc. Santiago Israel Falcón Gordillo

Ibarra, 2023



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA IDENTIDAD:	DE	100447741-8	
APELLIDOS NOMBRES:	Y	Bedón García Jackelynn Esther	
DIRECCIÓN:		Cdla. Chofer II etapa, calle Honduras 3-25 y Bolivia.	
EMAIL:		jebedong@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0985055149

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA IDENTIDAD:	DE	100479858-1	
APELLIDOS NOMBRES:	Y	Rosero Bazantes Sayana Domenica	
DIRECCIÓN:		Miguel Albán y Río Blanco 2-120	
EMAIL:		sdroserob@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0999094286

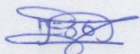
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Mapa gastronómico como producto turístico de la parroquia rural de Angochagua – Ibarra, año 2023”
AUTOR (ES):	Bedón García Jackelynn Esther Rosero Bazantes Sayana Domenica
FECHA: DD/MM/AAAA	07/12/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Gastronomía
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Santiago Falcón

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 7 días del mes de diciembre de 2023

EL AUTOR:



.....
100447741-8

Bedón García Jackelynn Esther



.....
100479858-1

Rosero Bazantes Sayana Domenica

**CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**

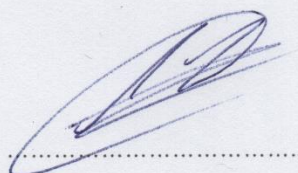
Ibarra, 06 de diciembre de 2023.

Msc. Santiago Falcón

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

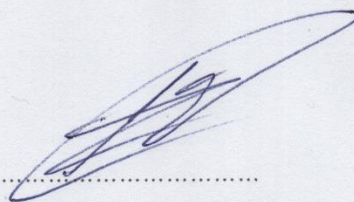


Msc. Santiago Falcón

C.C: 100261416-0

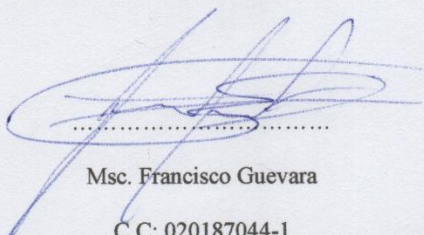
APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

El comité Calificador del trabajo de Integración Curricular “Mapa gastronómico como producto turístico de la parroquia rural de Angochagua – Ibarra, año 2023”, elaborado por Bedón García Jackelynn Esther y Rosero Bazantes Sayana Domenica, previo a la obtención del título del Licenciado en Gastronomía, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:



Msc. Santiago Falcón

C.C: 100261416-0



Msc. Francisco Guevara

C.C: 020187044-1

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo en primer lugar a Dios, quien nos ha otorgado guía y fortaleza.

A nuestras familias, por sus ánimos y las esperanzas depositadas en nuestra labor, por su paciencia y fe, en cada paso que dimos en la elaboración y culminación de una meta planteada en este ciclo académico y la trayectoria profesional que hemos comenzado a transitar.

A todas las personas que han aportado con su experiencia y conocimientos a este proyecto de investigación tan importante para nosotras.

Bedón García Jackelynn

Rosero Bazantes Domenica

AGRADECIMIENTO

Nuestros más profundos agradecimientos a la Universidad Técnica del Norte y a todo el claustro docente que mediante sus enseñanzas lograron abrir nuevos horizontes para la vida profesionales que nos propusimos conseguir.

Agradecemos a las personas que estuvieron presentes en este proyecto de investigación y que aportaron en la medida de lo posible al cumplimiento de los objetivos y los lineamientos necesarios para finalizar este proceso de vida estudiantil, dando paso a nueva etapa.

Bedón García Jackelynn

Rosero Bazantes Domenica

RESUMEN

El trabajo de investigación titulado “Mapa gastronómico como producto turístico de la parroquia rural de Angochagua – Ibarra, año 2023” fue realizada por estudiantes de la Universidad Técnica del Norte con habitantes de las diferentes comunidades de la parroquia. El objetivo principal del trabajo fue diseñar un mapa turístico gastronómico de la parroquia, que contenga datos generales sobre agricultura, gastronomía, tradición y cultura de Angochagua, para que mediante dicho mapa se pueda proponer una ruta gastronómica con los datos identificados durante la investigación. El enfoque usado fue de diseño etnográfico; los principales instrumentos fueron la entrevista y la observación, estos instrumentos fueron útiles para el levantamiento de información al momento de desarrollar el trabajo. El proceso para la ejecución de los instrumentos se llevó a cabo al visitar las comunidades y teniendo una charla amena con sus habitantes, las entrevistas fueron semiestructuradas, usando como base documentos planteados por expertos y cuestionarios donde las preguntas fueron realizadas acorde a las capacidades y conocimientos de las personas a entrevistar. Las entrevistas fueron dirigidas a las autoridades relevantes, emprendedores locales y dueños de restaurantes más visitados. Los resultados fueron revisados de manera detallada obteniendo así la información necesaria para el desarrollo y planteamiento de las propuestas tanto del mapa gastronómico como de la ruta turística y, así dar a conocer la cultura, tradición, agricultura y gastronomía de la parroquia cumpliendo así los objetivos planteados al comienzo del presente trabajo de investigación.

Palabras claves: turismo gastronómico, mapa, ruta turística, comida tradicional.

ABSTRACT

The research work entitled "Gastronomic map as a tourist product of the rural parish of Angochagua - Ibarra, year 2023" was carried out by students of the Universidad Técnica del Norte with inhabitants of the different communities of the parish. The main objective of the research work was to design a gastronomic tourism map of the parish, containing general data on agriculture, gastronomy, tradition and culture of Angochagua, so that through this map a gastronomic route can be proposed with the data identified during the research. The approach used was of ethnographic design; the main instruments were the interview and observation; these instruments were useful for the collection of information at the time of developing the work. The process for the execution of the instruments was carried out by visiting the communities and having a pleasant talk with the inhabitants, the interviews were semi-structured, using as a basis documents prepared by experts and questionnaires where the questions were asked according to the skills and knowledge of the people to be interviewed. The interviews were directed to the relevant authorities, local entrepreneurs and owners of the most visited restaurants. The results were reviewed in detail, thus obtaining the necessary information for the development and proposal of both the gastronomic map and the tourist route, and thus to make known the culture, tradition, agriculture and gastronomy of the parish, thus fulfilling the objectives set out at the beginning of this research work.

Key words: gastronomic tourism, map, tourist route, traditional food.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I: Marco Referencial	16
Marco Teórico.....	16
Definición de Turismo	16
Turismo gastronómico	17
Turismo gastronómico en el Ecuador.	17
Turismo gastronómico en zonas rurales	18
Parroquia Angochagua: generalidades.....	18
Platos tradicionales.	19
Utensilios	20
Bebidas.....	20
Festividades.....	21
Rituales	22
Alimentos nativos e introducidos.....	23
Rutas turísticas	24
Fundamentación Empírico.....	26
Fundamentación conceptual.....	30
Aspectos Normativos.....	33
CAPÍTULO II: Metodología de la investigación.....	36

Tipo de investigación.....	36
Métodos de investigación.....	36
Instrumentos o Herramientas.....	37
Descripción de Datos.....	39
Determinación de conceptos.....	40
CAPÍTULO III: Análisis de resultados.....	42
Análisis datos.....	42
Respuesta a las preguntas de investigación.....	48
Discusión.....	48
Limitaciones.....	50
CAPITULO IV: Propuesta.....	51
Mapa gastronómico.....	51
Ruta gastronómica turística.....	52
Conclusiones.....	56
Recomendaciones.....	57
Referencias Bibliográficas.....	58
Anexos.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Platos tradicionales consumidos en Angochagua</i>	19
Tabla 2 <i>Festividades como patrimonio</i>	21
Tabla 3 2222	
Tabla 4 <i>Factores que afectan la validez y fiabilidad del instrumento</i>	38
Tabla 5 <i>Concepto de variables</i>	40
Tabla 6 <i>Respuestas 1 de entrevistas</i>	42
Tabla 7 <i>Respuestas 2 de entrevistas</i>	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Mapa de Angochagua</i>	51
Figura 2 <i>Restaurante de la comunidad de Zuleta</i>	51
Figura 3 <i>Restaurantes de la comunidad de Angochagua</i>	52
Figura 4 <i>Ruta de Angochagua vía Quito</i>	55
Figura 5 <i>Ruta de Angochagua vía Ibarra</i>	55

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la gastronomía se ha convertido en uno de los principales atractivos turísticos a nivel mundial. Los turistas buscan cada vez más sumergirse en la cultura local a través de la comida; buscando una experiencia auténtica, lo que les proporciona la oportunidad de probar platos tradicionales, descubrir nuevos ingredientes, las técnicas de cocina y tradiciones culinarias propias de cada lugar; comer igual que las personas de la zona se convierte en una forma única de conectar con la identidad de un destino y comprender su historia y costumbres.

En el Ecuador, existe una diversidad culinaria que presenta una amplia gama de platos y sabores de los que se puede disfrutar en cada región del país, por ello, el turismo gastronómico tiene un enfoque en la sostenibilidad que promueve el consumo de productos locales de los agricultores y productores regionales; para el año 2022, el turismo en Ecuador representó un saldo positivo de 63,2 millones de dólares. (Ministerio de Turismo, 2023, p. 3)

La comida tiene el poder único de unir a las personas, y el turismo gastronómico permite interactuar con la comunidad local mientras se comparte la mesa y se participa en festivales, fiestas tradicionales y comidas en mercados locales enriquecen la experiencia de viaje y fomentan el entendimiento cultural, lo que tiene un impacto positivo en la economía al promover el desarrollo de los negocios relacionados con la alimentación y la generación de empleo.

Es posible afirmar entonces, que la gastronomía se ha convertido en un atractivo turístico debido a su capacidad para brindar experiencias culturales auténticas, y diversidad culinaria, su enfoque en la sostenibilidad, su capacidad para fomentar la interacción social y su impacto positivo en la economía local.

Alrededor del mundo existen diversas formas de promocionar la diversidad culinaria de un lugar, los mapas y rutas gastronómicos han contribuido significativamente al desarrollo del turismo, aumentando la demanda del lugar, promoviendo la cultura y tradición al promocionar los eventos y festividades de la locación, y todo esto debido a que estos dos recursos son una herramienta muy práctica, que logra sintetizar en sí lugares, productos, cultura, historia y más. Un mapa gastronómico brinda orientación y apoyo a los turistas, dando información a detalle de restaurantes, bares, ferias y otras opciones de un lugar.

La parroquia de Angochagua, ubicada en Ibarra, provincia de Imbabura, es un destino turístico que ofrece a sus visitantes: cultura, gastronomía y belleza natural, es conocido por su historia precolombina y su etnia indígena; más allá del patrimonio histórico, este sitio es concurrido por sus artesanos, por lo que actualmente existe la ruta del bordado, en la comuna Zuleta, perteneciente a la parroquia de Angochagua.

Asimismo, se hace una mención especial a la gastronomía del lugar, dado que en las diferentes comunidades se puede encontrar y degustar de platos típicos, como el borrego asado, caldo de gallina de campo, cuy asado, entre otras preparaciones. Por esta misma razón la parroquia alcanzó el galardón como Best Tourism Village 2022 otorgado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el que se reconoce la innovación y la sostenibilidad económica, social y ambiental en las zonas rurales y pueblos.

Bajo estas premisas, se propone en la investigación el diseño de un mapa gastronómico como producto turístico de la parroquia de Angochagua, apoyado con la creación de una ruta gastronómica con el objetivo de impulsar los productos; emprendimientos producidos en la zona, el procesamiento, las propiedades y la comercialización del producto.

Bajo estas premisas, se propone en la investigación el diseño de un mapa gastronómico como producto turístico de la parroquia de Angochagua, apoyado con la creación de una ruta gastronómica con el objetivo de impulsar los productos; emprendimientos producidos en la zona, el procesamiento, las propiedades y la comercialización del producto; en este contexto la pregunta de investigación se centró en ¿cómo un mapa turístico gastronómico aportará al desarrollo del turismo de Angochagua?

Por ello, el objetivo general se planteó diseñar un mapa turístico gastronómico de la parroquia rural de Angochagua – Ibarra, año 2023, para lograrlo se utilizó objetivos específicos que consistían en: i) caracterizar datos generales sobre agricultura, gastronomía, tradición y cultura de Angochagua para conformar un compendio teórico; y, ii) proponer una ruta gastronómica con los datos identificados como producto turístico de Angochagua a través del diseño de un mapa gastronómico.

Como resultado la estructura del trabajo se presenta de la siguiente manera: El Capítulo I, contiene todo el compendio teórico, conocimientos, conceptos, definiciones que sustentarán el tema a investigar. El Capítulo II, se establece que la investigación es cualitativa, la metodología, técnicas e instrumentos que se usaron para la recolección de la información. El Capítulo III, presenta los resultados obtenidos de las entrevistas a los grupos focales sobre los productos, gastronomía, tradiciones y cultura de la parroquia de Angochagua, que impacto tiene la gastronomía dentro del contexto sociocultural y en las generaciones. El Capítulo IV se concentra en el desarrollo de la propuesta a través de las líneas de estructuración de un mapa gastronómico y una ruta turística, y finalmente en la segunda parte del capítulo se encuentran las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I: Marco Referencial

Marco Teórico

Definición de Turismo

Se puede definir al turismo como un fenómeno sociocultural, que sitúa en una misma área, diversas rutas económicas como transporte, hospedaje, estancia; por otra parte, incide en el sector económico, cultural, social y ambiental, debido a la forma en que se desplazan las personas; de esta manera, el turismo se lo puede ver como un medio de difusión de las culturas entre los pueblos y como un ocio o placer (Panosso y Lohmann, 2012, p. 21).

Tipos de turismo

En el documento de la Organización Mundial del Turismo o UNWTO (World Tourism Organization is the United Nations, por sus siglas en inglés) menciona los 17 tipos de turismo:

Turismo cultural, turismo de negocios (relacionado con la industria de reuniones), ecoturismo, turismo gastronómico, turismo rural, turismo costero, marítimo y de aguas interiores, turismo de aventura, turismo urbano o de ciudad, turismo de salud, turismo de montaña, turismo de bienestar, turismo educativo, turismo médico y turismo deportivo. (Organización Mundial del Turismo, 2019, p. 1)

Dentro de este contexto el Estado ecuatoriano, a través de las entidades correspondiente ha comunicado que de manera general “el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento a escala nacional, contribuyendo con el 10,2% del Producto Interno Bruto (PIB)” (Banco de Desarrollo del Ecuador, 2023, p. 2).

Turismo gastronómico

Es una tipología de turismo en el cual se compra o consume productos regionales, es decir, la producción de alimentos y bebidas que tiene como fin conocer sus aspectos desde la agricultura hasta la cocina, o sus escuelas; López y Sánchez, (2012, p. 5) confirman que para el turismo gastronómico los ingredientes propios de la región, son los mas relevantes para la evaluación del consumo y su adquisición como recurso culinario, incluyendo la capacitación en torno al uso de dichos ingredientes.

Turismo gastronómico en el Ecuador.

En Ecuador, el turismo es una actividad desarrollada debido a la búsqueda de ingresos económicos (Santamaría & López, 2019, p.715). En el año 2019 hubo un descenso del 16% provocado por el virus del COVID-19 y su confinamiento, a causa de ello en el 2020 el descenso fue del 77%, según el último reporte del Ministerio del Turismo en su portal de servicios (MINTUR, 2023), se registraron solamente 398.681 personas en total que entraron al país.

Ecuador es un país donde se pueden encontrar atractivos culturales y naturales como son los muchos patrimonios culturales, otro elemento para vivir una experiencia única dentro del país es a través de sus alimentos. (Franco et al., 2017, p.5). La gastronomía constituye un atractivo turístico importante de los pueblos siendo una estrategia para la promoción de destinos y ocupa un rol importante en las experiencias vividas por los turistas López et al. (2019, p.718) menciona que el objeto del turismo gastronómico ha alcanzado un desarrollo exponencial y considerable en el Ecuador, por ser uno de los segmentos con mayor dinamismo y creatividad del sector turístico, no solo por el efecto económico, sino también por la interacción social y cultural que se logra.

En el Ecuador la gastronomía es diversa gracias a la pluriculturalidad, los diferentes climas y la variedad de especias y productos, el Ministerio de turismo (MINTUR, 2013) menciona que la herencia indígena y europea han creado una combinación única conocida como comida criolla, que se renueva constantemente con las nuevas generaciones de cocineros y comensales.

Turismo gastronómico en zonas rurales

El turismo rural ha evolucionado y ha generado fuentes de ingresos al utilizar la naturaleza como atractivo para recibir visitantes nacionales y extranjeros siendo la gastronomía uno de los principales recursos de atracción en las zonas rurales, tal que el turismo gastronómico rescata la comida tradicional ya que los turistas buscan una conexión con sus raíces a través de los sabores y olores de la cocina (Félix et al., 2021).

Parroquia Angochagua: generalidades

Angochagua es una de las siete parroquias rurales de la ciudad de Ibarra, está dividida en 6 comunidades que son Zuleta, La Rinconada, Angochagua, La Magdalena, Chilco y Cochas (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Angochagua (GAD), 2021). El desarrollo económico de las zonas rurales de la provincia de Imbabura en gran parte se debe a la agricultura, actividad turística, generación de emprendimientos teniendo como base el uso de sus propios recursos, también está dentro del Geoparque Mundial Imbabura por conservar la cultura y tradiciones ya que mantienen vivo el patrimonio ancestral del pueblo Caranqui.

El Diario La Hora (2023, p.1), menciona que la parroquia de Angochagua se destaca por su riqueza natural, cultural y sistemas de turismo comunitario, en los que se involucra

prácticamente a toda la población. Dentro del artículo publicado se menciona que la valorización del patrimonio cultural ha sido priorizada por parte de la parroquia puesto que tiene variedad de atractivos que mostrar al mundo como es elaboración de alimentos locales y de artesanías, los bordados a mano y la gastronomía tan típica que posee, siendo este un lugar turístico para visitar y disfrutar durante su estancia.

Platos tradicionales.

Boada (2014) menciona que la alimentación de la parroquia de Angochagua se basa en “algunos granos como el maíz, mote, choclo, chocos, arvejas, habas, fréjol. También consumen papas y cereales como la cebada y trigo además de proteínas como gallina, cuy, conejo, carne de res, carne de cerdo, huevos, etc.” (p.45); los cuales son de producción propia de la parroquia y con estos productos se realizan una extensa gama de preparaciones culinarias.

Tabla 1

Platos tradicionales consumidos en Angochagua.

Plato	Descripción
Mazamorra	Colada a base de harina de haba, mote, papas y carne de borrego.
Colada de haba	Colada a base de harina de haba, papas, carne de borrego o carne de cuy.
Sopa de morocho	Sopa a base de morocho, col, papa, carne de res o borrego.
Sopa de cebada	Sopa a base de arroz de cebada, papas, carne de res o borrego.
Uchu Jacu	Colada de harina con varios granos molidos y carne de borrego.
Carne curada con sal	Preparación a base de carne de borrego, res, cuy, conejo, gallina, entre otros, sal en grano.
Cuy asado	Preparación a base de cuy, papas, salsa de maní, ají.
Tortilla de maíz	Masa elaborada a base de harina de maíz, pueden ser de sal o de dulce, se tuestan en tiesto o en horno de leña.
Pan de trigo	Masa elaborada a base de harina de trigo, la cual se puede darle un fin de formas.

Fuente: (Boada, 2014), (GAD, 2015)

Utensilios

Según un estudio hecho por Congo y Sisalema (2015, p. 36) en la parroquia de Angochagua, los utensilios jugaban un papel importante y eran indispensables al momento de la cocción de los alimentos. Referente a la elaboración de los utensilios utilizados por dicha parroquia eran fabricados en barro, mismos que eran empleados en la etapa de cocción.

Durante la mezcla de los alimentos es frecuente el uso de los utensilios de madera; otro punto interesante es sobre aquellos utensilios hechos de bronce y corteza, por ejemplo, la corteza de calabaza era considerado un instrumento en la preparación, a más de ser un ingrediente; puesto que, destaca su participación en las fiestas al momento de servir la chicha.

Actualmente, los utensilios que se mantienen en las cocinas de la parroquia son muy pocos siendo ollas de barro, cucharas de palo, pondos y el tiesto y, el uso de la piedra de moler se ha reducido puesto que las personas prefieren usar los molinos (Moya, 2010, p.10).

Bebidas

La parroquia de Angochagua cuenta con variedad de bebidas las cuales destacan:

Champús: La preparación de esta bebida se realiza con el maíz previamente guardado, por un mínimo de dos años, luego de este tiempo, se lo tritura para colocarlo en vasijas; esta mezcla se debe hacer con harina y agua por un periodo de quince días, mientras transcurre este proceso, la persona encargada debe aumentar agua cada tres días, finalmente se cierne y se lleva a cocción por ocho horas; se endulza y puede agregar especias para darle un toque de sabor, según el gusto de cada persona. (GAD, 2015)

Chicha de jora: Una vez que se ha seleccionado el maíz en la época de cosecha, se lo muele, o de otra forma, este maíz se pone a remojar en agua limpia, para dejar que sea secado al sol; esto se puede realizar tendiendo un plástico o costales, durante el tiempo de 8 días, así mismo, debe ser molido para que se extraiga la Jora como líquido fermentado. (GAD, 2015)

Morocho de dulce: Bebida caliente a base de morocho¹, leche, azúcar (Boada, 2014).

Festividades

Eloy & Ubidia, (2016, p. 6) señalan que las fiestas más celebradas son desarrolladas en las fechas de nacimiento de los hijos y las cosechas de maíz, las dos celebraciones provocan tanta emoción que su placer lo demuestran ingiriendo inmensas cantidades de chicha hasta embriagarse totalmente.

Tabla 2

Festividades como patrimonio.

Patrimonio	Tipo
Fiesta de Parroquialización	Intangible
Festividad 24 de diciembre (Navidad)	Intangible
Festividad 1 de enero (Año nuevo)	Intangible
Festividad abril-mayo (Semana santa)	Intangible

Fuente: (GAD, 2015)

Fiesta de Parroquialización (29 de mayo de 1861): la parroquia de Angochagua es perteneciente del Cantón Ibarra, esto de acuerdo con la ley de división territorial expedida por la Convención Nacional del Ecuador.

¹ El morocho (“Zea mays indurata”) es un grano de mazorca de maíz blanco, que en Quichua se nombra “muruchu”, muy duro, que se usa partido o trillado en platos típicos de la sierra ecuatoriana, principalmente.

Festividades de Navidad y Año Nuevo (25 de diciembre – 01 de enero): se realizan misas comunales por el nacimiento de Jesucristo.

Día de los difuntos: los últimos días de octubre se comienza a elaborar el pan, se prepara la masa y quienes se encargan de hornearlos en leña son los hombres y cuando están listos se distribuye los panes a los presentes por parte de la abuela (Ulcuango, 2009, p. 34).

Semana santa: La tradición consiste en la procesión por las calles parroquiales, muchos de los habitantes acuden al cementerio a conmemorar y honrar la muerte de sus familiares.

Rituales

Algunos rituales que se celebran dentro de la parroquia son considerados patrimonio cultural intangible (GAD, 2015), tales como:

Tabla 3

Rituales como patrimonio intangible.

Patrimonio	Tipo
Rituales de matrimonio	Intangible
Rituales de Bautizo	Intangible
Intyraimi	Intangible

Fuente: (GAD, 2015)

Fiesta del IntyRaimi: Inicia con la misa de San Juan, el día 24 de junio, pero antes, los días 22 y 23 las personas que habitan la parroquia o quienes conocen la tradición se bañan en los *pocgios*, que son vertientes sagradas ubicadas en las diferentes comunidades.

Rituales de Matrimonios: consta de tres visitas, la primera es del novio y su familia, van a la casa de la novia y llevan comida; la segunda visita es del novio y sus amigos, van a la casa de

la novia, llevan más comida que la anterior visita y usualmente se define la fecha de la boda; y la tercera se realiza poco antes del casamiento, aquí las dos familias llegan a un acuerdo acerca de las actividades que se van a realizar aquel día (GAD, 2015).

Ritual de Bautizo: por lo general se bautiza a los niños a los 8 días de nacido y los padrinos son los mismos de la boda de los padres. Aquí los padrinos llegan con algunos regalos para el bebé como pañales, cobijas, ropa y un borrego para que sea criado por la familia del bebé y no solo eso, en caso de que los padres del bebé no puedan pagar su educación, los padrinos se harán responsables de sus estudios (Boada, 2014, p. 13).

Alimentos nativos e introducidos

Angochagua, tiene un suelo fértil que proporciona excelentes productos andinos propios de la región como el trigo, papas, habas, melloco, quinua, maíz, cebada, entre otros. (Congo & Sisalema, 2015, p. 4). El maíz es uno de los cultivos principales y más antiguos de parroquia de Angochagua, otros de los alimentos que se cultivaban y continúan hasta la actualidad son los tubérculos como la mashua² y el nabo, así lo afirma Garcés (2019, p.14).

La parroquia cultiva principalmente cereales, especialmente la cebada, así como papas y maíz suave en pequeña y gran escala. En los últimos años, algunos han incursionado en el cultivo de productos no tradicionales, como el tomate de árbol, para obtener créditos económicos como lo menciona el GAD parroquial de Angochagua, (2015).

² La mashua o “*Tropaeolum tuberosum*” es un tubérculo originario de los Andes, su valor nutricional proporciona proteínas, carbohidratos y vitamina C. *Revista de Ciencia Agroindustrial*, 2022.

También producen haba, lenteja oscura y succulenta lenteja. Legumbres como zanahoria amarilla, col, lechuga, remolacha, cebolla larga. Ahora bien, Moya (2010, p. 20) afirma que dentro del sector hay alimentos que se están perdiendo y disminuyendo como es el caso del camote, sambo, zanahoria banca y linaza; ha desaparecido el trigo negro, las papas: ara, rubí y leche negra y esto se atribuye al uso de agroquímicos.

En el Cantón Ibarra se han desarrollado con éxito los cultivos de tomate de árbol, naranjilla, papaya, plátano y frutilla en la última década gracias a la Cooperación Internacional y las ONG locales que introdujeron tecnología y variedades mejoradas. Esto ha permitido establecer importantes áreas de producción (Scacco, 2020, p. 3).

Los cultivos andinos son importantes en términos económicos, sociales, ecológicos, nutricionales y funcionales en todo el país. Han sido consumidos tradicionalmente en zonas urbanas y rurales y aportan proteínas, vitaminas y minerales para el desarrollo de numerosos platillos, también se conocen los llamados “granos de oro”, que en realidad son productos o granos de la región Andina que se denominan de esa forma por su alto valor nutricional, y que también suele llamarse los alimentos del pasado para las generaciones del futuro. (Moya, 2010, p.21).

Rutas turísticas

Las actividades turísticas no tradicionales para los visitantes han llevado al desarrollo de lugares fuera del sistema turístico que solían ser necesarios como el sol y la playa. De esta manera, Santamaría & López (2019, p. 715-716) mencionan que existe un recurso innovador que

puede llevar al visitante al sitio y lograr un sistema económico que brinde servicios, actividades complementarias y todos los equipos necesarios.

El turismo puede crecer promoviendo las rutas turísticas que unen varios sitios con un tema similar, por lo tanto, al existir un turismo gastronómico se está realizando hincapié en la importancia de las comidas tradicionales como tema en común, reconociendo que son un conjunto de lugares, elementos, comunidades, etc., organizado en forma de una red en una región en particular que causa el reconocimiento del interés turístico.

La ruta turística debe contener actividades que se relacionen con la imagen total de lo que se pretende ofrecer, para complementarlo se puede hacer uso de sitios web, atracciones, comunicación de servicios, para que una ruta se completa, se debe tomar en cuenta el aporte de Luis Pastor (2006), quien indica que, como oferta ordenada y completa, la estructura de la ruta turística ha de destacar “el producto estrella que protagoniza la ruta; los servicios logísticos necesarios para atender a las necesidades del turista: y, por último, actividades que puedan completar la oferta y ofrecer alternativas que se adaptan a los gustos de los visitantes” (p. 27).

Además, existen varias tipologías de rutas alimentarias (Tresserras et al, 2007, como se citó en Jeambey, 2016), siendo las más comunes las siguientes:

- a) Rutas donde se destaquen un plato
- b) Rutas donde se destacan una cocina de carácter étnico
- c) Rutas donde se destacan un cierto producto, puede ser producto elaborado o alimento primario.

Fundamentación Empírico

Se han encontrado varios artículos que han apoyado a la presente investigación, uno de ellos es: Revalorización sociocultural y gastronómica de productos locales: trufa en la Vall de Camprodon (Cataluña, España) por Noguer-Juncà et al. (2021, p. 23), en el artículo se demuestra cómo la gastronomía puede ser un gran atractivo turístico y, como resultado, ayudar a preservar los alimentos autóctonos de la zona en estudio.

Se entrevistó a productores locales y los datos obtenidos confirmaron la importancia de la trufa como elemento de (re)valorización social, cultural y económica en la Vall de Camprodon. Este territorio tiene un simbolismo único con relación a la trufa, que forma parte de los paisajes alimentarios locales.

Se llevó a cabo un estudio con el propósito de contribuir a la literatura científica sobre turismo sostenible en América Latina, centrándose en los turistas estadounidenses que consideran la gastronomía local como un factor importante al visitar destinos inscritos como Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

El estudio realizado por Pérez Gálvez et al. (2017) concluyó que el turismo gastronómico es una excelente manera de impulsar y consolidar destinos turísticos locales, ya que cada vez es más relevante para los viajeros conocer la cultura gastronómica de los lugares que visitan. El grupo focal del estudio fueron turistas estadounidenses.

En una conferencia sobre Gastronomía en el Turismo, realizada por Sormaz et al. (2016), se concluyó que el turismo gastronómico puede fortalecer la identidad y cultura local, así como mejorar las condiciones financieras y proteger el patrimonio histórico y cultural. Por lo tanto, se

sugiere que se fomente y mantenga activamente este tipo de turismo para establecer un vínculo entre la comida y la bebida con el turismo regional y asegurar su continuidad en las próximas generaciones.

El artículo Patrimonio industrial y rutas turísticas culturales: algunas propuestas para Argentina (2005), tuvo como objetivo presentar un patrimonio industrial que sea un recurso que organice las rutas turísticas y a su vez le permita restaurar espacios abandonados o industriales, a través de instituciones en funcionamiento de la operación, según el tipo de desarrollo turístico.

En torno al turismo, surge un problema significativo sobre el valor, el refugio, la constancia y el cuidado de los bienes que constituyen un patrimonio, de la misma forma que se concatena pasado, presente y futuro, se presenta a este último como el fin del concepto de patrimonio; (Fernández & Guzmán, 2005).

Un artículo que ha proporcionado valiosa información para la presente investigación es "Reflexiones sobre especialidades locales y turismo gastronómico". En este artículo se plantea que la comida local es una parte fundamental de la experiencia turística, y también se sugiere que los festivales de comida se han convertido en una rama importante del turismo de interés especial.

El objetivo principal de este artículo es avanzar en la comprensión del turismo gastronómico a través de entrevistas en profundidad. Los hallazgos de este estudio indican que la mayoría de los turistas chinos consideran la comida local como una extensión de su experiencia dietética diaria. Por lo tanto, se presentan algunas recomendaciones en el estudio con la esperanza de satisfacer mejor las diversas necesidades dietéticas de los turistas. (Su, 2015).

Otro artículo relevante encontrado es titulado "Turismo Gastronómico: Actitudes, Motivaciones y Satisfacción del Visitante en los Cantones de Tungurahua, Ecuador". Esta investigación, llevada a cabo en Ecuador en 2019, aborda el turismo gastronómico como un medio para preservar la comida tradicional de cada región y promover los alimentos regionales.

Su objetivo principal consistió en caracterizar el perfil de las personas (turistas-excursionistas) que visitan los lugares turísticos de la provincia de Tungurahua, principalmente Ambato, Baños de Agua Santa, Mocha, para inferir en la motivación de su visita, pudiendo ser por su gastronomía, costumbres o tradiciones.

Entre las conclusiones destacadas de este estudio, se resalta la necesidad de implementar una estrategia de gestión para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos a los visitantes, así como identificar nuevos atractivos turísticos. Además, se hace énfasis en las condiciones sanitarias de los establecimientos y áreas de servicio, así como en la comercialización y promoción oportuna de estos recursos gastronómicos (Huertas et al., 2019).

En la actualidad, el mercado turístico ha reconocido la importancia de categorizar las distintas tipologías de turismo presentes en una misma localidad. Un ejemplo de esto se puede observar en el artículo titulado "La gastronomía como recurso turístico en la provincia de Alicante", el cual es una investigación realizada en España.

El objetivo principal de este estudio es comprender la gastronomía local y su valor como recurso turístico a través de una serie de análisis. En dicho estudio, se examinan los diferentes productos culinarios y preparaciones, relacionándolos con sus respectivas zonas geográficas.

Como resultado, se identifican notables diferencias entre las áreas del interior y las zonas costeras en términos de gastronomía.

Como conclusión, se resalta la importancia de las acciones emprendidas por organismos como el Patronato de Turismo Costa Blanca, quienes trabajan activamente en la dinamización de este sector y desempeñan un papel indispensable en el desarrollo óptimo de la industria gastronómica en la región (Aguirregoitia & Fernandez, 2017).

Es necesario realizar un análisis de la relación entre la cultura y la gastronomía en el sector seleccionado. Con este propósito, se ha consultado un artículo científico titulado "El turismo gastronómico como experiencia cultural", permitió definir como objetivo principal el perfil del turista gastronómico en nuestros días y resaltar la conexión que existe entre la cultura y la gastronomía.

En el estudio se presentan los resultados de una investigación empírica llevada a cabo en la ciudad de Cáceres. Estos resultados demuestran correlaciones positivas entre la gastronomía y la cultura. La población objetivo del estudio fueron los turistas y excursionistas, tanto españoles como extranjeros, que visitaron los restaurantes turísticos de la ciudad de Cáceres en los meses de abril y mayo de 2012. Los hallazgos del estudio revelaron que la mayoría de los turistas eran de origen nacional, con un 90,8% de españoles y solo un 9,2% de extranjeros (Hernández et al., 2015).

Al abordar el tema del mapa gastronómico, se considera importante incluir la recopilación de recetas de la cocina antigua, que formarán parte integral del mapa. En el artículo "La gastronomía tradicional de Córdoba (España)", se destaca que las recetas transmitidas de

generación en generación y su preparación son una de las principales motivaciones para los turistas gastronómicos.

El objetivo principal de este artículo es contribuir al conocimiento de los platos tradicionales desde una perspectiva turística, en la ciudad de Córdoba se examina mediante la oferta de sus establecimientos la relación de dos platos típicos o tradicionales con las preferencias de los turistas. Como resultado de la investigación, se encontró que la comida tradicional es bien recibida por los turistas gastronómicos (Hernández & Dancausa, 2018).

Fundamentación conceptual

Según Brillat, (1869) la gastronomía implica un conjunto de conocimientos y comprensión relacionados con la comida. Su principal objetivo es garantizar la supervivencia de la humanidad a través de una alimentación placentera y adecuada.

Según Gurría (1991) en su libro “Introducción al Turismo” sostiene que el turismo es un concepto ambiguo debido a su naturaleza interdisciplinaria. Sin embargo, se reconoce que existen múltiples definiciones y variados enfoques según el ámbito de estudio y la época en que se formule el concepto. Por otro lado, para la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo de manera general se define como:

Las actividades realizadas por las personas cuando se desplazan y se hospedan en lugares distintos a su entorno habitual, durante un periodo continuo inferior a un año. Estas acciones tienen como finalidad el ocio, los negocios u otros motivos no vinculados al desempeño de una actividad remunerada en el lugar visitado. (2000, p. 6)

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019), define como turismo rural a las actividades turísticas que están típicamente vinculadas a visitas a zonas rurales, actividades agrícolas, formas de vida en entornos rurales, aspectos culturales de estas comunidades, así como actividades como la pesca con caña y una amplia variedad de productos y servicios relacionados con los atractivos de estas áreas.

El Mapa Gastronómico se presenta como una estrategia que puede ser incorporada en los planes y programas turísticos con el objetivo de resaltar el patrimonio culinario de los territorios. Esta iniciativa promueve el sentido de pertenencia y la identidad de las comunidades, al tiempo que permite identificar productos gastronómicos que conectan la producción local de alimentos con la historia y las tradiciones culinarias, como lo define el Ministerio de turismo (MINTUR, 2019).

Un producto turístico se compone de diversos elementos, tanto tangibles como intangibles, entre ellos los lugares turísticos, sus instalaciones como los servicios de hospedaje y transporte y otras actividades relacionadas con el tema de destino, por otra parte, los recursos naturales y humanos componen la cultura de interés y representaría en su esencia el plan de marketing de la ruta turística que tiene como objetivo ofrecer una experiencia completa y emocional a los potenciales clientes.

La comercialización del producto turístico se realiza a través de canales de distribución que también influyen en el precio, y dicho producto atraviesa un ciclo de vida (OMT, 2023).

Juárez (2014) define el producto turístico como un conjunto de servicios, tanto tangibles como intangibles, que se ofrecen con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas del

turista. Este producto se compone de diversos elementos que pueden ser analizados en términos de sus componentes básicos, como los atractivos turísticos, las facilidades y el acceso.

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019), el turismo gastronómico se define como una forma de actividad turística en la cual la experiencia del viajero se encuentra estrechamente ligada a la comida, así como a productos y actividades relacionadas.

El turismo gastronómico no se limita únicamente a la experiencia de probar platos y sabores, sino que también abarca actividades complementarias, como visitas a productores locales, participación en festivales gastronómicos y la oportunidad de aprender a cocinar a través de clases especializadas.

Chan (2005) indica que una ruta turística es una propuesta que ofrece una selección de lugares y actividades estandarizadas para ser realizadas en una determinada zona, con flexibilidad en los horarios y la duración de las visitas. Las rutas turísticas constituyen una forma específica de productos turísticos, caracterizadas por seguir un itinerario predefinido que ayuda a orientar a los viajeros en su destino.

Por otro lado, (UNWTO, 2012) las rutas gastronómicas se definen como una propuesta turística integral y temática que generalmente cuenta con una marca reconocible. Estas rutas se caracterizan por ofrecer uno o más itinerarios dentro de un área geográfica definida, que incluyen una serie de productos o lugares destacados, como fábricas y restaurantes, que se centran en una comida, producto o plato específico con una calidad diferenciada.

Un rito se encuentra presente en diversas manifestaciones sociales, como festividades, celebraciones y ceremonias conmemorativas, ya sea en coincidencia con ellas o con frecuencia

como su elemento central. Estos rituales se llevan a cabo a través de simbolismos culturales, siendo prácticas y acciones cargadas de significado, conformando una secuencia de actos que poseen una codificación cultural específica (P. Gómez, 2002).

Por último, la comida tradicional puede ser apreciada como una forma de intercambio cultural que contribuye a la identidad única de una comunidad en particular, otorgándole una distinción y fortaleciendo su sentido de pertenencia. (Troncoso-Pantoja, 2019).

Aspectos Normativos

Dentro del compendio teórico realizado en la presente investigación, existen referencias que mencionan artículos que se encuentran contemplados en la Constitución de la República del Ecuador del 2008 Decreto legislativo 0 registro oficial, Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025, Plan Nacional de Turismo 2030.

Constitución de la República del Ecuador

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.
9. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto. (2008, p. 32)

Plan Nacional de Turismo 2030

La prioridad gubernamental en la industria de viajes y turismo (políticas), se enmarca dentro de las competencias del Ministerio de Turismo como órgano estatal de parte del gobierno central del Estado ecuatoriano, por lo que su trabajo contempla la formulación de una política pública que comprenda y aborde el sector turístico mediante instrumentos para tratar el comportamiento multivariable del mismo.

Como consecuencia de aquello, en 2005 se propició el desarrollo y elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador para el año 2020 (PLANDETUR), que tuvo como objetivo organizar y planificar mejorar en el sector turístico debido a la expansión del turismo como principal eje de crecimiento económico y social en el país.

Para lograr llevar a cabo el enfoque estratégico del PLANDETUR, se propuso políticas nacionales que guiarían el turismo dentro de la gestión interinstitucional, enmarcadas en sistemas eficientes que favorecieran al sector turístico empresarial en todas sus modalidades, las políticas que se recogieron en las propuestas son las que se exponen a continuación:

i) Fomentar el turismo sostenible, accesible e inclusivo como modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión, basándolo en la revalorización y conservación del patrimonio cultural y natural; la generación de desarrollo productivo y social; así como, el acceso a oportunidades para disfrutar de la actividad turística de una manera segura, cómoda y autónoma. ii) Fortalecer la gestión de los destinos a través de la coordinación interinstitucional entre los actores del sector público, privado, académico, asociativo y comunitario, sustentado en sistemas eficientes de gobernabilidad colaborativa y gestión descentralizada y desconcentrada. iii) Mejorar la competitividad de los destinos, basada en la planificación turística, la generación de productos turísticos innovadores y la prestación de servicios de calidad, favoreciendo al turismo con base local como factor diferenciador de la oferta turística. (Ministerio de Turismo, PLANDETUR 2030, p. 61-62)

De la mano con el objetivo número 2 del Plan Nacional de Desarrollo del 2021, mismo que debe impulsar la creación de un sistema económico modernizado y regulado de forma clara.

CAPÍTULO II: Metodología de la investigación

Tipo de investigación

El presente proyecto tuvo una investigación cualitativa debido a que precede a la recolección y el análisis de los datos (Hernández et al., 2014), siendo así una investigación básica o pura. Este tipo de investigación tiene como propósito generar nuevos conocimientos o ajustar los principios teóricos preexistentes, con el fin de ampliar el conocimiento científico (Escudero y Cortez, 2018). Además, Escudero y Cortez (2018) afirman que el objetivo de la investigación básica o pura es encontrar los principios fundamentales y profundizar en los conceptos de una ciencia, lo que la convierte en la base para el estudio de los fenómenos y hechos.

Se trabajó con un carácter descriptivo ya que el objetivo fue describir las propiedades y rasgos de comunidades, procedimientos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un examen o evaluación realizada mediante diferentes medios de investigación (Hernández et al., 2014).

Métodos de investigación

El enfoque de investigación fue de diseño etnográfico, Hernández (2014) menciona que este tipo de diseño tiene como objeto de estudio un entorno social donde sus instrumentos principales para la recolección de datos son la entrevista, observación y documentos y como resultado se obtendrá una descripción y explicación de un sistema social al que se lo estudia, también menciona que el enfoque etnográfico explica los elementos y categorías que integran el sistema social estudiado, describe su historia, su evolución, interacción, lenguaje y otros factores como normas, mitos o ritos que poseen y desarrollan estos grupos, comunidades o culturas.

Instrumentos o Herramientas

La recolección de datos para el presente proyecto cualitativo fue a través de descripción de discursos de entrevistados (Tracy, 2010). Las preguntas han sido seleccionadas y diseñadas conforme el grupo focal al que fue dirigido tomando en cuenta edades y profesiones (**Anexo I**).

En las ciencias sociales hay dos tipos de enfoques, en el cuantitativo se busca información que tenga relación a el conteo de categorías de la investigación de variables, pero en el enfoque cualitativo, como fue el caso de la presente investigación, se busca información de personas o grupo de ellas mediante la comunicación, dentro de esta la información buscada se puede orientar a: significados, prácticas, roles o papeles, relaciones, grupos, organizaciones, comunidades, estilos de vida, etc., estas pueden ser por separado o en conjunto (Gómez, 2009).

Toda medición necesita de un instrumento confiable, se refiere a que sin importar la cantidad de aplicaciones repetidas se realicen, siempre serán iguales los resultados. De igual manera la validez, hace referencia al grado que un instrumento mide de manera real las variables a medir (Gómez, 2009). Hay que aclarar que no siempre los instrumentos serán confiables y válidos a la vez, es por esto por lo que se debe verificar estos dos requisitos para que los resultados sean tomados en serio.

Para la selección del instrumento se puede optar por dos opciones: ya desarrollados o construir un nuevo instrumento. Para la construcción de un nuevo instrumento, Gómez (2009) menciona que se deberá: listar conceptos, revisar su definición teórica y comprender los significados, revisar cómo han sido definidas operacionalmente los conceptos, aplicar una prueba piloto y luego de esta prueba, se modificará, ajustará y mejorará el instrumento.

En este caso, los instrumentos ya fueron desarrollados y planteados en libros. Además, los instrumentos usados fueron validados por un grupo de expertos donde la revisión fue profunda debido a que hubo ciertas correcciones (**Anexo 1**), y no solo eso, fueron tomados de otros trabajos de investigación realizados, como es el caso de Congo y Sisalema (2015), en esa investigación se trabajó con fichas de registro propuestas por el Instituto nacional del patrimonio cultural (INPC) (**Anexo 2, Anexo 3**) para así entrevistar a los diferentes grupos focales y tener un registro más detallado de los datos necesarios.

Se consideró los siguientes elementos que pueden afectar a la confiabilidad y validez:

Tabla 4

Factores que afectan la validez y fiabilidad del instrumento.

Improvisación	Tomar a la ligera el instrumento y no revisar la literatura adecuada.
Instrumentos desarrollados en otras situaciones	Utilizar instrumentos que no están adaptados a nuestro contexto, cultura y tiempo
Instrumentos inadecuados	Resulta poco empático ya que no se toma en cuenta el lenguaje o diferencias de las personas (sexo, edad, etc.).
Condiciones del instrumento	Demasiado largo o tedioso.
Aspectos mecánicos	Mal escrito, falta de páginas, espacios inadecuados, mala redacción de instrucciones, etc.

Fuente: (Gómez, 2009)

Estos factores ayudaron a considerar los instrumentos a usar puesto que, como se mencionó anteriormente, debieron tener una selección adecuada y de la misma manera una validación para así evitar errores en la recolección de datos o inconvenientes con las personas las cuales se entrevistó.

En conclusión, los instrumentos seleccionados en este estudio fueron confiables y tuvieron validez, la estructura de las entrevistas fue la misma y así se evitó la presencia de

factores que afecten no solo a los requisitos para un buen instrumento, sino también a los resultados que se buscaban obtener.

Descripción de Datos: por ejemplo; Población, Muestreo, Modelo, etc.

Mediante un muestreo se hizo entrevistas a las partes:

- Presidenta del GAD parroquial: José Alvear.
Telf. 0990319819
Correo electrónico: jpangochagua@yahoo.com

- Presidente de Zuleta: Elías Colimba.
Telf. 0981390141
Correo electrónico: comunazuleta@yahoo.com

- Tres restaurantes de las comunidades: Magdalena, Rinconada, Angochagua, Chilco, Zuleta y Cochás.
 - Comunidad Zuleta:
Casa Bella Zuleta. Telf. 0995665968

 - Comunidad Zuleta:
Los Geranios.
Dueño: Nahum Escola. Telf. 0994270129

 - Comunidad Angochagua:
Angochagua Kawsay Telf. 0999809930

- Cinco emprendedores que muestran sus productos en las ferias parroquiales.
 - Alexis Rivera.
Telf. 0991884543
Correo electrónico: riveraalexis008@gmail.com
 - Ana María Yáñez.
Telf. 099165836
 - Milton Chuquín.
Telf. 0994626405
- Además, se encuesta a agricultores locales.

Determinación de conceptos:

Tabla 5

Concepto de variables.

Mapa gastronómico	
Es una estrategia que puede ser adaptada en los planes o programas turísticos para la puesta en valor del patrimonio alimentario de los territorios, que fomenta el orgullo de pertenencia y la identidad de las poblaciones. (MINTUR, 2018, citado por Guamanarca, 2020)	
Recurso turístico	Zimmermann (1957), como se citó en (Navarro, 2015), los define como los “elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico”.
Turismo gastronómico	Es una modalidad de viaje que se enfoca en descubrir la cultura culinaria y la gastronomía del país visitado. El objetivo principal es experimentar y conocer las distintas formas de preparación de los alimentos, así como descubrir nuevos sabores y comprender los elementos que lo rodean, ya sean culturales, naturales o sociales (Vivanco, 2021).
Cocina tradicional	Se trata de un acervo que se ha ido enriqueciendo y modificando generacionalmente y que se ha recreado y transformado localmente (Meléndez y Cañez, 2010).

Feria comercial	Las ferias comerciales son, ante todo, un lugar de intercambios comerciales, un espacio de interacción social, de encuentros y socialización. Pero a su vez también ofrece, a algunas personas, un ámbito de trabajo particular (Busso, 2011).
Producto turístico	Juárez (2014) define al producto turístico como “un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”
Ruta turística	Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia (Mamani, 2016).
Platos tradicionales	La gastronomía tradicional y singular de una región la componen las recetas culinarias transmitidas de generación en generación (Hernández, 2018).
Festividades locales	Las festividades son una forma divertida en la que los habitantes de una ciudad expresan su identidad y personalidad compartida. Por lo tanto, es responsabilidad de las autoridades locales conservar, proteger y fomentar estas tradiciones (Lafuente, 2010).

Fuente: Autores.

CAPÍTULO III: Análisis de resultados

Análisis datos

La recolección de datos se hizo a través de una entrevista semiestructurada (Ver **Anexo I**) donde las preguntas estuvieron divididas para los diferentes grupos focales, los entrevistados fueron diez personas de la localidad entre ellos dueños de restaurantes, representante y miembros de la comunidad de Zuleta y emprendedores.

La información de las respuestas de los entrevistados se encuentra estructurada de la siguiente forma:

La primera parte se detallan las bebidas de los emprendedores de la zona de Angochagua y Zuleta, el nombre de su producto y materia prima usada (Ver **Tabla 6**).

Y la segunda parte se muestran las respuestas de las entrevistas a los dueños de restaurantes y miembros de Zuleta donde se habla acerca de los platos típicos, bebidas, especias y condimentos usados en las preparaciones de los alimentos y sobre las festividades que se festejan dentro de las comunidades (Ver **Tabla 7**).

Luego de las entrevistas se recolectaron todas las respuestas para poder analizar los datos, dando como resultados los siguientes:

Tabla 6

Respuestas 1 de entrevista

Categoría	Subcategoría	Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Entrevista 4	Entrevista 5
		Kinti	Wasikama	Anylut	Mishki	Los Geranios
Gastronomía	Platos típicos		k		upiana	-Borrego asado

				-Chancho a la Barbosa -Yahuarloro -Caldo de gallina de campo
	Bebidas			
	Espicias/Condimentos	-Zunfo -Cedrón -Pimienta dulce. -Canela. -Anís estrellado. -Clavo de olor.	-Jengibre	-Todo en grano y tostado (comino, ajo)
Utensilios	Actuales			
	Antiguos			-Ollas de barro. -Cucharas de palo.
Emprendimientos	Bebidas alcohólicas.	-Kinti	Wasikamak	-Mishki Upiana
	Otros productos.			
Agricultura	Productos			-Arándanos

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Autor.

Los primeros resultados se tomarán para la propuesta de la ruta gastronómica turística siendo los emprendimientos y su producto principal, tras la visita a la parroquia rural de Angochagua se encontró cuatro emprendedores con productos creados bajo su autoría como son las bebidas:

- Kinti, elaborada a base de licor de caña dando como resultado dos variedades, una de miel y la otra de mora,
- Licor Wasikamak, a base de plantas medicinales,
- Anylut, es un licor de arándanos,
- Mishki upiana. significa bebida dulce ya que está elaborado con miel de abeja y al igual que Kinti tiene dos variedades, la tradicional que es solo miel de abeja que es con licor de caña y la otra contiene miel de abeja, licor de caña y jengibre.

Además, dentro de las entrevistas se mencionan más bebidas de las encontradas en la literatura como la colada de maíz reventado, el ocapi, arroz de dulce, machica y la colada de haba.

Tabla 7

Respuestas 2 de entrevistas

Categoría	Subcategoría	Entrevista 6 Angochagua Kawsay	Entrevista 7 La Tulpa	Entrevista 8 Elías Colimba	Entrevista 9 Laura Cacuango	Entrevista 10 Katerin Cachipundo	Entrevista 11 Mateo Colimba
Gastronomía	Platos típicos	-Asado de cordero, combinado con mariscos. - Hamburguesas de cordero romero	-Borrego asado -Trucha -Fritada - Yahuarl oco - Caldo de gallina	-Cuy -Borrego asado -Caldo de gallina. -Trucha frita, o asada.			-Cuy asado -Borrego asado -Caldo de gallina -Habas con queso
	Bebidas			Champús			-Chicha de jora -Champús -Colada de maíz reventado -Ocapi -Arroz de dulce -Machica

				-Colada de haba
	Espicias/Condimentos	-Romero -Especies naturales de la zona -Jengibre		
	Actuales	-Grill -horno -Cocinas industriales		
Utensilios	Antiguos	-Pondos -Ollas de barro. - Cucharones de madera. -Tiesto		
	Bebidas			
Emprendimientos	Productos		- Mac hica - Hari na de mote - Uchu jacu	-Harina de maíz. - Uchujac u -Harina de maíz. -Arroz de cebada. -Trigo pelado. -Harina de haba. -Harina de alverja.
Agricultura		-Haba -Choclo -Papas	- Maíz - Trigo - Ceba da - Papa s - Mell ocos	-Habas -Papas -Maíz -Choclo -Quinoa -Chochos -Cebada -Trigo -Avena

				- Ocas	
				- Mora	
Tradición	Fiestas			-San Juanes -Octavas (Fiestas privadas) -Fin de año - Dolorosa -La Cruz -Santa Marianita	-Lo más tradicional que se celebra son los sanjuanés que vienen a ser en las fechas de junio, es la fiesta más esperada por la parroquia y también el Pawkar Raymi
Contexto sociocultural	Relación Gastronomía	-Sabido que la gastronomía es la relación de la cultura con la comida, pues es la creación de una identidad gastronómica cultural que se debe compartir, conservar y no dejar que esta se pierda con el tiempo	-En su caso tiene una relación ancestral .	En las festividades, a los familiares, sacerdotes, autoridades, comúnmente se les ofrece platos tradicionales.	Tiene mucha relación ya que la gastronomía que se tiene acá destaca siempre en las festividades tanto a nivel parroquial como a nivel personal, por ejemplo, en las fiestas del Pawkar Raymi y los sanjuanés se lleva el cucabi para compartir con toda la gente presente en el evento, la comida es tradicional siempre, como el cuy asado, la carne de res, estos son acompañados con los productos que se cosechan de la misma zona. En los matrimonios, bautizos y eventos familiares

también se va a poder encontrar la misma gastronomía.

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Autor.

En cuanto a fiestas, los entrevistados mencionaron que muchas de las fiestas que se celebran en la parroquia son privadas, la única pública donde todos participan son los San Juanes que se celebran en el mes de junio, siendo la fiesta más esperada por las comunidades.

Ahora bien, la relación que la gastronomía tiene con las festividades es que siempre se destaca tanto a nivel parroquial como a nivel personal, por ejemplo, en las festividades ya mencionadas se lleva el *cucabi*³ para compartir con toda la gente presente en el evento, la comida es tradicional siempre, como el cuy asado, la carne de res, estos son acompañados con los productos que se cosechan de la misma zona, como lo menciona el entrevistado Mateo Colimba (Ver **Tabla 7**), miembro de la comunidad de Zuleta. Además, mencionó que en los matrimonios, bautizos y eventos familiares también se encuentra los mismos platos tradicionales.

Después de realizar la investigación adecuada sobre la parroquia rural de Angochagua y su gastronomía por medio de revisión literaria y entrevistas se logró cumplir con el primer objetivo específico que es caracterizar datos generales sobre agricultura, gastronomía, tradición y cultura de Angochagua para conformar un compendio teórico.

³ Es un término quichua que hace referencia a una porción pequeña de comida que se reparte en las comunidades con la finalidad de compartir; según las costumbres indígenas se puede considerar como un pequeño refrigerio para llevar.

Respuesta a las preguntas de investigación

El uso de un mapa gastronómico puede ser beneficioso para el turismo de una zona, ya que permite a los visitantes conocer la oferta culinaria local y descubrir nuevos sabores y platos típicos del lugar. Esto puede atraer a más turistas interesados en la gastronomía y prolongar su estadía en el lugar. Además, puede fomentar el desarrollo de la industria alimentaria local y ayuda a difundir la cultura culinaria de la zona.

El diseño del mapa es fundamental puesto que, al incluir información sobre los restaurantes y establecimientos, con sus horarios y platos, que ofrecen ayuda a una mejor elección a la hora de visitar el lugar. En resumen, un mapa gastronómico es una herramienta muy útil para el desarrollo turístico y la promoción de la gastronomía local.

Discusión

La falta de conocimiento sobre un lugar y sus productos turísticos puede ser una experiencia frustrante para cualquier viajero. A menudo, las personas que viajan a distintas ciudades suelen sentirse perdidas al no saber los diferentes lugares que puede conocer llegando a su destino, además, la falta de información no solo de la historia sino también de la importancia de los lugares turísticos puede disminuir la experiencia de viaje del lugar que están visitando.

Por lo tanto, es importante investigar y buscar información sobre un lugar antes de viajar para poder aprovechar al máximo la experiencia turística, con base a esto se puede ver como los lugares turísticos pequeños son poco conocidos, no solo su ubicación si no también toda la cultura que posee, la cultura de Angochagua es muy rica y diversa puesto que la parroquia cuenta con varias festividades y celebraciones a lo largo del año.

Muchas de las festividades que se festejan dentro de la parroquia cuentan como privadas, las denominan octavas que son celebradas del 25 de septiembre al 4 de octubre de cada año y de acuerdo con los resultados y las entrevistas realizadas solo dos festividades cuentan como públicas, San Juanes y Pawkar Raymi.

Durante estas festividades, se realizan desfiles, bailes, procesiones y otras actividades que reflejan la rica cultura de la zona, en cuanto a la gastronomía durante las fiestas se sitúan o estiran ponchos en el suelo para colocar la comida que ha sido donado por los miembros de la comunidad, usualmente suele ser papas con queso, choclos, alverjas, mote y mellocos; estos productos son compartidos en el almuerzo colectivo, acompañados con chica de jora.

Ahora bien, la gastronomía de Angochagua es conocida por su variedad y sabores auténticos de sus platos como son el borrego asado, cuy con papas, locros y bebidas como la chicha. Además, no solo ofrece una experiencia culinaria única, sino que también fomenta la economía local y apoya a los productores y proveedores locales. En resumen, el turismo gastronómico en Angochagua es una experiencia valiosa para cualquier viajero interesado en la comida y la cultura local

Esto da como resultado la creación de nuevos recursos turísticos y su difusión mediante diferentes estrategias, así la parroquia podrá ser conocida no solo por personas nacionales sino también por personas internacionales y así promover la gastronomía local como una experiencia diferente a otros lugares por su riqueza cultural y de su gente, dado que la importancia del turismo en la economía popular y solidaria sienta las bases para la inversión en lugares llenos de tradición que atraen a turísticas a vivir nuevas experiencias.

Limitaciones

En la presente investigación se trabajó con ayuda de un número de personas que conformaban los grupos focales a entrevistar para así obtener información sobre Angochagua y sus datos generales, por lo que hubo algunas limitaciones que impidieron completar de una forma más amplia la investigación.

El número planteado de entrevistas no se completó puesto que algunos establecimientos no pudieron atender a los entrevistadores. Otra limitación fue la falta de permisos para visitar ciertos lugares como las lagunas, por ejemplo, la de Cubilche, donde la entrada es prohibida y no se permite el ingreso a personas que no sean parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia.

CAPITULO IV: Propuesta

Mapa gastronómico

La propuesta de mapa gastronómico es para mostrar los diferentes productos turísticos desarrollados por las diferentes comunidades.

Figura 1

Mapa de Angochagua



Dentro de la comunidad de Zuleta se encuentra “Los Geranios”, el establecimiento oferta variedad de platos típicos en los que destacan borrego asado, chanco a la barbacoa, yahuarlocro y caldo de gallina de campo. Además, se mostrará ciertos productos que se usan para la elaboración de los platos como condimentos y utensilios.

Figura 2

Restaurante de la comunidad de Zuleta



En la comunidad de Angochagua se muestran dos restaurantes, el primero es “La tulpa”, los platos que destacan en el establecimiento son: borrego asado, trucha, fritada, yahuarlocro y caldo de gallina. De la misma manera que el anterior, muestran productos usados como especias y utensilios. Otro restaurante de la comunidad es “Angochagua Kawsay”, al igual que los otros restaurantes muestra platos más ofertados del lugar y los productos usados como condimento y utensilios.

Figura 3

Restaurantes de la comunidad de Angochagua



Por otro lado, dentro del mapa constarán las bebidas típicas de las comunidades y las que más destacan como la chica de jora, los productos agrícolas que se producen en las diferentes comunidades y las festividades públicas que son festejadas por toda la parroquia. Por esta razón se presenta el siguiente producto final del mapa gastronómico mediante enlace de la plataforma online de videos YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=nfcD2XJ0yp0>

Ruta gastronómica turística

Además, para el cumplimiento del segundo objetivo que fue proponer una ruta gastronómica con los datos identificados como producto turístico de Angochagua a través del

diseño de un mapa gastronómico, se trabajó con las bebidas que realizan emprendedores que residen en la parroquia donde se muestra la información acerca del producto como ingredientes y su historia.

Los productos elaborados en una zona específica pueden potenciar el turismo de esta, creando un beneficio tanto para los visitantes como para la comunidad local. Algunas de las formas en que los productos locales pueden impulsar el turismo son la identidad cultural y autenticidad, los procesos aplicados para la realización de un producto, el uso de ingredientes internos de la zona o externos. También aporta al desarrollo económico local, el aumento de la demanda de productos locales puede beneficiar a los productores creando oportunidades de negocios y así también generando empleos.

Al fomentar la preservación de tradiciones culinarias y la utilización de ingredientes locales, las rutas gastronómicas también pueden contribuir a la sostenibilidad y conservación del patrimonio cultural y natural. En resumen, las rutas gastronómicas son una forma enriquecedora y deliciosa de viajar mientras se apoya a las comunidades locales y se celebra la diversidad culinaria. Los productos que están considerados en la ruta gastronómica turística son:

Kinti, significa colibrí y elaborada a base de licor de caña dando como resultado dos variedades, una de miel y la otra de mora (*rubus ulmifolius*). Esta bebida es producida en la comunidad de Angochagua.

Licor Wasikamak, significa cuidador o vigilante, está elaborada a base de plantas medicinales y especias como albaca (*ocimum campechianum mill*), anís estrellado (*Illicium verum*), anís español (*pimpinella anisum*), arándanos (*vaccinium corymbosum*), ataco o conocida como amaranto (*amaranthus caudatus*), borraja (*borago officinalis*), cedrón (*aloesia citrodora*),

canela (*cinnamomum verum*), cáscara de naranja (*citrus sinensis*), ciruela pasa (*prunus domestica*), clavo de olor (*syzygium aromaticum*), escancel (*aerva sanguinolenta*), flor de Jamaica (*hibiscus sabdariffa*), guayusa (*ilex guayusa*), hierbabuena (*mentha spicata*), hierba luisa (*aloesia citrodora*), ishpingo (*amburana cearensis*), lavanda (*lavándula*), llantén (*plantago major*), laurel (*laurus nobilis*), menta (*laurus nobilis*), manzanilla (*chamaemelum nobile*), orégano (*origanum vulgare*), pimienta dulce (*myrtus dioica*), pitaya roja (*hylocereus costaricensis*), raíz de jengibre (*zingiber officinale*), romero (*salvia rosmarinus*), sunfo (*clinopodium nubigenum*), salvia (*salvia officinalis*), té negro (*camelia sinensis*), toronjil (*melissa officinalis*), azúcar caramelizada, tomillo (*thymus*), tipo (*minthostachys mollis*) y tuna roja (*opuntia ficus indica*).

Anylut, este es un licor de arándanos, los creadores de esta bebida son pequeños productores de arándanos que son cultivados y seleccionados para la elaboración de esta bebida, este es un considerado por su creadora un vino joven que tiene una maduración de un mes y que contiene 12 grados de alcohol. Su proceso es artesanal en cuanto a la parte de triturar y extraer los jugos de la fruta en conjunto con el azúcar. Luego de este proceso, para su fermentación se hace uso de levadura y mediante esta reacción se obtiene el alcohol necesario para obtener el resultado de la bebida.

Mishki upiana. significa bebida dulce ya que está elaborado con miel de abeja y al igual que Kinti tiene dos variedades, la tradicional que es solo miel de abeja con licor de caña y la otra contiene miel de abeja, licor de caña y jengibre (*zingiber officinale*). Esta bebida tiene 35 años de creación y fue desarrollada por un paramero puesto que cada vez que visitaba el páramo no se encontraban bebidas que elevara la temperatura corporal.

El primer licor como bien se mencionó, se elabora en la comunidad de Angochagua en la residencia de su autor, los licores restantes son elaborados en la comunidad de Zuleta, pero los cuatro licores son ofertados en la feria local realizada los fines de semana y en los feriados dentro de la comunidad de Zuleta en los horarios de 9:00 a.m. a 17:00 p.m. Para su llegada hay dos entradas, por el sur en la vía Cayambe y por el norte desde el norte de Ibarra.

Figura 4

Ruta de Angochagua vía Quito

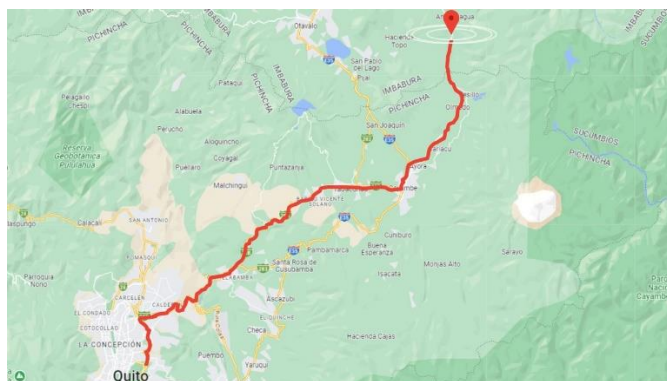
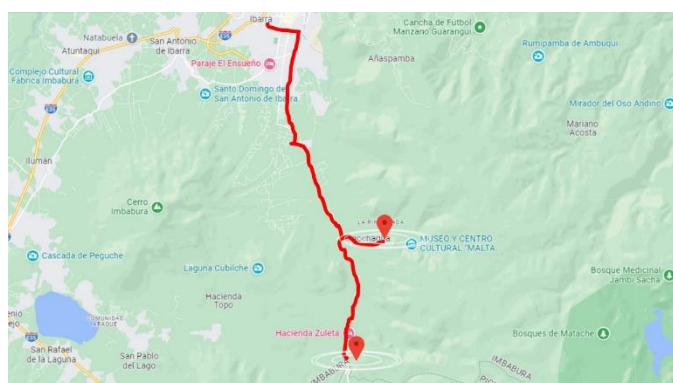


Figura 5

Ruta de Angochagua vía Ibarra



El producto de la ruta turística queda especificado en el siguiente enlace de video en la plataforma online YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=pzKW9MzV5FM>

Conclusiones

- En el presente trabajo se buscó realizar un compendio teórico con los datos generales acerca de la parroquia rural de Angochagua obteniendo como resultado datos acerca de su gastronomía local, los productos usados y cultivados, alimentos como platos típicos y bebidas, adicional a esta información, también se pudo determinar los emprendimientos en torno a bebidas alcohólicas dentro de las comunidades de esta parroquia, encausado a la historia de su creación.
- La ruta turística se planteó en torno a los licores propios de la zona rural y como puede considerarse un impulso económico adicional por su forma de promover nuevas experiencias para los visitantes y/o turistas.
- Para el producto principal de la ruta gastronómica turística se tomó bebidas conocidas y elaboradas por la comunidad como Kinti (a base de licor de caña), Licor Wasikamak (a base de plantas medicinales y especias como albahaca), Anylut (licor de arándanos), Mishki upiana (miel de abeja).
- El mapa gastronómico como producto final muestra los datos generales de la parroquia, principales restaurantes que oferten platos típicos representativos de la zona y su contexto sociocultural, si hay una historia o tradición que llevo a la preparación o creación de dicho plato típico.

Recomendaciones

- Futuros trabajos deberán realizar una investigación sobre las técnicas culinarias utilizadas en la parroquia, hablar con productores, chefs y habitantes de la zona para obtener más información sobre la historia y el origen de los platos y productos locales.
- Se deberá realizar estudios de enfoque cuantitativo realizando una investigación sobre el perfil del turista que visita la parroquia para conocer a fondo los gustos gastronómicos y turísticos, así se podrá poner en desarrollo las diferentes propuestas o mejorarlas, agregando segmentaciones planificadas y organizadas no solo de un producto, sino también de lugares para así armar un producto más completo.
- Desarrollar otras rutas turísticas, en este caso se realizó la ruta por cierto producto que son las bebidas alcohólicas, futuros trabajos podrán proponer otras rutas según su clasificación que son: rutas que destacan un cierto plato o rutas que destacan una cocina de carácter étnico.
- Reforzar los programas y proyectos de sostenibilidad turística, solicitar incentivos y promover mayor inclusión del Ministerio de Turismo en nuevas obras que aporten a la economía y desarrollo de las zonas rurales de Angochagua.

Referencias Bibliográficas

- Aguirregoitia, A; Fernandez, D. (2017). La gastronomía como recurso turístico en la provincia de Alicante. *Revista International Journal of Scientific Management and Tourism*. Vol. No. 3, p. 25-35. ISSN-e 2386-8570, ISSN 2444-0299.
- Boada, J. (2014). *Investigación de la cultura gastronómica de la comunidad de Zuleta*. Universidad Tecnológica Equinoccial. Tesis de Grado.
<http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/11930>
- Brillat, S. (1869). *Fisiología del gusto o meditaciones de gastronomía trascendental*.
<https://books.google.com.ec/books>
- Busso, M. (2011). *Trabajo y Sociedad*. XV.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=387334688007>
- Chan, N. (2005). *Circuitos turísticos - Programación y cotización*. Ediciones Turísticas.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25470w/circuitos_turisticos.pdf
- Congo, A., & Sisalema, L. (2015). *Gastronomía de la Provincia de Imbabura como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador Parroquia Angochagua 2015*.
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/5260>
- Consejo Nacional de Planificación. (2021, September 23). *Plan Nacional de Desarrollo 2021, 2025*. <http://www.eeq.com.ec:8080/>
- Constitución de la República del Ecuador 2008 Decreto Legislativo 0 Registro Oficial. (n.d.). 2008, from www.lexis.com.ec

- Eloy, J., & Ubidia, R. (2016). *Historia y filiación cultural de la parroquia Angochagua. Cultural and history affiliation of the parish Angochagua.*
- Escudero, C., & Cortez, A. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica.* <http://repositorio.utmachala.edu.ec>
- Félix, Á.; Vera, D.; y Cevallos, J. (2021). Caracterización de corredores gastronómicos como elementos turísticos potenciales en zonas rurales. Caso de estudio: la zona central de Manabí-Ecuador. *Siembra*, 8(2).
<https://doi.org/10.29166/SIEMBRA.V8I2.2908>
- Fernández, G.; Guzmán, A. (2005). Patrimonio industrial y rutas turísticas culturales: algunas propuestas para Argentina. Revista: *Cuadernos de Turismo*. Vol. No. 15, p. 97–112. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39801506.pdf>
- Franco, M.; Franco, W.; Torres -Naranjo, M. (2017). Análisis de satisfacción. La gastronomía de Samborondón-Ecuador. Revista: *Estudios y Perspectivas En Turismo*, Vol. No. 26; p. 731–754.
- GAD Parroquial Angochagua. (2021). *Angochagua.*
<https://gadangochagua.gob.ec/category/angochagua/>
- Garcés, B. (2019). *Cultura gastronómica ancestral de la comunidad la Magdalena, parroquia Angochagua - Imbabura como elemento diferenciador del turismo* [Universidad de las Fuerzas Armadas]. <http://repositorio.espe.edu.ec/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Angochagua. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.*

- Gómez, M. (2009). Introducción a la metodología de investigación científica (2a. ed.). In <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/78021> (Ed.), *Editorial Brujas*, 2014. (Vol. 1).
- Gómez, P. (2002). El ritual como forma de adoctrinamiento. *Gazeta de Antropología*.
<https://doi.org/10.30827/DIGIBUG.7395>
- Gurría, M. (1991). *Introducción al Turismo* (Vol. 1). Trillas.
<https://www.entornoturistico.com/>
- Hernández, J.; Di-Clemente, E.; y López, T. (2015). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, ISSN 0212-9426; p. 407-428.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5138997>
- Hernández, R. (2018). El turismo gastronómico en Andalucía: Factores de análisis Culinary tourism in Andalusia: Factors of analysis. *Revista Espacio*, 39(22).
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n22/a18v39n22p15.pdf>
- Hernández, R.; y Dancausa, M. (2018). Turismo gastronómico: La gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 27(2), 413–430.
<http://www.scielo.org.ar/scielo>.
- Hernández, R.; Fernández, C.; y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta Edición. Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial, Reg. Núm. 1890. ISBN 968-422-931-3
- Huertas, T., Cuétara, Y., Cuétara, L., & Villareal, M. (2019). Gastronomic Tourism: Attitudes, Motivations and Satisfaction of the Visitor in Cantons of Tungurahua,

- Ecuador. *American Journal of Industrial and Business Management*, 9(3), 699–719.
<https://doi.org/10.4236/AJIBM.2019.93047>
- Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. *Revista de turismo y patrimonio cultural PASOS*. Vol. No. 14, p. 1187–1198. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.079>
- Juárez, A. (2014). Agencia de viajes, organización y operación. *Boletín de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*. Vol. No. 3.
<https://doi.org/10.29057/ICEA.V3I5.105>
- La Hora. (2023, April 5). Los paisajes y el turismo comunitario son las joyas de Angochagua. *Diario La Hora*. <https://www.lahora.com.ec/imbabura-carchi/paisajes-turismo-comunitario-joya-angochagua/>
- Lafuente, M. (2010). *Fiestas locales y derecho al descanso*.
- López, T. E. H., Hernández, Y. C., Sánchez, L. M. C., y Pastaz, M. M. V. (2019). Gastronomic Tourism: Attitudes, Motivations and Satisfaction of the Visitor in Cantons of Tungurahua, Ecuador. *American Journal of Industrial and Business Management*, 09(03), 699–719. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2019.93047>
- López-Guzmán, T.; Sánchez, S. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *Revista de turismo y patrimonio cultural PASOS*. Vol. No. 10; p.575–584. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.072>
- Mamani, W. (2016, March 26). *Definición ruta turística*.
<https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>

Meléndez, J.; Cañez, G. (2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. *Revista Sociales*, p. 82–204.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41712087008>

Ministerio de Turismo. (2013). *La gastronomía ecuatoriana al alcance de todos*.

<https://www.turismo.gob.ec/la-gastronomia-ecuatoriana-al-alcance-de-todos/>

Ministerio de Turismo. (2019). *Metodología para la elaboración del mapa gastronómico*

www.turismo.gob.ec

Ministerio de Turismo. (2019). *Metodología para la elaboración de mapa gastronómico*.

<https://amevirtual.gob.ec>

Ministerio de Turismo. (2023). *Entradas y Salidas Internacionales*. Junio 2023.

<https://servicios.turismo.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales>

Moya, A. (2010). *Atlas Alimentario de los Pueblos Indígenas y Afrodescendientes*.

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/56270.pdf>

Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, Vol. No. 35 p. 335-357.

<https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>

Noguer-Juncà, E., Crespi-Vallbona, M., & Fusté-Forné, F. (2021). Sociocultural and gastronomic revaluation of local products: trumfa in the Vall de Camprodon

(Catalonia, Spain). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 26.

<https://doi.org/10.1016/J.IJGFS.2021.100425>

- Organización Mundial del Turismo. (2000). Recomendaciones sobre estadísticas de turismo. In *Información Económica y Social y Análisis de Políticas División de Estadística* (Issue 83). <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83-s.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). UNWTO | Definiciones de turismo de la OMT. *UNWTO | Definiciones de Turismo de La OMT*.
<https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Organización Mundial del Turismo. (2023). *Desarrollo de productos turísticos*.
<https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>
- Panosso, A.; Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo. Conceptos, modelos y sistemas*. Edit. Trillas. <https://www.entornoturistico.com>
- Pastor, L. (2006). *El turismo del vino Otra experiencia de Ocio*. Universidad de Deusto. Documentos de Estudio de Ocio, Vol. 30. http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio30.pdf
- Pérez Gálvez, J. C., Granda, M. J., López-Guzmán, T., y Coronel, J. R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, 32, 604–612.
<https://doi.org/10.1016/J.SCS.2017.04.021>
- Plan Nacional de Turismo 2030*. (n.d.). Retrieved January 31, 2023, from https://issuu.com/ecorenato/docs/plan-nacional_de_turismo_2030_ecuador
- Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *Revista*

- de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 399–418.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.031>
- Santamaría, E., & López, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, Vol. No. 24, p. 417–434.
<https://doi.org/10.37960/REVISTA.V24I86.23771>
- Scacco, A. (2020). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra*. www.ibarra.gob.ec
- Sormaz, U., Akmese, H., Gunes, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, Vol. No. 39 p.725–730. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30286-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30286-6)
- Su, Y. (2015). Reflections on Local Specialties and Gastronomic Tourism. *Chinese Studies*, 4(1), 15–19. <https://doi.org/10.4236/CHNSTD.2015.41003>
- Troncoso-Pantoja, C. (2019). Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable. *Revista: Perspectivas En Nutrición Humana*, Vol. No. 21; p. 105–114.
<https://doi.org/10.17533/udea.penh.v21n1a08>
- Ulcungo, M. (2009). *Los rituales funerarios en la comunidad de Zuleta* [Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales]. www.flacsoandes.edu.ec
- UNWTO. (2012). *Global Report on Food Tourism*.
- Vivanco, F. (2021). *Turismo gastronómico*. <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/>

Anexos

Anexo 1

Cuestionario: Preguntas de entrevista semiestructurada.

Grupo focal adultos mayores de 65 años.

¿Qué utensilios usaban en la zona para la preparación de comidas y bebidas?

¿Qué preparaciones tradicionales se hacen en la zona?

¿Cómo o a quién se transmiten los conocimientos?

¿Qué relación tiene la gastronomía dentro del contexto sociocultural?

¿Qué tipo de fiestas hay?

Grupo focal agricultores.

¿Cuál es la temporada donde se cosechan alimentos?

¿Qué alimentos se producen actualmente en la zona?

¿Qué productos fueron introducidos en la zona?

¿Qué relación tiene la agricultura dentro del contexto sociocultural?

¿En dónde se encuentran cultivos de plantas de la medicina tradicional?

Grupo focal emprendedores y artesanos de la zona.

¿Qué utensilios usan en la zona para la preparación de comidas y bebidas?

¿Cuáles son las comidas y bebidas que preparan en la zona?

¿Cuáles son las especias y condimentos que se usan dentro de la cocina tradicional?

¿Cómo ha ido innovando la cocina durante los años?

¿Qué relación tiene la gastronomía dentro del contexto sociocultural?

¿En dónde se encuentran cultivos de plantas de medicina tradicional?

Grupo focal autoridades de Angochagua.

¿Qué alimentos se producen actualmente en la zona?

¿Qué relación tiene la gastronomía dentro del contexto sociocultural?

¿Qué tipo de fiestas hay?

Grupo focal emprendedores de bebidas alcohólicas

¿Cuál es el nombre de la marca?

¿Cuál es el significado?

¿Qué contiene el producto?

¿Cuál es el proceso de producción?

¿Los productos usados dentro de la elaboración del producto son producidos dentro de la zona o son externos?

¿Cree usted que el producto puede promover el turismo? ¿De qué manera?

Anexo 2

Ficha de inventario de patrimonio cultural INPC.



 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL			
DIRECCION DE INVENTARIO			
PATRIMONIAL			
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL			
FICHA DE INVENTARIO			
A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS			
1. DATOS DE LOCALIZACION			
Provincia		Cantón	

Parroquia		Urbana		Rural	
Localidad					
Coordenadas en sistema WGS84-UTM: X (Este) Y (Norte) Z (Altitud)					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
3. DATOS DE IDENTIDAD					
Denominación					
Grupo social					
Lengua					
Ámbito					
Subámbito					
Detalle del subámbito					
4. DESCRIPCION DE LA MANIFESTACION					
Origen					
Fecha o periodo	Detalle de la periodicidad				
Anual					
Continua					
Ocasional					
Otro					
Alcance	Detalle del alcance				

Local			
Provincial			
Regional			
Nacional			
Internacional			
Preparativos		Detalle de actividad	
INVITACIÓN			
Descripción de la manifestación			
Elementos significativos			
Nombre		Tipo	Detalle del elemento
Estructura organizativa			
Nombre		Tipo	Detalle de la estructura
5. PORTADORES/SOPORTES			
Tipo		Nombre	Cargo/Función/Actividad
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia	

Anexo 3

Ficha de inventario de patrimonio cultural INPC.

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL		CODIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCION DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO					
1. DATOS DE LOCALIZACION					
Provincia		Cantón			
Parroquia		Urbana		Rural	
Localidad					
Coordenadas en sistema WGS84-UTM: X (Este)		Y (Norte)		Z (Altitud)	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
3. DATOS DE IDENTIDAD					
Denominación					
Grupo social					
Lengua					
Ambito					
Subámbito					
Detalle del subámbito					

4. DESCRIPCION				
Origen				
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad		
Annual				
Continua				
Ocasional				
Otro				
Alcance		Detalle del alcance		
Local				
Provincial				
Regional				
Nacional				
Internacional				
Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
5. PORTADORES/SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo/Función/Actividad	Dirección/Teléfono	
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia		
	Padres-hijos			
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
	Padres-hijos			
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			

6. VALORACION				
Importancia para la comunidad				
Sensibilidad al cambio				
Alta				
Media				
Baja				
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/Nombre	
9. ANEXOS				
TEXTOS	FOTOGRAFÍAS	VIDEOS	AUDIO	
10. OBSERVACIONES				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora				
Registrado por		Fecha de registro		
Revisado por		Fecha de revisión		
Aprobado por		Fecha aprobación		
Registro fotográfico				

Anexo 4

Ficha para inventario de bebidas a base de licor.

		UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS CARRERA DE GASTRONOMÍA		
FICHA PARA INVENTARIO DE BEBIDAS A BASE DE LICOR				
1. DATOS GENERALES				
Encuestador: Jackelynn Bedón, Sayana Rosero			Fecha: 22/04/2013	
Nombre del producto: KINTI				
Propietario: Milton Chuquin				
Categoría: bebidas alcohólicas				
Provincia: Imbabura Calle:	Cantón: Ibarra Numero:	Localidad: Parroquia Angochagua Trasversal:		
5. USOS (simbolismo)				
Medicinal por la presencia de miel con licor de caña.				
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO				
Bebida hecha a base de licor de caña, con dos variaciones, una de mora, y otra de miel. Fabricado por el señor Milton Chuquin, oriundo de Angochagua.				
6 Ha sido declarado patrimonio Nombre: Patrimonio Cultural Industrial del Ecuador				
Si		Fecha:		
No	X	Categoría:		

	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS CARRERA DE GASTRONOMÍA	
FICHA PARA INVENTARIO DE BEBIDAS A BASE DE LICOR		
1. DATOS GENERALES		
Encuestador: Jackelynn Bedón, Sayana Rosero		Fecha: 22/04/2013
Nombre del producto: WASIKAMAK		
Propietario: Washington Rivera		
Categoría: bebidas alcohólicas		
Provincia: Imbabura Calle:	Cantón: Ibarra Numero:	Localidad: Comuna Zuleta. Trasversal:
5. USOS (simbolismo) Lo usan como bajativo.		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO		
Su nombre se deriva de una palabra quechua que significa vigilante, su logo es un oso de anteojos que promueve la conservación de la fauna de los alrededores. Está hecho con alcohol etílico de 96 grados, y algunos tipos de hierbas y especias, como el cedrón, sunfo, tipo, clavo de olor, entre otros, esto macerado al frío por 30 días para obtener el licor.		
6	Ha sido declarado patrimonio Nombre: Patrimonio Cultural Industrial del Ecuador	
Si		Fecha:
No	X	Categoría:

	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS CARRERA DE GASTRONOMÍA	
FICHA PARA INVENTARIO DE BEBIDAS A BASE DE LICOR		
1. DATOS GENERALES		
Encuestador: Jackelynn Bedón, Sayana Rosero		Fecha: 22/04/2013
Nombre del producto: ANYLUT		
Propietario: Ana María Yáñez		
Categoría: bebidas alcohólicas		
Provincia: Imbabura Calle:	Cantón: Ibarra Numero:	Localidad: Comuna Zuleta. Trasversal:
5. USOS (simbolismo) Acompañamiento para comidas.		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO		
Licor de arándanos, que lleva el mismo proceso de elaboración que el vino, pero reemplazando las uvas, por los arándanos.		
6	Ha sido declarado patrimonio Nombre: Patrimonio Cultural Industrial del Ecuador	
Si		Fecha:
No	X	Categoría:

	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS CARRERA DE GASTRONOMÍA</p>	<p style="text-align: center;">GASTRONOMÍA</p>
FICHA PARA INVENTARIO DE BEBIDAS A BASE DE LICOR		
1. DATOS GENERALES		
Encuestador: Jackelynn Bedón, Sayana Rosero		Fecha: 22/04/2013
Nombre del producto: MISHKI UPIANA		
Propietario: Antonio		
Categoría: bebidas alcohólicas		
Provincia: Imbabura Calle:	Cantón: Ibarra Numero:	Localidad: Parroquia Angochagua Trasversal:
5. USOS (simbolismo) Para regular la temperatura corporal al subir a los páramos.		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO		
Bebida hecha a base de icor de caña y miel de abeja. Creada hace 35 años por un paramero, para poder calentar su cuerpo cuando subía a los páramos.		
6	Ha sido declarado patrimonio Nombre: Patrimonio Cultural Industrial del Ecuador	
Si		Fecha:
No	X	Categoría: