

INVESTIGACIÓN doi:<http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2017.44.01-17>
Recibido: 30/03/2017 --- Aceptado: 07/05/2017 --- Publicado: 15/11/2017

DIVERSIDAD GASTRONÓMICA Y SU APOORTE A LA IDENTIDAD CULTURAL

GASTRONOMIC DIVERSITY AND ITS CONTRIBUTION TO CULTURAL IDENTITY

Francisco Torres Oñate¹: Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.

cf.torres@uta.edu.ec

Josué Romero Fierro: Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.

josueleonardo180591@gmail.com

Maria Fernanda Viteri: Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.

mf.viteri@uta.edu.ec

RESUMEN

El presente artículo, analiza la gastronomía y su diversidad como motivación y aporte a la identidad cultural, procurando mostrar la realidad de los destinos donde es la atracción turística principal con el objeto de contribuir a un mayor conocimiento sobre el fenómeno que involucra el desplazamiento de visitantes por motivos gastronómicos, turísticos y culturales. Más allá de ser un fenómeno relativamente reciente, la gastronomía ha ido adquiriendo importancia en el Ecuador, así como en otros países, dinamizando un número considerable de visitantes que viajan motivados por actividades culinarias, además Ecuador puede ser considerado un destino con gran potencial para hacer turismo debido a su relevante cultura. La metodología que se ha utilizado en el presente artículo son: observación y encuestas a los propietarios de los establecimientos de entretenimiento (bares y discotecas) y los bartenders encargados de preparar los cocteles.

PALABRAS CLAVE: Gastronomía – turismo – cultura – identidad – mixiología – licores ecuatorianos – entretenimiento

ABSTRACT

This article discusses gastronomy and its diversity as a motivation and contribution to the cultural identity, trying to show the reality of the destinations where it is the main tourist attraction in order to contribute to better understanding of the phenomenon involving the movement of visitors for gastronomic, touristic and cultural reasons. In addition to being a relatively recent phenomenon, gastronomy has become increasingly important in Ecuador, as well as in other countries, sparking a considerable number of visitors traveling motivated by culinary activities; also,

¹ **Francisco Torres Oñate**: Docente, Universidad Técnica de Ambato
Correo: cf.torres@uta.edu.ec

Ecuador can be considered a destination with great potential for tourism because of its outstanding culture. The methodology that has been used in this article is: observation and surveys to owners of entertainment establishments (bars and discos) and the bartenders in charge of preparing cocktails.

KEY WORDS: Gastronomy – tourism – culture – identity - mixology - Ecuadorian liqueurs – entertainment

DIVERSIDADE GASTRONÔMICA E SEU APORTE À IDENTIDADE CULTURAL

RESUME

O presente artigo analisa a gastronomia e sua diversidade como motivação e aporte a identidade cultural, procurando mostrar a realidade dos destinos onde é a atração turística principal com o objetivo de contribuir a um maior conhecimento sobre o fenômeno que envolve o deslocamento dos visitantes por motivos gastronômicos, turísticos e culturais. Mas que ser um fenômeno relativamente recente, a gastronomia foi adquirindo importância no Equador, assim como em outros países, dinamizando um número considerável de visitantes que viajam motivados pelas atividades culinárias, ademais Equador pode ser considerado um destino com grande potencial para o turismo devido a sua relevante cultura. A metodologia que foi usada no presente artigo é: observação e encostas aos proprietários dos estabelecimentos de entretenimento (bares e discotecas) e os barmans encarregados de preparar os coquetéis.

PALAVRAS CHAVE: Gastronomia – Turismo – Cultura – Identidade – Mixologia – Licores equatorianos – Entretenimento

Cómo citar el artículo

Torres Oñate, F., Romero Fierro, J., Fernanda Viteri M. (2017). Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural. [Gastronomic diversity and its contribution to cultural identity]. Revista de Comunicación de la SEECI, 44, 01-13. doi: <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2017.44.01-13>

Recuperado de <http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/470>

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día el turismo se inclina cada vez más a la especialización y va al encuentro de los nuevos deseos de los turistas. Por lo tanto, no es extraño que hayan aparecido una serie de nuevos productos que van más allá del turismo masificado de sol y playa, e intentan satisfacer diversos nichos de mercado.

La gastronomía es uno de los nuevos productos turísticos que ha ganado mayor dimensión en los últimos tiempos, así como ha llamado la atención por parte de la comunicación social. De esta manera se puede interpretar que el turismo es amplio y está dividido en diversos segmentos de acuerdo a las expectativas, deseos y motivaciones que el turista desea desarrollar, de esta manera existe diferentes tipos

de turismo que se encuentra en espera del turista como ejemplos se puede citar: el turismo cultural, comunitario, de naturaleza, de aventura, gastronómico, etc.

Uno de los segmentos que ha tomado fuerza en los últimos años es el turismo gastronómico a nivel mundial y nacional. Ecuador se ha caracterizado por la diversa gastronomía de cada una de sus cuatro regiones caracterizada por su cocina autóctona heredada de sus antepasados a disposición de los visitantes, por su sabor y preparación única, convirtiéndose para muchas personas en un motivo principal para visitar este país.

De esta manera (Reinhardt, 2006) citado en (Oliveira, 2011), menciona que hecho de alimentarse es indispensable para la supervivencia humana. No obstante, a medida que el hombre fue evolucionando el alimento ha asumido un papel diferente. El hombre pasa a alimentarse no sólo para saciar el "hambre", sino por "placer".

La alimentación se diferencia en cada cultura hecho que se da por varios aspectos como el clima, el suelo, los productos agrícolas, etc. El hombre cocina de acuerdo con lo que le ofrece el medio ambiente en el que vive. Así, es posible que a través de la cocina se puedan reconocer culturas, religiones, acontecimientos, épocas, etc. En lo que respecta a la alimentación, en la cocina Ecuatoriana se puede encontrar mucho, dejada como herencia por anteriores generaciones. El país posee increíble gastronomía típica reconocida no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional de tal manera que la gastronomía es una de las más destacadas por su variedad, sabor, textura, y decoración, de esta manera se convierte en un motivo de un destino a ser visitado por los turistas.

1.1. Turismo

Hacer turismo es uno de los actos más enriquecedores que puede llevar a cabo el ser humano, debido a que le permite conocer nuevos lugares, culturas y personas en su tiempo de ocio. Según (Flores Carrasco, 2016) El turismo hoy en día se ha convertido en un fenómeno social que ha desplegado al transcurrir los años desde su aparición hasta la actualidad, como resultado del adelanto de la tecnología, comunicaciones y la facilidad de infraestructura en carreteras, aeropuertos y puertos, que son elementos importantes para un mejor desarrollo turístico, facilitando de esta manera a que el turista encuentren todas las comodidades y la seguridad necesaria para desplazarse desde su lugar de origen a otro, motivado por conocer nuevos lugares diferente a su entorno habitual. (Ávila y Barrado, 2005) citado en (Hernández Mogollón, Di-Clemente, & López-Guzmán, 2015) menciona que el turismo se caracteriza, cada vez más, como una actividad que proporciona al viajero una oportunidad de enriquecimiento personal y cultural.

El turismo preserva el entorno natural y cultural; que revive antiguas tradiciones; que contribuye activamente a mantener espectáculos culturales; y que facilita la comunicación intercultural y las expectativas de paz mundial. (Jafari, 2005)

Así mismo (Buhalis, 2003; Malaver, 2011), citado en (Castillo Palacio & Castaño Molina, 2015) opina que el turismo es una industria que experimenta una continua transformación. El turismo evoluciona constantemente y presenta cambios importantes a los que hay que enfrentarse, surgiendo nuevos modelos de explotación turística y en definitiva nuevas formas de hacer negocio.

Hoy en día el turismo se inclina cada vez más a la especialización y va al encuentro de los nuevos deseos de los turistas. Por lo tanto, han aparecido nuevos productos que van más allá del turismo de masas como el de sol y playa, sino que intentan satisfacer diferentes nichos de mercado, creando de esta manera una diversificación del turismo.

1.2. Gastronomía

La gastronomía, entre otros, está afirmándose como un elemento importante de diversificación y como una herramienta de definición de marca y de imagen de un territorio, un país y una cultura, según (Hjalager, 2010) citado en (Hernández Mogollón, Di-Clemente, & López-Guzmán, 2015)

Cuando se habla de gastronomía, no se entiende únicamente el conjunto de alimentos o platos típicos de una localidad, sino que se abarca un concepto mucho más amplio que incluye las bebidas, costumbres alimentarias, tradiciones, los procesos, las personas y los estilos de vida que se definen alrededor de la misma.

La gastronomía representa por tanto una oportunidad para dinamizar y diversificar el turismo, impulsar el desarrollo económico local, implicar a diversos sectores profesionales (productores, cocineros, mercados, etc.), e incorporar nuevos usos al sector primario. (Falcón, 2014)

En los últimos años, el turismo ha empezado a reconocer el importante poder de atracción y comunicación de los productos gastronómicos, hasta el punto de convertirlos en verdaderos atractivos turísticos, según (Folgado et al., 2011; Kivela y Crotts, 2006) citado en (Hernández Mogollón, Di-Clemente, & López-Guzmán, 2015).

De esta manera según (Armesto y Gómez, 2004) citado en (Vázquez De La Torre, Morales Fernández, & Pérez Naranjo, 2012) La gastronomía, como recurso turístico, no sólo es apreciada por su propio valor intrínseco sino también por su carácter simbólico, en la medida en que actúa como identificador de pueblos y territorios.

Es importante mencionar que alrededor de las peculiaridades de la cocina se desarrollan rutas, paquetes turísticos, propuestas e iniciativas que ponen a la gastronomía y a los productos de la tierra en el centro de las estrategias de desarrollo y de promoción de un determinado territorio o destino.

En las últimas décadas han acontecido cambios en la actividad turística destacándose el interés por conocer las raíces locales y regionales de los pueblos, lo cual ha llevado a la creación de nuevos productos turísticos, siendo la gastronomía uno de ellos,

según (López-Guzmán y Sánchez, 2008) citado en (Fernández Sánchez, Rodríguez Cotilla, Pozo Rodríguez, & Espinosa Manfugás, 2016).

Es así que la gastronomía se presenta como una forma de aumentar la oferta turística, ya sea como producto principal o como valor agregado al turismo cultural considerado como rescate del saber de un pueblo, de ahí la vinculación con su patrimonio histórico y cultural y el aprovechamiento de los recursos locales, según (Correa dos Santos y Oliveira, 2004) citado en (Fernández Sánchez, Rodríguez Cotilla, Pozo Rodríguez, & Espinosa Manfugás, 2016)

La gastronomía, tal como la mencionan diversos actores como Hjalaguer y Richards (2000) citado en (Leal Londoño, 2011), puede ser un producto turístico o en ocasiones un recurso turístico; su conversión en producto resultará de una transformación o revalorización de dicho recurso. Según (López Guzmán & Sánchez Cañizares, 2012) La gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave de atracción tanto para definir la competitividad de los destinos turísticos como la promoción de los mismos.

La gastronomía se está afirmando cada vez más como un patrimonio fundamental para el desarrollo turístico. Conocer y degustar la cocina local se considera una experiencia cultural y sensorial.

Para ello (Ortega et al, 2012) citado en (Di Clemente, Hernández Mogollón, & López Guzmán, 2014) menciona que la gastronomía representa un recurso que ofrece un abanico de potenciales actividades llenas de contenido cultural e histórico para entretener al turista y proponerle una forma innovadora de hacer experiencia del territorio a través de un contacto multisensorial.

En los últimos años la gastronomía cada vez está teniendo un mayor protagonismo en la elección del destino turístico y en el consumo del mismo, lo que se ve reflejado en el crecimiento de una oferta gastronómica basada en productos de calidad autóctonos y en la consolidación de un mercado propio para el turismo gastronómico.

Según (Falcón, 2014), La gastronomía posibilita el desarrollo turístico del territorio, tanto como recurso básico, o como complementario, al ampliar las posibilidades de comercialización y al extender la misma a otros sectores económicos.

1.3. Turismo Gastronómico

Se puede denominar turismo gastronómico a las visitas a los productores primarios y secundarios de alimentos, a los festivales gastronómicos, a los restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización del viaje, según (Schlüter y Thiel, 2008) citado en (Vázquez De La Torre, Morales Fernández, & Pérez Naranjo, 2012)

El turismo gastronómico despertó la atención de estudiosos de diferentes partes del mundo después del Congreso Mundial de Turismo Gastronómico, realizado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en Chipre el año 2000. (Vázquez De La Torre, Morales Fernández, & Pérez Naranjo, 2012)

El turismo gastronómico es uno de los productos emergentes con mayor desarrollo en los últimos años, pues se considera un medio para recuperar la alimentación tradicional de cada zona y ha adquirido, a nivel mundial, mayor importancia durante las últimas décadas, debido a que se ha convertido en una pieza clave para el posicionamiento de los alimentos regionales.

Según (Hjalager y Richards, 2002) citado en (Fernández Sánchez, Rodríguez Cotilla, Pozo Rodríguez, & Espinosa Manfugás, 2016) Los turistas gastronómicos buscan comidas autóctonas y exóticas, ejemplo de estos son los productos animales y vegetales usados por los habitantes nativos de los destinos turísticos, para crear una atmósfera distinta que une la necesidad del viaje con las experiencias inolvidables por la conexión entre el turista, la cultura local, el entorno y la comida.

Actualmente el turismo gastronómico está adquiriendo cada vez mayor importancia en el mundo, independientemente de si se trata de un país desarrollado o no.

En el turismo gastronómico, los productos alimenticios y las especialidades culinarias se convierten en vehículo de acercamiento cultural en la medida en que se configuran como elementos identificadores de pueblos y territorios, según (Fabio, 1998) citado en (Güemes Ricalde & Ramírez Cordero, 2012).

Consecuentemente se puede definir al turismo gastronómico como la visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización de un viaje, según (Hall y Sharples 2003:10) citado en (Schlüter & Ellul, 2008)

De acuerdo con Robison & Novelli (2005) citado en (Oliveira, 2011) el turismo de nichos, también denominado turismo de interés especial, surge como consecuencia lógica de la evolución de la sociedad en contrapunto al "antiguo" turismo de masas; insertándose en esta tipología, de forma clara, el turismo gastronómico. Schlüter (2006) citado en (Oliveira, 2011) apoya igualmente esta idea de que el turismo gastronómico puede ser visto como una forma de turismo de interés especial.

Henderson (2009) citado en (Oliveira, 2011), señala que el turismo gastronómico ocurre en los lugares donde los turistas pueden consumir gastronomía, como los restaurantes; y que la experiencia del turismo gastronómico puede ocurrir aún en el contexto de las tiendas convencionales, los festivales gastronómicos, las escuelas de hotelería y las quintas que buscan atraer visitantes con su gastronomía.

Oliveira (2008) citado en (Oliveira S. , 2011) procura presentar una definición abarcadora, señalando que: El turismo gastronómico es el desplazamiento de visitantes, tanto turistas como excursionistas, cuyo motivo principal es la

gastronomía, y que involucra prácticas que van desde el mero desplazamiento del lugar de residencia hacia un restaurante donde degustar un plato; el desplazamiento hacia un determinado destino para aprender a preparar determinados alimentos; y hasta la realización de rutas gastronómicas con la intención de aprender algo más sobre cierta gastronomía; entre otros.

El turismo gastronómico, por lo tanto, puede ser comprendido como una modalidad de turismo cultural que permite conocer los hábitos, costumbres y la manera de vivir de la comunidad visitada a través de sus representaciones gastronómicas.

De esta manera (Ruschmann, 1997, p. 85) citado en (Mascarenhas Tramontin & Gândara Gonçalves, 2010) afirma que el turismo gastronómico es aquel en el cual la motivación principal del turista es la alimentación. Esa modalidad de turismo es incapaz de generar su propio flujo, pero puede agregar valor a la visita de un lugar, ofreciendo al turista la posibilidad de vivir una experiencia que lo acerca a la población visitada

El turismo gastronómico es una rama del turismo cultural en el cual el desplazamiento de visitantes se da por motivos vinculados a las prácticas gastronómicas de una determinada localidad. El turismo gastronómico puede ser gestionado a partir de atractivos como la cocina regional, los eventos gastronómicos y la oferta de establecimientos de alimentos y bebidas diferenciados, así como caminos, rutas y circuitos gastronómicos. Según (Gândara et al, 2008, p. 181) citado en (Mascarenhas Tramontin & Gândara Gonçalves, 2010)

El turismo gastronómico es comprendido como parte integrante del turismo cultural, considerándose que su punto de acción se da en la interacción con el espacio natural en lo que hace a la producción de bienes- y en la interacción social -en lo que hace la prestación de servicios y a la preservación del patrimonio gastronómico.

Según (Mascarenhas, 2005) citado en (Mascarenhas Tramontin & Gândara Gonçalves, 2010) El turismo gastronómico también es capaz de producir efectos positivos entre los cuales se pueden citar los siguientes: proporciona mayor atractivo para los turistas y visitantes, complementa la oferta turística local, atraer nuevas inversiones a la localidad donde se desarrolla, contribuir al aumento de la generación de empleo y a la recaudación de impuestos, difundir la cultura local, aumentar la circulación de conocimiento técnico y contribuir a la formación de una imagen positiva para la localidad y la región rescatando o preservando la cultura local a través de las actividades turísticas, así mismo (Schlüter, 2003, p. 29) citado en (Mascarenhas Tramontin & Gândara Gonçalves, 2010) opina que a veces, es agente motivador de un viaje turístico; en general se recurre a la creación de rutas temáticas y culturales que permiten integrar en un producto elementos que individualmente no alcanzan interés suficiente, o cuentan con ciertas dificultades de promoción o comercialización, haciendo posible que el producto final tenga mayor valor que la suma de las partes; incrementando así sus beneficios económicos y sociales.

Hay que señalar que el turismo gastronómico no siempre es motivador de flujos turísticos por sí solo, pero contribuye a generar nuevos nichos de mercado que complementen la oferta turística principal, lo que puede conformar una demanda específica como es el caso de las rutas gastronómicas.

1.4. Cultura

La cultura, conjuntamente con la religión y otras caracterizaciones sociodemográficas, representa uno de los principales factores que determinan la aceptación de determinados productos dentro de la alimentación, así como su apreciación en término de gustos y sabores según (Mak et al., 2012a) citado en (Hernández Mogollón, Di-Clemente, & López-Guzmán, 2015). Así, la cultura determina y moldea la historia culinaria de un pueblo, la define y, a través de la misma, se expresa y se convierte en algo tangible, sensorial y placentero. Es esta última connotación que permite a los platos típicos y a los alimentos locales convertirse en verdaderos productos turísticos y factores motivacionales del viaje. Hoy la gastronomía mueve categorías de viajeros cada vez más amplias según (Acevin, 2012; Fox, 2007; Segittur, 2010) citado en (Hernández Mogollón, Di-Clemente, & López-Guzmán, 2015)

Definimos turismo cultural como un viaje en el que los turistas tienen como objetivo conocer y entender la cultura de "otros" según (Long, 1998) citado en (Jiang, 2012) mediante diversas actividades turísticas.

Según Mannel (en Vinha 2004) citado en (Oliveira S. , 2007), la alimentación fue desde siempre un elemento clave de la cultura de cada sociedad y cada vez más los visitantes ven en la gastronomía la posibilidad de conocer mejor la cultura de un lugar.

El turismo cultural permite el intercambio de valores y de nuevas experiencias con el estilo de vida del otro.

El uso de la cultura en el sistema económico del turismo puede ser desarrollado en varias dimensiones y lineamientos entre los cuales, se destaca la gastronomía. Según (Reinhardt, 2006) citado en (Oliveira Martins, 2011) la gastronomía es un ejemplo de un producto turístico – cultural reciente, motivado por la búsqueda de placer a través de la alimentación, pero también puede ser un buen camino para promover la búsqueda de las raíces culinarias como forma de entender la cultura local.

Se destaca que el alimento es una fuente de información preciosa, plasmándose allí una cultura, una religión, una época, entre muchos otros factores. Según Schlüter (2003) y Louzada (2006) citados en (Oliveira Martins, 2011) la gastronomía como elemento del legado cultural de un pueblo está asumiendo gran importancia como producto turístico cultural.

La cultura de cada localidad representa todo lo que el hombre piensa, crea, cree, consolida, transforma y experimenta dentro del espacio-tiempo. La cultura es

dinámica, por lo tanto, admite transformaciones e intercambios efectivos y constantes, y es reconfigurada en la convivencia con otras culturas. (Ribeiro Cruz & Netto Simões, 2010).

2. OBJETIVOS

Los objetivos principales del presente texto científico son:

- a. Analizar a la gastronomía y su relación con el turismo.
- b. Facilitar a los turistas vivir una experiencia memorable mediante los recursos gastronómicos y la cultura ecuatoriana.
- c. Potencializar la calidad y el servicio de las experiencias turísticas dentro del ámbito cultural, aportando nuevos valores a los recursos locales y convirtiéndolos en atractivos turísticos.

3. METODOLOGÍA

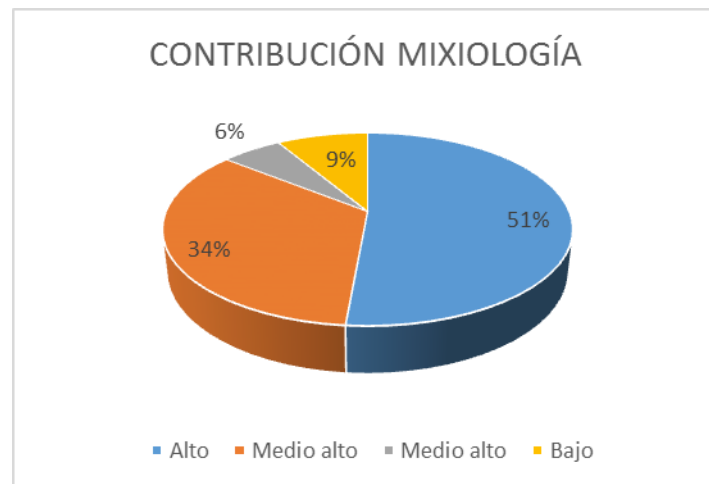
Se trabajó con un enfoque cualitativo, basándonos en registros obtenidos por medio de la técnica de observación y encuestas, se tomó en cuenta la diversidad gastronómica nacional. El enfoque cuantitativo se presenta al momento de la recolección, tabulación y análisis de los datos arrojados por las encuestas, para comprobar la validez de la investigación. Para la presente investigación se aplicará las modalidades de campo y bibliográfica. De campo porque el trabajo investigativo se realizará en el lugar donde se produce el problema investigado, es decir en los establecimientos de entretenimiento (bares y discotecas), lo que a su vez permite obtener contacto directo con los individuos relacionados con el objeto de estudio que son los actores principales. Bibliográfica pues mediante esta se obtendrán antecedentes investigativos y permitirá la obtención y recopilación de información relacionada con el tema de investigación planteado.

4. DISCUSIÓN

Se manejó una muestra de 35 personas, aplicando una encuesta, mediante la cual se pudo obtener los resultados esperados como se describirán a continuación:

Pregunta 8: ¿En qué nivel considera usted que la preparación de cocteles bajo la técnica de mixología molecular contribuye al desarrollo de la diversidad gastronómica nacional y al turismo de entretenimiento?

Gráfico 1: Contribución Mixiología molecular a la Diversidad Gastronómica.

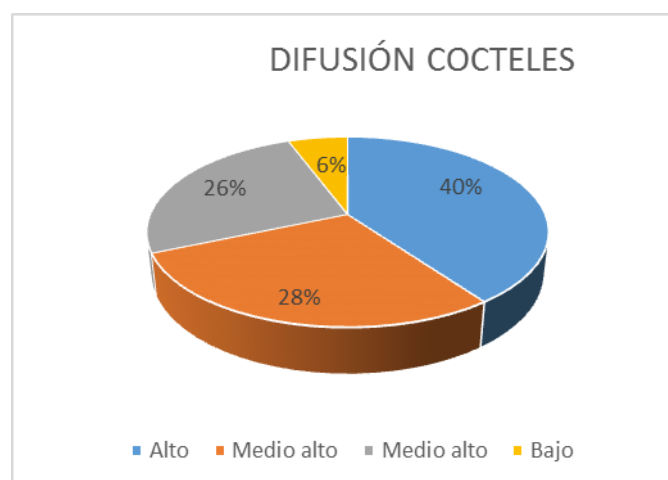


Fuente: ENCUESTA (2016)

De acuerdo a la pregunta número 8, del 100% de los individuos, el 51 % considera que la preparación de cocteles bajo la técnica de mixología molecular contribuye a la diversidad gastronómica nacional y al turismo de entretenimiento en un nivel alto, el 34% un nivel medio alto, el 9% un nivel medio y el 3% restante concluye un bajo nivel.

Pregunta 9: ¿En qué nivel considera usted que la promoción o difusión de cocteles preparados con licores ecuatorianos contribuye a la diversidad gastronómica nacional?

Gráfico 2: Difusión de cocteles con licores ecuatorianos.



Fuente: ENCUESTA (2016)

De la misma manera en la pregunta número 9, del 100% de los individuos, el 40% de la población concuerda que la difusión de cocteles con licores ecuatorianos

contribuye a la diversidad gastronómica nacional en un alto nivel, el 28% en un nivel medio alto, el 26% un nivel medio y el 6% un nivel bajo.

Los resultados de la investigación han sido importantes para tener un conocimiento amplio acerca de la diversidad gastronómica nacional, según (Flores Carrasco, 2016) la gastronomía en la actualidad es considerada como un verdadero potencial, entre las principales motivaciones del viajero se encuentra su búsqueda de platos específicos así como saberes sazones y culturas que la complementan es por eso que los encuestados están de acuerdo en emprender su viaje por un placer gastronómico.

Como se puede apreciar en los resultados obtenidos de la encuesta existen diversas motivaciones gastronómicas que se debe considerar que, más allá de que existan turistas que viajan solos, una gran parte viaja en grupo y el acto de la comida se reviste de una gran importancia para la interacción personal, es por esto que se incluyen también bebidas dentro de la gastronomía, como es el caso de la presente investigación en la que se enfoca a la mixiología molecular con cocteles representativos del Ecuador como un aporte a la diversidad gastronómica nacional.

La mayoría de las personas, asocia una buena comida con amigos a un momento de placer, de relax y de alegría durante el cual se disfruta de la compañía de los otros socializando. De esta forma, muchos turistas consiguen, sin duda, recibir un gran placer de estas comidas y bebidas en grupo en los restaurantes, ferias gastronómicas, festividades y otros lugares. Así mismo (Montoya Sola, 2003) menciona que con la gastronomía y su incorporación a la oferta turística de la misma no sólo conseguiremos enriquecer los destinos turísticos de interior, sino que mantendremos vivo un legado cultural de siglos.

5. CONCLUSIONES

Mediante la investigación realizada se puede concluir la gastronomía se relaciona directamente con el turismo, puesto que los turistas se desplazan para conocer la gastronomía de un determinado lugar, generando así turismo gastronómico.

Los turistas tienen una amplia gama de opciones para degustar en lo que se refiere a gastronomía, pues el Ecuador posee una gran variedad de productos, climas y cultura lo que contribuye a desarrollar la actividad turística del país.

Los turistas pueden disfrutar del viaje en Ecuador debido a que la gastronomía es diversa, además de complementarse con las bebidas, las cuales, mediante las técnicas moleculares, son una gran opción para el desarrollo del turismo de entretenimiento del país.

Resulta de gran interés mejorar la calidad y el servicio de las experiencias turísticas, porque provoca interés a las personas que relacionan la gastronomía con la cultura, valores, creencias, costumbres y tradiciones del lugar que es visitado.

6. REFERENCIAS

- Castillo Palacio, M., & Castaño Molina, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(3). Recuperado el 23 de Julio de 2016
- Di Clemente, E., Hernández Mogollón, J. M., & López Guzmán, T. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura. *Tejuelo: Didáctica de la lengua y la Literatura*(9).
- Falcón, J. P. (2014). Tendencias globales de desarrollo del turismo gastronómico aplicadas al caso de Argentina. *Redmarka: Revista académica de marketing aplicado*.
- Fernández Sánchez, L., Rodríguez Cotilla, Z., Pozo Rodríguez, J. M., & Espinosa Manfugás, J. M. (2016). Estrategias para el Fortalecimiento del Turismo Gastronómico en el Cantón Pastaza, Ecuador. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, 5(2).
- Flores Carrasco , E. A. (2016). *La gastronomía típica como motivación primaria hacia un destino en el cantón Ambato*.
- Güemes Ricalde, F. J., & Ramírez Cordero, B. (2012). Identidad en la gastronomía de la frontera México-Belice ¿Producto turístico? *El Periplo Sustentable* (22).
- Hernández Mogollón, J. M., Di-Clemente, E., & López-Guzmán, T. (2015). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*(68). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5138997>
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42. doi:10.5209/POSO.24139
- Jiang, X. (2012). El diseño de la experiencia del turismo gastronómico en Bilbao. *Investigaciones Turísticas* (3)
- Leal Londoño, M. d. (2011). la diversificación del turismo a través del gastro turismo: el caso de Vilanova i la Geltrú (Barcelona). *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(1).
- López Guzman, T., & Sánchez Cañizares, S. M. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5).
- Mascarenhas Tramontin, R. G., & Gândara Gonçalves, J. M. (2010). Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19.
- Montoya Sola, T. (2003). *La gastronomía tradicional en el turismo rural. Historia de la alimentación rural y tradicional: Recetario de Almería*
- Oliveira Martins, U. M. (2011). La herencia de la gastronomía portuguesa en Brasil como un producto del turismo cultural. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20

- Oliveira, S. (2007). La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada - Portugal. *Estudios y perspectivas en Turismo*. Recuperado el 27 de diciembre de 2016
- Oliveira, S. (2011). la gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(3). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717583012>
- Ribeiro Cruz, M. S., & Netto Simões, M. d. (2010). Patrimonio cultural gastronómico y políticas públicas Inmigración, hibridación e interculturalidad (Región Sur de Bahia – Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19
- Schlüter, R. G., & Ellul, D. T. (2008). Gastronomía y turismo en Argentina Polo gastronómico Tomás Jofré. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2).
- Vázquez de la Torre, G. M., Morales Fernández, E., & Pérez Naranjo, L. M. (2012). análisis del turismo gastronómico en la provincia de córdoba. *Tourism & Management Studies*.

AUTORES

Francisco Torres Oñate

Magister en Procesamiento de Alimentos, Universidad Agraria del Ecuador; Licenciado en Gestión Gastronómica, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Docente Tiempo Completo Universidad Técnica de Ambato; Chef Ejecutivo VIP Catering Service; Asesor Gastronómico CIBV Bolívar.

Josué Romero Fierro

Egresado en Turismo y Hotelería, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Universidad Técnica de Ambato Licenciado en Turismo y Hotelería, Universidad Técnica de Ambato.

María Fernanda Viteri Toro

Magister en Ciencias de la Educación, Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ingeniera en Administración de Empresas Turística y Hotelera, Universidad Autónoma Regional de los Andes. Docente Tiempo Completo Universidad Técnica de Ambato.