

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VIII. Vol. VIII. Nro 3. Edición Especial 3. 2022

Hecho el depósito de ley: FA2021000002

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Instituto de Investigación y Estudios Avanzados Koinonía (IIEAK). Santa Ana de Coro. Venezuela

Allison Belén Caguana-Tonato; Tannia Cristina Poveda-Morales

[DOI 10.35381/cm.v8i3.768](https://doi.org/10.35381/cm.v8i3.768)

Ruta turística gastronómica. Caso: Parroquia de Quisapincha, Ambato, Ecuador

Gastronomic tourist route. Case: Parish of Quisapincha, Ambato, Ecuador

Allison Belén Caguana-Tonato

ga.allisonbct27@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-3607-4215>

Tannia Cristina Poveda-Morales

ua.tanniapoveda@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-6497-9957>

Recibido: 02 de febrero 2022

Revisado: 20 de marzo 2022

Aprobado: 15 de mayo 2022

Publicado: 01 de junio 2022

Allison Belén Caguana-Tonato; Tannia Cristina Poveda-Morales

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se presenta la creación de la ruta turística gastronomía. Quisapincha, tiene un alto potencial turístico, aquí llegan variedad de turistas, principalmente de Pichincha. Por el crecimiento turístico que tiene la zona se han incrementado más almacenes de cuero. En el sector se siembran productos como: papas, cebollas, habas, arvejas, entre otros; los mismos que son comercializados en las ferias del lugar los días domingos y martes. Quisapincha también es reconocida por su comercialización de gallinas, conejos y borregos los mismos que también constituyen para su economía. Existen platos típicos que han perdido identidad debido a que las nuevas generaciones no conocen las recetas de estas preparaciones, debido a que no han quedado plasmados de forma escrita, razón por la cual se busca crear una Ruta Turística Gastronómica para la parroquia de Quisapincha que permitirá a los turistas conocer y degustar la gastronomía del sector.

Descriptor: Folklore; patrimonio cultural inmaterial; costumbres y tradiciones. (Tesoro UNESCO).

ABSTRACT

This research work presents the creation of the gastronomic tourist route. Quisapincha, has a high tourist potential, here come a variety of tourists, mainly from Pichincha. Due to the growth of tourism in the area, there has been an increase in the number of leather stores. In the sector, products such as potatoes, onions, beans, peas, among others, are grown and sold in the local fairs on Sundays and Tuesdays. Quisapincha is also known for its commercialization of chickens, rabbits and sheep, which also contribute to its economy. There are typical dishes that have lost their identity because the new generations do not know the recipes of these preparations, because they have not been written down, which is why it seeks to create a Gastronomic Tourist Route for the parish of Quisapincha that will allow tourists to know and taste the gastronomy of the sector.

Descriptors: Folklore; intangible cultural heritage; customs and traditions. (UNESCO Thesaurus).

Allison Belén Caguana-Tonato; Tannia Cristina Poveda-Morales

INTRODUCCIÓN

La elaboración de una ruta turística gastronómica para la incrementación del flujo turístico de la parroquia de Quisapincha provincia de Tungurahua, se puede realizar mediante la asignación de restaurantes de comidas y atractivos turísticos del sector. Revisando la literatura referente a la ruta turística gastronómica ha existido una ruta, pero enfocado a la elaboración del cuero y los almacenes que hoy en día producen y comercializan diferentes prendas de vestir.

La elaboración de esta ruta turística gastronómica no es más que la incorporación de un valor agregado local, añadiendo un valor atractivo geográfico, la parroquia de Quisapincha sería más apreciada si ofrecemos a los turistas los típicos platillos como las hervidas y las empanadas de viento (Pita-Lino et al. 2021), (Villagómez-Buele et al. 2019), (Montalvo-Moncayo et al. 2021), (Montoya, 2017). El turismo gastronómico puede estimular el desarrollo económico y sociocultural de las zonas agrícolas, mediante el consumo y la comercialización de productos elaborados localmente (Pita-Lino et al. 2021), (Torres-Oñate et al. 2017), (Arias-Castañeda & Pozo-Moreano, 2021), (Jeambey, 2016), (Aguirre-Suárez et al. 2020).

El patrimonio culinario es una manera de venderle al visitante una experiencia gastronómica única en una atmosfera agradable y cálida (Acacion, 2016). La gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores claves de atracción para definir la competitividad de los destinos turísticos con la búsqueda de lo autóctono y de los elementos culturales de la zona geográfica que visita.

Para el desarrollo de la ruta turística gastronómica presentamos en primer lugar, una revisión de la literatura que existen en este campo. De esa manera se establece la importancia de la cocina como elemento básico para que el turista consiga nuevas experiencias. También observamos como la gastronomía se está configurando para determinados turistas en la motivación principal para visitar un determinado lugar o a su vez una de sus principales motivaciones será visitar un destino turístico. Por otro lado,

Allison Belén Caguana-Tonato; Tannia Cristina Poveda-Morales

también hacemos referencia a cómo debería de desarrollarse una ruta turística gastronómica.

MÉTODO

Se aplica un método mixto, con un diseño narrativo la cual se basa en la recolección de datos sobre las historias de vida y experiencias de ciertas personas para describirlas y analizarlas. Permite el desarrollo de entrevistas que serán registrados. Mediante el uso de instrumentos como la encuesta y la entrevista obtuve información importante para el desarrollo de este trabajo.

Se trabajó con la Población Económicamente Activa- PEA de la parroquia de Quisapincha cantón Ambato considerando que es una población finita la cual tiene 11 581 habitantes. La muestra se aplicó a una población finita de 11 581 habitantes entre los 18 a 65 años. Se realizó un estudio aplicándose la Muestra de forma aleatoria obteniendo resultados en un período de tiempo que comprendió los meses de enero y febrero de 2021.

La encuesta consta de 10 preguntas cerradas las cuales fueron aplicadas entre los meses de enero y febrero del año 2021 a 30 persona residentes de la parroquia de Quisapincha como muestra aleatoria y representativa, Tabla 1.

Allison Belén Caguana-Tonato; Tannia Cristina Poveda-Morales

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Tabla 1.

Resultado de la encuesta a los habitantes de la parroquia.

PREGUNTA	FRECUENCIA			
	Una vez a la semana.	Una vez al mes	Una vez al año.	Nunca
¿Con qué frecuencia visita la parroquia de Quisapincha?	43,3 %	26,7 %	23,3 %	6,7 %
	Exposición de los platos tipos en los días feriados.	Crear más sitios de comida típica del sector.	Implementación de alojamiento	Todos los anteriores
¿Qué le falta implementar a la parroquia de Quisapincha para que tenga más demanda turística?	20 %	43,3 %	23,3 %	13,3 %
	¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?	Turismo artesanal	Turismo gastronómico	Agroturismo
20 %		36,7 %	10 %	20 %
¿Qué tipo de servicio le gustaría encontrar en la ruta?	Guía	Alojamiento	Alimentación	transporte
	33,3 %	30 %	33,3 %	3,3 %
¿Con cuál de los siguientes medios le gustaría que se difunda la ruta	Redes sociales	Radio	Televisión	Folleto
	70 %	6,7 %	10 %	13,3 %

Allison Belén Caguana-Tonato; Tannia Cristina Poveda-Morales

turística gastronómica?	Muy buena	Buena	Regular	Mala
¿Qué opina sobre la gastronomía que ofrece la parroquia?	63,3 %	26,7 %	10 %	0 %
¿Cuáles fueron los motivos de la visita a la parroquia?	Fiesta del Inti Raymi	Corrida de toros	Fiesta de la Virgen del Quinche	Feria de los compas de cuero
	10 %	13,3 %	40 %	37,6 %
¿Qué tiempo permanecería en la parroquia como visitante?	2 horas	5 horas	12 horas	1 día
	33,3 %	23,3 %	20 %	23,3 %
¿Le gustaría algún lugar nocturno para compartir en familia o amigos?	Si		No	
	93,1 %		10 %	

Elaboración: Los autores.

Revisando la tabla 1 se puede analizar que la encuesta fue importante para conocer la opinión de los habitantes de la parroquia llegando a deducir que existe una escasa promoción de los atractivos turísticos y comidas típicas de Quisapincha. En una de las preguntas realizadas la gastronomía es muy buena dándose a conocer con 63,3 %.

En la entrevista realizada al teniente político de la parroquia de Quisapincha, el Sr. Marcos Paucar Quisapincha, es la parroquia más antigua del cantón Ambato, sus

Allison Belén Caguana-Tonato; Tannia Cristina Poveda-Morales

habitantes son muy trabajadores tanto en la agricultura como en la elaboración de productos a base de cuero. Existe lugares turísticos que están alejados de la parroquia que actualmente son poco visitados eso demuestra la falta de interés por parte del GAD Parroquial y del Municipio de Ambato.

Tomando en cuenta la respuesta del teniente Político de la parroquia de Quisapincha nos indica que está de acuerdo con la elaboración de la Ruta Turística. Sería una fuente de recurso muy importante para la Quisapincha ya que en los últimos años no se ha establecido una ruta gastronómica, sería una buena propuesta ya que atraería a diferentes turistas a disfrutas las comidas típicas de la parroquia. Posee muchos lugares turísticos como el Cerro de Pilisurco, la Cascada de Huagra Corral y otros, y como gastronomía lo más representativo son las hervidas degustadas en los días festivos.

Los habitantes de las comunidades indígenas de la parroquia en su mayoría se dedican a la agricultura, es por eso por lo que la misma se ha convertido en un potencial fundamental en la economía de sus pobladores. Cuenta con una red vial de primer orden. Es una infraestructura vial adecuada ya que facilita la comunicación entre las localidades.

CONCLUSIONES

No existen datos teóricos necesarios para la investigación debido a que la información encontrada en su mayoría se encuentra enfocada únicamente a la exportación del anfibio, más no en el consumo o preparación de este.

El plato en general es una buena idea de negocios a partir del estudio realizado y de las encuestas se demuestra que el plato tiene una aceptación favorable por parte del público, y se debería aprovechar esta idea novedosa en su implementación

La forma en la que se presenta el plato que es ancas de rana fritas, empanizadas y con variedad de salsas parece ser lo que llama la atención al público, lo que facilitará su promoción.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato; por apoyar el desarrollo de la investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Aguirre-Suárez, T. K., Landeta Bejarano, N., Villón Perero, S. G., & Vásquez Farfán, N. B. (2020). Guía Turística Digital: "Las Huecas de la Provincia de Santa Elena" [Digital Tourist Guide: "Las Huecas de la Provincia de Santa Elena"]. *Magazine De Las Ciencias: Revista De Investigación E Innovación*, 5(CISE). Recuperado a partir de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/1144>
- Arias-Castañeda, E., & Pozo-Moreano, R. (2021). Análisis crítico del concepto de Turismo Gastronómico entre cultura, patrimonio y viaje.: Critical essay of the concept of Gastronomic Tourism between culture, heritage and travel. *Turismo, Desarrollo Y Buen Vivir. Revista De Investigación De La Ciencia Turística- RICIT*, (15), 66–81. Recuperado a partir de <https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/ricit/article/view/107>
- Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: Conceptualización en Cataluña [Gastronomic Routes and Local Development: Conceptualization in Catalonia]. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 14(5), 1187–1198. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.079>
- Montalvo-Moncayo, M. V., Viteri - Toro, M. F., Torres - Oñate, C. F., & Sánchez - Guerrero, D. O. (2021). Las rutas alimentarias: una estrategia turística basada en la identidad gastronómica ambateña [The food routes: a tourism strategy based on the gastronomic identity of Ambata]. *ConcienciaDigital*, 4(3), 232-249. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i3.1802>

Allison Belén Caguana-Tonato; Tannia Cristina Poveda-Morales

- Montoya, K. (2017). Plan de Marketing para la Ruta Gastronómica del Cantón Paltas, Provincia de Loja [Marketing Plan for the Gastronomic Route of Avocado Canton, Province of Loja]. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/18417>
- Pita-Lino, A, Pibaque Pionce, M, Santos Moreira, V, & Toala Baque, G. (2021). Recursos culturales y naturales potencial de una ruta turística gastronómica [Potential cultural and natural resources of a gastronomic tourist route]. *Alfa Revista de Investigación en Ciencias Agronómicas y Veterinaria*, 5(15), 232-251. Epub 00 de diciembre de 2021. <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v5i15.143>
- Pita-Lino, A., Santos Moreira, V., Pibaque Pionce, M., & Toala Baque, G. (2021). Recursos culturales y naturales potencial de una ruta turística gastronómica [Cultural and natural resources potential of a gastronomic tourist route]. *Revista Alfa*, 5(15), 615–634. <https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v5i15.143>
- Romero-Corral, J. F. (2018). La gastronomía como atractivo turístico primario en el centro histórico de Quito [Gastronomy as a primary tourist attraction in the historic center of Quito]. *INNOVA Research Journal*, 3(11), 194-203. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n11.2018.813>
- Torres-Oñate, F., Romero Fierro, J., & Viteri Toro, M. F. (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, 1–13. <https://doi.org/10.15198/seeci.2017.44.1-13>
- Villagómez-Buele, C. G., Arteaga Peñafiel, M. U., & Molina Bravo, G. H. (2019). Rutas gastronómicas como factor de desarrollo: Caso Esmeraldas-Ecuador [Gastronomic routes as a development factor: The case of Esmeraldas-Ecuador]. *Revista Científica Ciencia Y Tecnología*, 19(21). <https://doi.org/10.47189/rcct.v19i21.240>