



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TEMA: “GASTRONOMÍA TRADICIONAL DE LA PARROQUIA DE
ANGOCHAGUA COMO APORTE AL DESARROLLO LOCAL”**

**AUTORAS: ROBLES ORDÓÑEZ, VANESSA DEL CISNE
TOAPANTA CABEZAS, DIANA NATHALY**

**DIRECTOR: REA DÁVALOS, MARTHA PATRICIA
SANGOLQUÍ**

2020



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "LA GASTRONOMIA TRADICIONAL DE LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA COMO APORTE AL DESARROLLO LOCAL" fue realizado por las señoritas *Robles Ordóñez Vanessa del Cisne* y *Toapanta Cabezas Diana Nathaly* el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 16 de enero del 2020

Firma:

Ing. Martha Patricia Rea Dávalos, MBA

C. C. 1709678104



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Robles Ordóñez, Vanessa del Cisne y Toapanta Cabezas, Diana Nathaly** declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: *“La gastronomía tradicional de la parroquia de Angochagua como aporte al desarrollo local”* es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 15 de enero de 2020

Firmas

Vanessa del Cisne Robles Ordóñez
C.C.: 1751361542

Diana Nathaly Toapanta Cabezas
C.C.: 1722199013



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Yo, Robles Ordóñez, Vanessa del Cisne y Toapanta Cabezas, Diana Nathaly autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: Título: *“La gastronomía tradicional de la parroquia de Angochagua como aporte al desarrollo local”* en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 15 de enero de 2020

Firmas

Vanessa del Cisne Robles Ordóñez
C.C.: 1751361542

Diana Nathaly Toapanta Cabezas
C.C.: 1722199013

Tabla de contenido

Certificado Del Tutor.....	i
Autoría De Responsabilidad.....	ii
Autorización	iii
Dedicatoria.....	xi
Agradecimientos.....	xiii
Resumen	xv
Abstract.....	xvi
Introducción.....	1
Planteamiento del problema	1
Objetivo general	1
Objetivos específicos.....	2
Metodología de la investigación.....	2
Capítulo I Marco teórico.....	3
1.1 Introducción al Marco teórico	3
1.2. Marco Referencial	8
1.3. Marco conceptual	16
Capitulo II Parroquia de Angochagua	17
2.1. Historia de Angochagua	19

2.2 Ubicación Geográfica	21
2.3 Inventario de atractivos turísticos.....	23
Feria de Bordados de Zuleta	27
2.4 Festividades	34
2.5. Gastronomía De Angochagua.....	42
2.6 Relación de la parroquia con la gastronomía.....	48
2.7. Relación de la parroquia con el turismo	50
Capítulo III. Análisis de datos	52
3.1 Introducción al análisis de datos.....	52
3.2 Población y muestra.....	54
3.3 Entrevista	56
3.3.1 Entrevista representante del GAD de Angochagua	56
3.3.2 Entrevista representante de las comunidades	57
3.3.3 Entrevista representación privada.....	58
3.4 Análisis de resultados de la encuesta realizada a los turistas.	59
3.5 Emprendimientos De Angochagua.....	71
Capítulo IV Plan de Marketing.....	81
4.1 Tema.	81
4.2 Problema.	81

4.3 Justificación.....	81
4.4. Macro entorno.....	82
4.4.1. Económico.....	82
4.4.2. Social.....	83
4.4.3. Educación.....	83
4.4.4. Político- Legal.....	83
4.4.5. Tecnológico.....	84
4.4.5. Ambiental.....	85
4.5. Micro entorno.....	85
4.5.1. Dirección.....	85
4.5.2 Personal.....	86
4.5.3. Competencia directa.....	86
4.5.4. Otros tipos de servicios.....	86
4.5.5. Finanzas.....	86
4.5.6. Producción.....	86
4.6. Matriz FODA.....	87
4.7. Definición De Estrategias De Marketing.....	88
4.8. Marketing MIX.....	88
4.8.1. Políticas de producto.....	88

4.8.2 Distribución	90
4.8.3. Promoción.....	91
4.9. Marketing directo	96
Capítulo V. Conclusiones Y Recomendaciones	97
Conclusiones.....	97
Recomendaciones	98
Anexos.....	99
Bibliografía.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Datos generales de la parroquia Angochagua</i>	18
Tabla 2 <i>Inventario de atractivos turísticos</i>	23
Tabla 3 <i>Tamaño de la muestra</i>	54
Tabla 4 <i>Análisis de edad y género de los visitantes</i>	59
Tabla 5 <i>Análisis de motivación y procedencia de los visitantes</i>	61
Tabla 6 <i>Análisis de conocimiento de gastronomía y plato tradicional</i>	62
Tabla 7 <i>Análisis de conocimiento de gastronomía y bebida tradicional</i>	64
Tabla 8 <i>Análisis de lo que pagarían los visitantes por un plato tradicional</i>	66
Tabla 9 <i>Análisis de lugares de consumo y su frecuencia</i>	67
Tabla 10 <i>Itinerario primer día</i>	89
Tabla 11 <i>Itinerario día 2</i>	89
Tabla 12 <i>Promoción de la ruta de turismo vivencial en la parroquia de Angochagua</i>	92
Tabla 13 <i>Actividades clave</i>	95

ÍNDICES DE FIGURAS

Figura 1. <i>Ubicación de la parroquia</i>	22
Figura 2. <i>División Política de Angochagua</i>	22
Figura 3. Exposición de artesanías	24
Figura 4. Bordados a mano	25
Figura 5. Malta Wasi Art.....	26
Figura 6. Feria de bordados.....	27
Figura 7. Grupo Étnicos Caranqui.....	28
Figura 8. Hacienda Zuleta	29
Figura 9. Tolas de Zuleta.....	30
Figura 10. Laguna de El Cunro.....	31
Figura 11. Laguna El Cubilche	32
Figura 12. Volcán Imbabura.....	33
Figura 13. Hacienda la Magdalena.....	34
Figura 14. Fiesta del parroquialización	35
Figura 15. Navidad.....	37
Figura 16. Año nuevo.....	38
Figura 17. Visitas a sus familiares en el cementerio	39
Figura 18. Regalos para la familia de la novia	41
Figura 19. Inti Raymi	42
Figura 20. Champús Autor: (La Hora, 2019)	44
Figura 21. Chicha de Jora.....	44

Figura 22. Colada de churos.....	45
Figura 23. Caldo de gallina	45
Figura 24. Cuy asado con papas.....	46
Figura 25. Uchujacu	47
Figura 26. Tortillas de tiesto	47
Figura 27. Angeleñazo (Bebida preparada a base de sunfo).....	48
Figura 28. Marca Turística	51
Figura 29: Análisis edad y género.....	60
Figura 30. Motivación y procedencia.....	62
Figura 31. Análisis de conocimiento de gastronomía y plato tradicional	63
Figura 32. Análisis de conocimiento de gastronomía y bebida tradicional	65
Figura 33. Pregunta 2	65
Figura 34. Lugares/ Frecuencia de consumo.....	68
Figura 35. Pregunta 8	69
Figura 36. Pregunta 9	70
Figura 37. Pregunta 10	71
Figura 38. Cabañas.....	74
Figura 39. Elaboración de pan.....	75
Figura 40. Museo Malta Wasi	76
Figura 41. Comedor de Malta Wasi	77
Figura 42. Alpacas.....	78
Figura 43. Bordados elaborados por artesanas.....	79
Figura 44. Artesana bordando	80

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres Estuardo y Gladys por haber estado siempre junto a mí, apoyar mis decisiones y sobretodo porque nunca me han dejado sola.

Vanessa Robles

El presente trabajo de titulación dedico con todo mi amor a mi madre Angélica Cabezas, quien se encuentra guiando mi camino desde el cielo.

Diana Toapanta

Agradecimientos

A mis padres por acompañarme, aconsejarme, por todo el amor que me han dado, sin ustedes no lo hubiese podido lograr, ayudaron a que cumpla otra de mis metas, definitivamente no existen suficientes palabras para poder expresar todo lo que han hecho por mí y lo agradecida que estoy con ustedes.

A mi hermano mayor Marvin, quien ha estado siempre a mi lado, gracias por todo lo que has hecho mí, por preocuparte, por acompañarme a todos las ciudades a las que necesitaba viajar, y sobre todo por estar siempre pendiente de mí, mil gracias. A mi hermano menor Kevin, quien me ha ayudado cuando más lo necesitaba, muchas gracias.

A prima Gabriela por sus consejos y por ser la hermana que nunca tuve, a mi tía Marlene por ser como una segunda madre.

A la ingeniera Martha gracias por guiarnos durante todo el proceso, por su paciencia y principalmente por sus consejos.

A Diana mi compañera de tesis, mi amiga, mi bidy, gracias por ser un gran ejemplo de valentía.

A May por ser la mujer más bondadosa que Dios me ha dado la oportunidad de conocer, a Alexa gracias por toda esa alegría, consejos, positivismo, a Daya por siempre escucharme, estar para mí, por esos abrazos tan reconfortantes, mil gracias a ustedes que se convirtieron en mis hermanas e hicieron de mi vida universitaria una de las etapas más bonitas de vida.

A mi mejor amiga Michelle, gracias por tantos años de amistad.

Y a Darío, gracias por un amor bonito, gracias por todo.

Vanessa Robles

Agradezco de manera muy especial a mi padre, quien, con sus errores y virtudes, siempre ha estado pendiente de mí, y ha sido mi motor en cada una de las metas que me he propuesto.

A mi tía Rosita, que siempre ha compartido mis alegrías y tristezas, a mi tío Nelson quien ha sabido aconsejarme, en verdad han sido un pilar fundamental para formarme profesionalmente.

A mi prima Vane, que más que mi prima es como mi hermana, que con sus locuras y sus ocurrencias siempre ha logrado hacerme sonreír.

A mi compañera de tesis Vane, gracias bidy, por tu paciencia y todos esos buenos momentos que hemos pasado juntas en la culminación de esta meta.

A mis amigas May y Ale, gracias, por su amistad sincera, por estar en las buenas y en las malas, gracias, por su apoyo incondicional.

A mi tutora de tesis, quien con paciencia supo ser nuestra guía en cada uno de los avances.

Gracias por las críticas constructivas en el desarrollo de este trabajo.

A cada uno de mis profesores, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias, por formarme no solo como un profesional de excelencia sino también como mejor ser humano, mejor persona.

Diana Toapanta

Resumen

En la parroquia rural de Angochagua el desarrollo turístico no ha tenido el alcance esperado, esto ha sido ocasionado por la deficiente gestión de emprendimientos por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado, junto con la poca cultura turística de los habitantes, ha provocado que no aprovechen adecuadamente los recursos que poseen, como lo son: gastronómicos, naturales y culturales de una manera sostenible.

Para poder realizar la investigación se procedió con una metodología de enfoque mixto además se fundamentó en dos teorías: la primera denominada “Teoría del Desarrollo Local” y la segunda “Teoría del Actor Red”.

La presente investigación tuvo por objetivo analizar la gastronomía tradicional de la parroquia de Angochagua y su aporte al desarrollo local, además se identificó los platos tradicionales, se describió la situación gastronómica actual y finalmente se analizó los emprendimientos relacionados a la cocina tradicional con el fin de conocer el aporte al desarrollo de la parroquia, todo esto se realizó mediante observación directa, investigación de campo en la cual se usó técnicas de recolección de datos como la entrevista y encuesta.

Al final de la investigación se propuso la ruta turística “Vive Angochagua”, además se realizó un plan de marketing con el fin de promocionar a la parroquia y se tenga un mayor desarrollo local.

Palabras clave

- ANGOCHAGUA
- GASTRONOMÍA TRADICIONAL
- DESARROLLO LOCAL

Abstract

The touristic development of the Angochagua rural parish has not reached the expected scope. It have been caused by the deficient management of enterprises of the Decentralized Autonomous Government of parish, together with the poor tourist culture of the inhabitants, has caused that resources they have, such as gastronomic, natural and cultural, have not been leveraged in a sustainable way. In order to carry out the research, a mixed approach methodology have used. It is following two theories: the first one called “Theory of local development” and the second one, “Theory of the network actor”. The researching objective was analyze the contribution to local development that has the traditional cuisine of the parish of Angochagua. Additionally, we identified traditional dishes and the current gastronomic situation and finally, analyzing the enterprises related to traditional cuisine in order to know the contribution to the development of the parish. Data were collect in field by direct observation, interview and survey .

Finally, we proposed the tourist route “Vive Angochagua” that count with a marketing plan that was create in order to promote the parish and built a greater touristic local development in this place

Key Words

- ANGOCHAGUA
- TRADITIONAL CUISINE
- LOCAL DEVELOPMENT

Introducción

Planteamiento del problema

La parroquia rural de Angochagua se encuentra ubicada en el suroriente de la provincia de Imbabura al sur del Cantón Ibarra la misma cuenta con una gran variedad de platos gastronómicos.

Esto ha sido ocasionado por la deficiente gestión de emprendimientos por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado, junto con la poca cultura turística de los habitantes, ha provocado que no aprovechen adecuadamente los recursos que poseen, como lo son: gastronómicos, naturales y culturales de una manera sostenible.

Por esta razón se realizará la investigación, para dar a conocer los platos tradicionales que posee la localidad, con el fin de que lleguen a ser conocidos y difundidos a través de una correcta planificación en la parroquia como en sus alrededores.

Angochagua posee una variedad de sitios turísticos que daría oportunidad a la población para que puedan realizar emprendimientos y dar a conocerlos; de esta manera no ser catalogada como una “parroquia de paso” por ser una senda obligatoria al viajar hacia las ciudades de Ibarra y Cayambe.

Objetivo general

Investigar la gastronomía tradicional de la parroquia de Angochagua y su aporte al desarrollo local.

Objetivos específicos

- Identificar los platos tradicionales que han permanecido en la historia conservando sus características propias y acotando los cambios que han sufrido para conocer la evolución de la gastronomía en la parroquia Angochagua.
- Describir la situación gastronómica actual mediante entrevistas que permitan identificar el desarrollo gastronómico de la parroquia rural Angochagua.
- Analizar los emprendimientos de gastronomía tradicional y su aporte al desarrollo local de la parroquia de Angochagua.

Metodología de la investigación

La investigación será mixta ya que se necesita un enfoque cuantitativo para medir la frecuencia de consumo, cantidades, magnitudes y un enfoque cualitativo ya que para la obtención de información se procederá a realizar entrevistas, revisión de documentos.

La investigación a desarrollarse será mixta de tipo no experimental, puesto que la información a ser investigada será extraída de una base de datos, de especialistas en el tema de Gastronomía local. Es decir, se acoplará al tema a investigarse más no sufrirá cambio alguno y también se usará una tipología experimental puesto que se necesita estar presente con los grupos para estudiar, observar y establecer comparaciones entre ellos.

Para el primer objetivo se ha realizado una encuesta, además se buscó información en fuentes secundarias y estas se corroboraron con una visita en el sitio.

En el segundo objetivo se realizó entrevistas a dueños de locales de comida tradicional de la parroquia.

Finalmente en el último objetivo se realizaron entrevistas a los dueños de emprendimientos gastronómicos de la parroquia, además de la entrevista realiza a la presidenta del GAD de Angochagua.

Capítulo I Marco teórico

1.1 Introducción al Marco teórico

La presente investigación se fundamenta en dos teorías la primera denominada “Teoría del Desarrollo local” y la segunda “Teoría del Actor Red”.

Para ello se ha tomado la propuesta teórica sobre el Desarrollo Local de (Casalis, 2011) se constituyó como una alternativa para las comunidades de esta manera poder erradicar la pobreza, desempleo e indigencia. En los años noventa el sistema se caracterizaba por las políticas enfocadas en la industrialización, más no a proyectos productivos que hubiese tenido el mismo resultado que es el de generar empleo. Este primer enfoque fue una “*ilusión de desarrollo local*” se desarrollaron parques industriales, micro emprendimientos, incubadoras de empresas, todo esto con el fin de generar mecanismo de inclusión para la comunidad.

Esta visión se basó en los siguientes supuestos: Primero, suponer que un contexto nacional, es decir que el desarrollo local por sí mismo puede abarcar, generar empleo y calidad de vida, segundo, suponer que la inclusión de las ciudades en la globalización iba a ser llena de oportunidades y tercero, suponer que se podía asumir una visión técnica, es decir que una metodología pueda ser aplicada en distintos lugares. (Casalis, 2011)

Un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que guía el nivel de vida de la población local, en el que podemos mencionar tres dimensiones: la primera, enfocada a la económica, en la que los empresarios locales utilizan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; la segunda hace una referencia sociocultural, en la que los valores y las instituciones sirven de base al proceso de desarrollo; y , finalmente, una dimensión político-administrativa, donde estrategias ayudan a un buen ambiente económico, que promueva el desarrollo local y preserve las relaciones externas. (Alburquerque, 2004)

En ese sentido, el desarrollo se caracteriza por diferentes variables como lo son: económicas, técnicas, sociales, políticas y culturales. (Boisier, 2005) Plantea lo siguiente: *“el desarrollo es un fenómeno dependiente de la trayectoria e históricamente evolutivo y que, como tal, se inicia siempre en un lugar, siempre descentralizado y con una dinámica de tipo capilar de abajo hacia arriba y hacia los lados”*

La investigación también menciona que el desarrollo local como iniciativa exclusivamente local para el desarrollo de los territorios tiene límites. Por un lado, presenta un desfase entre el diagnóstico estructuralista y las políticas principalmente institucionalistas que ponen énfasis mayormente en el fortalecimiento de los actores locales, trabajo en red, la cooperación, la innovación de los territorios y la institucionalización de los procesos, entre otros.

Con lo expuesto anteriormente por parte del autor, se puede explicar ahora de qué manera su enfoque aporta a nuestra investigación en Angochagua. Se puede mencionar que con el desarrollo local en la parroquia se daría paso a un modelo de desarrollo inclusivo que contaría con la intervención de todos los actores; habitantes, visitantes, el GAD Parroquial de Angochagua con el

fin de lograr una planificación integral en la cual se desarrollen políticas que contribuyan a resolver problemas que afecten al lugar.

Por otro lado, (Boisier, 2005) menciona que el desarrollo territorial no se puede abordar únicamente desde lo local, porque se debe considerar lo regional, lo provincial por lo tanto no se puede considerar de forma aislada a los diferentes actores como en este caso el papel importante que tiene el Municipio de Ibarra porque no es posible revertir las desigualdades si no a partir de un proceso de planificación que funciona de manera jerárquica.

Es importante mencionar que para Carlos Rico y a partir del año 2003, el desarrollo local ingresa a una nueva etapa los cambios más significativos que influyen en este enfoque son los siguientes:

1. Cambio del modelo económico: es decir el pasaje a un modelo productivista, con énfasis en el empleo y en la producción. En el caso de Angochagua generará recuperación económica e inclusión de los beneficiarios de la parroquia, que es un aspecto clave para el desarrollo de los territorios.

La producción agrícola juegan un rol indispensable puesto que Angochagua cuenta con diferentes tipos de suelos que son favorables para la agricultura, se aprovechará esta ventaja adquirida por los suelos y se transformará en una ventaja competitiva muy alta. De esta manera los principales beneficiados serán las personas que viven y se desarrollan en la parroquia porque mejorarán sus ingresos.

2. Revalorización del territorio: el cual empieza a ser considerado como algo más que un soporte físico, se menciona también los procesos de planificación, las políticas y la

implementación de las mismas. Lo antes mencionado contribuye a la investigación ya que se pretende demostrar los diferentes emprendimientos que existen en Angochagua, aportando y llamando la atención de propios y extraños generando relaciones de carácter económico, social, político y cultural. (Ricoy, 2015)

La segunda teoría denominada “Actor Red” o Actor-Network Theory (ANT) es un enfoque sociológico característico de teoría social y de investigación originada en el campo de los estudios sociales, es una metodología relativamente nueva, proveniente de los estudios de la ciencia y representada principalmente por Bruno Latour y Michel Callon quienes la propusieron en la década de 1980. (Morales & Coppin, 2015) La ANT es un camino para identificar la construcción de los hechos, Se considera actor a todo aquel que actúa y deja una huella de esa acción en el mundo cambiándolo y modificando la red. De esta forma, la noción de red contempla alianzas y dinámicas, ya que estos actores poseen la capacidad de interferir y de sufrir interferencias. La ANT es una herramienta diferente de la comunicación entre los individuos involucrados, así como de comprensiones y métodos de análisis que tratan a todo en los mundos sociales y naturales como un efecto, continuamente generado, de las redes de relaciones en las que se ubican. (Morales S. , 2015)

Asume que nada es real o tiene forma fuera del desempeño de dichas relaciones. Sus estudios exploran y caracterizan las redes y prácticas que las ejecutan. Como otras proximidades del conjunto del sistema , la ANT describe el desempeño de relaciones material y discursivamente heterogéneas que producen y reconstruyen todo tipo de actores, incluidos objetos, sujetos, seres humanos, máquinas, animales, “naturaleza”, ideas, organizaciones, inequidades, escalas y tamaños, y arreglos geográficos.” (Law, 2009)

Los temas centrales de la ANT están relacionados con tecnología, organizaciones, mercadotecnia, circulación de información, etc.; por eso, es preciso que el investigador se interese por el flujo de asociaciones presentes en las redes. (Neves & Maciel, 2011)

Tres son los focos de la ANT: las relaciones entre actores, los modos de ordenar (la percepción de la realidad) y la simetría (la igualdad de importancia entre la materialidad y el ser humano). El concepto de poder se considera parte de las relaciones: no es pre-existente sino el resultado de *“la manera en que los recursos son movilizados y desplegados sobre lapsos de espacio y tiempo”* (Van Der, 2015) En cuanto a las relaciones entre integrantes, la ANT no considera que sólo se ejercen entre individuos sino entre Colectivos.

La noción de red no sólo sirve para describir lo que sucede en el presente, sino para regresar al pasado y observar, en un recorrido topográfico y cronológico. Finalmente, la idea permite atender la manera en que las organizaciones y sus elementos materiales se integran. En ese sentido, abre un espacio para la observación de objetos y símbolos.

La ANT ha sido aplicada al turismo a partir de la década pasada y cuatro son sus aspectos centrales: el enfoque en redes de actores y la forma en que éstas se construyen; los procesos de traducción: la manera en que dichos actores negocian sus objetivos a través de demostraciones de poder; los modos de ordenar: conocimientos inherentes a los actores que evidencian sus distintas formas de percepción de la realidad y; la simetría entre objetos y sujetos, es decir, reconocer la misma importancia a las cosas y a los seres humanos en el proceso de construcción de las redes y circulación de información. Esta última, también de gran trascendencia para la ANT.

La ANT permite analizar de forma detallada los actores que no son visibles a simple vista, a pensar no en una, sino en diferentes realidades, que responden a las características de cada grupo social. Si bien estos planteamientos se profundizan, es importante hacer un recuento de cómo la investigación llegó hasta la ANT. (Morales S. , 2014)

Hay pocos investigadores preocupados por comprender su origen y la forma en que arriba ciertos espacios: el turismo no se discute, se implementa; sus beneficios se dan por hecho, no se evalúan; los profesionales se forman en lo técnico, con escasas miradas críticas al turismo. La ANT sugiere una serie de nociones que son, sobre todo, llamados de atención sobre los procesos que deben ser observados durante el trabajo de investigación: una orientación más hacia el cómo, que hacia el qué. (Morales S. , 2014)

Existen tres aspectos fundamentales a considerar cuando se estudia la gastronomía: primero Educación, formación, calidad e investigación, segundo la cadena de valor: buena parte de los pequeños agricultores se queja de prácticas monopólicas y escasas mejoras a su calidad de vida; son constantes las frustraciones sobre la integración de cadenas productivas e innovación y tercero la inclusión social: el discurso institucional promueve a la gastronomía como herramienta de desarrollo sustentable. (Morales & Coppin, 2015) Desde la perspectiva de una sociología relacional de la experiencia gastronómica, la cocina es un ámbito social, pero para captar su ser social hay que observarlos bajo un nuevo prisma, bajo una concepción de lo social como asociación o ensamblaje de actores humanos y no humanos, a la manera en que lo hace la Teoría del Actor Red (Latour, 2008)

1.2. Marco Referencial

Para analizar los modelos es necesario describir investigaciones relacionadas sobre Turismo Gastronómico, un caso es El turismo Cinegético como dinamizador del turismo gastronómico por el autor (Curiel, 2015). El libro hace referencia al fenómeno y el auge que ha tenido el turismo gastronómico con el pasar de los años, las nuevas estrategias de los destinos turísticos, el autor menciona el papel importante que juega la gastronomía al momento de que un turista decide emprender un viaje.

Otro estudio a nivel internacional es el paper titulado: “Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación del mercado” escrito por los autores (Clemente, Merino, Valencia, Rabadán, & Martínez, 2008), trata acerca del poder de la gastronomía en el turismo, si bien es cierto un visitante podrá olvidarse de ir hacia algún atractivo turístico nunca dejará de alimentarse porque es una necesidad básica, siendo así podrá recordar un lugar por la comida que consumió.

Cada día aumenta la cantidad de turistas que se trasladan a un lugar por su cocina tradicional como es el caso de Valencia en el que se desplazan por la Paella. Esta nueva motivación ha causado que se creen rutas gastronómicas en las que incluyan visitas a los mercados, restaurantes de comida típica de la localidad, ferias. La gastronomía es uno de elementos tangibles de la cultura de una sociedad, como tal puede ser utilizado como un recurso turístico, la gastronomía es una muestra de identidad cultural, cada plato muestra un cúmulo de tradición e historia, siendo uno de los principales pilares del turismo.

España es un país que ha realizado una gran cantidad de estudios sobre su gastronomía, otro estudio relacionado con el tema a presentar es “La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba” de los autores (López & Sánchez, 2012) en este

artículo contempla como el modelo de turista ha ido cambiando con el paso de los años, como desea que intervengan todos sus sentidos ya no como en un principio solo se utilizaba el sentido de la vista durante toda la actividad turística, solo visualizaban el monumento, museo atractivo turístico, etc.; en la actualidad el turista pide la inclusión del resto de sus sentidos como son el olfato, el gusto, el tacto, además le interesa participar en las actividades que realizan las comunidades.

Con la gastronomía el turista puede acoplar a sus sentidos, cambiando del rol de observador a ser un participante. La gastronomía forma parte de la historia cultural, social, ambiental y económica de los pueblos y de sus habitantes. Y enseña un determinado estilo de vida dependiendo de la zona geográfica en la que se encuentren, reforzando la tradición en las áreas rurales y la modernidad en las urbanas, ya que es algo arraigado en su propia cultura y tradición.

Los destinos turísticos deben de considerar la importancia de la gastronomía como contribución a la experiencia única que el viajero quiere encontrar como parte de la expresión cultural del espacio que visita.

En Latinoamérica también se han realizado estudios relacionados al tema tratado como “Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo” escrito por los autores (Reyes Uribe, Guerra Avalos, & Quintero Villa, 2017) explican como a la gastronomía se la ha visto como un producto turístico de una forma reciente, además explican que el nacimiento del turismo gastronómico junto con otras modalidades de turismo surgió para acceder a nuevos turistas que buscan acceder a nuevas experiencias.

En las últimas décadas se han presentado cambios en el comportamiento del turista en cuanto a su demanda gastronómica, en los años 70's y 80's el turismo gastronómico se centraba en restaurantes que ofrecen comida gourmet mientras que a partir de 1990 esta visión cambia y se oferta al turista una variedad en experiencias gastronómicas, con la participación de ferias, festivales incluso la participación dentro de la elaboración de un plato.

El turista que viaja a un destino por su gastronomía basa su experiencia en la gente, historia, utensilios, texturas, sabores y olores, el turista está dispuesto a pagar grandes cantidades de dinero por obtener la experiencia que desean.

La actividad gastronómica contribuye al aumento en el uso de los productos locales, y ayuda a preservar y transmitir las recetas tradicionales resguardando la cultura de una localidad. La gastronomía como es parte de la cultura local se convierte en un producto turístico, siendo un elemento de promoción y venta de un lugar, de esta forma busca generar un crecimiento económico y desarrollo local.

Un estudio en Chile con el libro titulado: “Comidas bastardas: Gastronomía, tradición e Identidad en América Latina” por los autores (Pino & Soler, 2013) Un título bastante curioso es cómo lo detallan los mismos autores, en el cual genera incertidumbre e intriga, es decir se trata de explicar el concepto de bastardía, que no es más que degenerar la naturaleza u origen, es decir algo que no es legítimo. Entonces ¿es posible hablar de comidas bastardas? Pues se cree que sí, porque ahora más que nunca, en mundo globalizado, la comida no solo es un conjunto de alimentos sino también la acción que implica comer o la reunión con familiares, personas que compartimos en nuestro entorno, implica una serie de variables como, por ejemplo: sabores,

rituales, costumbres. En el libro los autores mencionan como y explican la importancia de: Platos calientes, platos tibios, platos fríos y finalmente los postres.

En Venezuela se puede detallar un paper titulado: “Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema” (Ascanio, 2009). El artículo describe las rutas gastronómicas de Chile. El autor muestra lo complejo que es realizar una ruta gastronómica, añadir valor agregado.

El patrimonio culinario es una forma de vender experiencias a los visitantes. Se reitera la importancia de gobiernos locales para una buena potencialización del turismo, para lo cual es necesario habilidades de análisis.

En la investigación se resalta algunas rutas como, por ejemplo: La ruta de punta Arenas y Tierra de fuego, La ruta Valdivia, Osorno, Puerto Montt y Chile, la ruta Concepción Temuco, la ruta del desierto, La ruta de La Serena, Vicuña y Ovalle, siendo esta última la que más llamó mi atención.

La ruta describe una gastronomía en base cereales, las frutas de la zona y ganado vacuno, la cual continua con el hospedaje en el Valle de Elqui además se plantea ideal, realizar un maridaje con vinos

Coquimbo, es un puerto que ofrece una variedad de gastronomía en mariscos.

La gastronomía está establecida en los frutos del mar los cuales se acompañan con algún delicioso carbohidrato; a todo le suele acompañar paisajes que muestran una vista perfecta del mar. (Ascanio, 2009)

Continuando con los estudios que se han realizado de gastronomía como atractivo turístico tenemos la investigación realizada en el municipio de Castro-Brasil por los autores (Mascarenhas & Gândara, 2010) el artículo muestra cómo la gastronomía es un elemento natural y social que ayuda al desarrollo de una localidad.

La producción y consumo de alimentos son bases para un territorio y su desarrollo local. La gastronomía de una localidad muestra la cultura de esta, por lo tanto, el visitante o turista al momento de degustar un plato tradicional lo que hará será conocer un poco de esa cultura, desde cómo es la elaboración de alimentos, los ingredientes utilizados, todo esto mediante un proceso participativo.

Otro punto de análisis es entender que la gastronomía regional resulta un atractivo turístico y como producto turístico puede producir y transformar el territorio, además de propiciar el desarrollo regional basado en un turismo sustentable. En el estudio se analizó la relación que existe entre la alimentación como patrimonio inmaterial y la actividad turística. La degustación de un plato muestra la relación del turista con la comunidad, conociendo un poco más de su cultura local, las razones de por qué se preserva un plato tradicional, por medio de sensaciones y la experiencia al momento de degustar su gastronomía.

La gastronomía es capaz de crear beneficios para las partes involucradas entre las cuales se encuentra; el atractivo que genera a los turistas complementando la oferta turística, mejora la economía generando empleo y atrayendo inversiones a la localidad, además ayuda a difundir la cultura local creando así una imagen positiva de la región encantando a nuevos turistas y visitantes rescatando la cultura local.

Un agente motivador para visitar localidades es la gastronomía con el fin de complementar a los atractivos turísticos o con una ruta turística en la que se muestre una mayor cantidad de productos turísticos. Un beneficio de la gastronomía es que, aunque no sea la principal influencia para visitar un lugar este si permite generar nuevos nichos de mercado.

En tiempo de festividades como semana santa, o finados (día de los muertos) la gastronomía se convierte en elemento para el flujo turístico. Al visitar un lugar, cuando el turista prueba la gastronomía de una localidad, está probando parte de su patrimonio, sus sabores y saberes autóctonos del lugar. La actividad turística ayuda a difundir la gastronomía tradicional de una localidad y que esta sea percibida como su cultura, en donde el turista puede presenciar, apreciar y aprender sobre la localidad visitada.

Turísticamente la gastronomía puede llegar ser un atractivo para una ciudad si se va integrando con la oferta turística de esa locación, siendo utilizado por la localidad como una ventaja competitiva al presentar platos y sabores únicos. La gastronomía puede ser percibida como un elemento para reconocer a un grupo social, siendo un plato un elemento representativo de la cultura de una localidad. La identidad de la región considerando los orígenes étnicos de las comunidades, con el fin de analizar la coherencia entre las raíces históricas y las manifestaciones culturales.

Al ser un elemento para reconocer a un grupo social y puede ser utilizada por la actividad turística en la planificación y gestión, en la integración al turista a la comunidad receptora, dando a conocer el origen de y significado de un plato tradicional de la localidad.

En la gastronomía regional se pueden determinar dos grupos de actores. El primero piensa que la cocina tradicional debe ser conservada. Se es capaz de mostrar la cultura local y permitir el mantenimiento de las recetas y modos de preparación de la cocina local. El segundo grupo considera a la gastronomía atractiva solo si existen nuevos platos. De ese modo se definiría una nueva identidad basada en algunos elementos históricos y se presentaría una cocina remodelada y actualizada. La actividad turística sí puede influir al desarrollo de una localidad, causada por la producción y servicio de la gastronomía local.

En México se realizó un estudio sobre: “La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México” de los autores (Meléndez & Cañez, 2015), plantea: la gastronomía tradicional permite mostrar la identidad cultural de un pueblo, comunidad, ciudad o país.

En su estudio también se trata acerca de la desaparición de prácticas culinarias con la globalización y la introducción de nuevas culturas la cual abre la puerta a la introducción de nuevos mercados.

Además en el paper se plantea que la gastronomía tradicional es parte de la identidad de una sociedad y esta ayuda a su economía.

En cuanto a los estudios realizados en Ecuador se encuentran:

“El estudio gastronómico de la provincia de Imbabura, recolección de recetas tradicionales y ruta gastronómica” escrita por (Jijón, 2014), en el que se plantea que al visitar la provincia se puede identificar las diferentes preparaciones culinarias autóctonas con sus respectivos lugares de

expendio de la gastronomía tradicional y la relación de la gastronomía con las fiestas folclóricas para sugerir una ruta gastronómica y fomentar el turismo.

En estudios de la ciudad de Ibarra podemos encontrar “Análisis Gastronómico de la “Pachamanca” elaborada en la Parroquia Rural San Antonio, Cantón Ibarra, Provincia De Imbabura”. Escrita por (Chipe & Solís, 2018), con este estudio se pretende impulsar la gastronomía ancestral de la región, y el consumo de productos agrícolas ancestrales mediante un redescubrimiento de la gastronomía ancestral incaica como la elaboración de la pachamanca, sus atractivos turísticos naturales, sus fiestas, y de sus deliciosos platos tradicionales.

De la misma forma (Ger & Arias, 2016), mencionan sobre las fiestas de la provincia de Imbabura convergen una mezcla de historia, costumbres, cultura y folclore, sus fiestas tradicionales como la Fiesta de la Cruz, la Fiesta de Las Lajas y las diferentes verbenas populares en los barrios de Ibarra, que invitan a conocer sus hermosos paisajes, su diversidad étnica y sus costumbres ancestrales y cómo 46 elementos muy importante disfrutar de su deliciosa comida, (Jaramillo, 2012)“Entre los platos tradicionales están: carnes coloradas, caldo de patas, empanadas de morocho, helados de paila, arrope de mora, fritadas, chicha del yamor”. Con la multiculturalidad que existe en Imbabura, su cocina se enriqueció enormemente para convertirse en el referente de la Sierra Norte del país.

1.3. Marco conceptual

Gastronomía: *“La gastronomía es un conocimiento, un entendimiento, sobre todo lo que tiene que ver con la comida. Su objetivo es asegurar la supervivencia de la humanidad gracias a una alimentación sabrosa y adecuada.”* (Brillat-Savarin, 1800)

Patrimonio Cultural: Está compuesto por tres elementos:

- Los monumentos: son obras arquitectónicas que tienen valor histórico o artístico.
- Los conjuntos: es un grupo de construcciones que en conjunto tienen valor histórico o artístico.
- Los lugares: es el conjunto de obras realizadas por las personas y la naturaleza que tienen valor histórico o artístico. (Secretaría del Turismo, 2019)

Patrimonio Histórico Cultural: Es un atractivo que permite desarrollar actividades turísticas que permiten apreciar el valor de la arquitectura, historia y arte de un determinado lugar. (Secretaría del Turismo, 2019)

Desarrollo territorial: Es el proceso social promovido por la interacción entre iniciativas grupales e individuales y la fuerza del micro entorno territorial. (CEPAL, 2018)

Desarrollo Local: Su fundamento es aprovechar los recursos y potencial identificados de una comunidad. Dentro del potencial endógeno se encuentra recursos socio-culturales, históricos, etc. (ECURED, 2017)

Capítulo II Parroquia de Angochagua

La parroquia de Angochagua posee 6 comunidades tiene a su disposición un bosque protector que posee una gran diversidad de fauna y flora oriundas y en peligro de extinción

dentro de su bosque nativo y en su páramo. El mayor porcentaje de población de Angochagua son indígenas del pueblo Caranqui ellos se dedican la mayor parte de su vida en la agricultura, ganadería, artesanía por parte de la población femenina de Angochagua que se dedica a los bordados autóctonos, también actividades de turismo, así como también actividades de comercio y los hombres generalmente en la profesión de albañil, siendo estos últimos la primera fuente de ingreso económico de la parroquia (Angochagua G. P., 2017)

Tabla 1
Datos generales de la parroquia Angochagua

Nombre del GAD	GAD PARROQUIA ANGOCHAGUA
Fecha de creación de la parroquia	28 de mayo de 1861
Población total al 2015	3263 habitantes
Extensión territorial	12.392 ha (123km ²)
Límites	Norte: Parroquia la Esperanza - Ibarra.
	Sur: Parroquia Olmedo – Cayambe
	Este: Parroquia Mariano Acosta - Cayambe
	Oeste: Parroquia San Pablo – Otavalo
División política / administrativa	6 comunidades: Angochagua, La Magdalena, La Rinconada, Chilco, Zuleta, Cochás.
Clima	10°C y 16°C
Altitud	2589-3899 msnm

Fuente: (Territorial, 2015)

2.1. Historia de Angochagua

La parroquia de Angochagua fue creada mediante decreto el 28 de mayo del 1861, al encontrarse la parroquia Angochagua en las faldas del volcán Imbabura, esto le confiere un potencial en cuanto a recursos naturales y paisajísticos. Se encuentra ubicada al sur del cantón de Ibarra cuenta con 6 comunidades: Angochagua (cabecera parroquial), Chilco, Cochas, Zuleta, La Magdalena y La Rinconada.

A esto se suma la gran riqueza cultural producto de la historia del lugar, desde los pueblos ancestrales como los Caranquis, grupo étnico, luego el régimen de las haciendas y actualmente una mezcla de elementos donde se pretende una revalorización cultural. De la época de las grandes haciendas, se desprenden dos: Zuleta y La Magdalena (esta última en la actualidad se encuentra manejada por la comunidad). (GAD de Angochagua, 2015)

Para remontarse en la historia es importante mencionar que los primeros asentamientos humanos en la zona fue la cultura Caranqui, la misma que se asentó en la zona norte del país, en lo que hoy es el territorio de la provincia de Imbabura, en la ciudad de Ibarra que se encuentra delimitado por los valles formados por: los ríos Chota al Norte y Guayllabamba al Sur; al Este el río Intag y al Oeste limitando por la Cordillera Occidental. Según el Arqueólogo Eduardo Reyes Almeida.

La cultura Caranqui se desarrolló durante el período de Integración en los años 800 D.C, antes de la llegada de los Incas; ésta sociedad era muy homogénea en cuanto a costumbres ceremoniales y funerarias, formas de vida y a sistema de organización se refiere. Se encuentra relacionada directamente con la existencia de las tolas, que ordinariamente eran monumentos funerarios, encontrando bajo ellos tumbas; también se relaciona con las enormes plataformas que

venían a ser centros de residencia de caciques y señoríos étnicos y también lugares donde se realizaban prácticas ceremoniales. Su máxima autoridad era el cacique o curaca. (Cordova, 2013)

Estas tolas, fueron encontradas por primera vez Real Alto 4.000 a.c. De todos los lugares que han sido hallados, pocos han sido estudiados. La agricultura era la actividad principal de la cultura Caranqui, al poseer un clima templado en esta zona, se dedicaban a la siembra de productos agrícolas como el maíz, papas, quínoa, hortalizas y frutas de la zona, y como bebida la tradicional chicha de jora. Además se dedicaban a la cría de animales. (Almeida, 2000)

La cultura Caranqui desarrolló algunas técnicas para la agricultura, como son los canales de riego, los camellones y terrazas agrícolas. Se han encontrado vestigios de cerámica, metales y objetos realizados en piedra, entre ellos recipientes de uso doméstico, otros, probablemente de uso funerario y ceremonial, con figuras antropomorfas y zoomorfas. También se destacan en la elaboración de objetos de oro. (Coello, 2010)

Según estudios arqueológicos modernos, los Caranquis constituyeron la suma de varios señoríos

Los Caranquis finalizaron su periodo el 1470 con la conquista de los Incas (Almeida, 2000)

Por lo mencionado anteriormente la parroquia Angochagua es muy relevante porque según historiadores la parroquia habría sido la capital de los Caranquis, pues se encontraron 148 tolas además aún esta historia debería configurar otras visiones sobre el pasado de esta población. (Moreno, 2018)

Actualmente las tolas dentro del perímetro de la hacienda Zuleta.

Para el investigador Santiago Ontaneda, las tolas son montículos artificiales que se clasifican en tres:

- Tolas cuadrangulares: Eran templos de adoración y centros políticos que contaban con una rampa para acceso.
- Tolas hemisféricas pequeñas: se utilizaron para actos fúnebres
- Tolas hemisféricas grandes: fueron utilizadas para construir viviendas. (Morales J. C., 2017)

2.2 Ubicación Geográfica

La parroquia rural de Angochagua está ubicada en el suroriente de la provincia de Imbabura y al sur de Ibarra.

Su superficie es de 12.392 hectáreas - 123 kilómetros

La cabecera parroquial es Angochagua y está conformada por seis comunidades Angochagua, La Rinconada, Magdalena, Zuleta, Chilco y finalmente Cochas.

La parroquia se encuentra entre 2.520 m.s.n.m. y 3920 m.s.n.m.

Cuenta con 3263 habitantes según el censo del 2010. (GAD de Angochagua, 2015)

Sus límites son:

- Norte: Parroquia la Esperanza - Ibarra.
- Sur: Parroquia Olmedo - Cayambe

- Este: Parroquia Mariano Acosta - Cayambe
- Oeste: Parroquia San Pablo – Otavalo (Angochagua G. P., 2017)

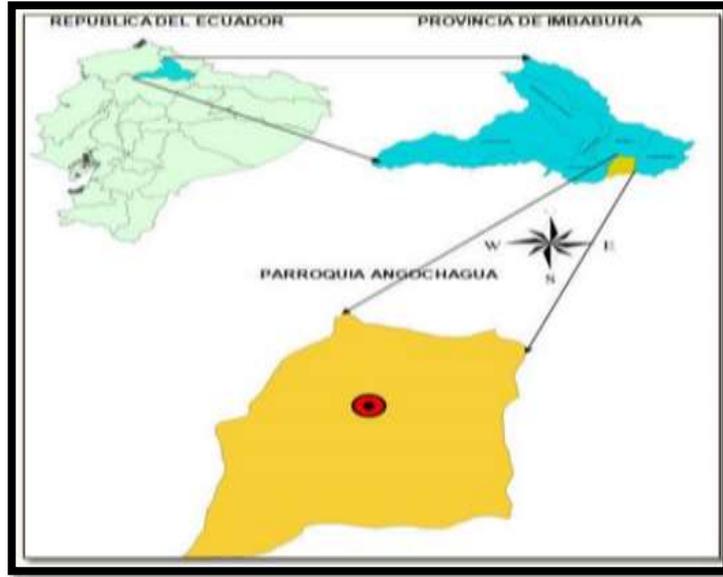


Figura 1. Ubicación de la parroquia

Fuente: (Angochagua G. P., 2017)

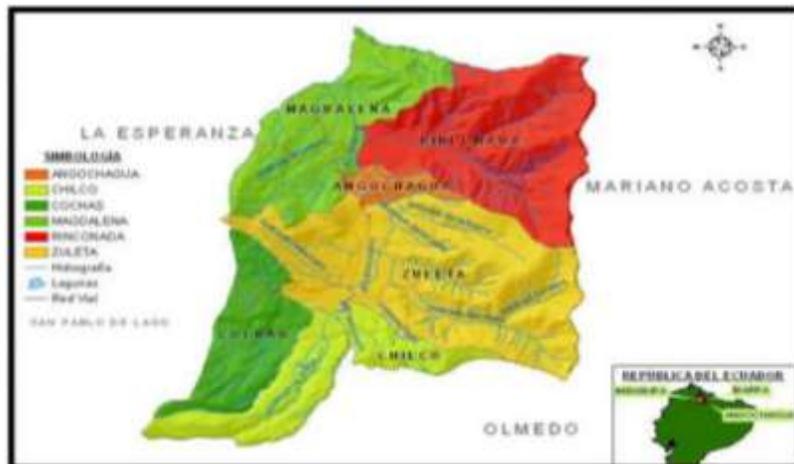


Figura 2. División Política de Angochagua

Fuente: (Angochagua G. P., 2017)

2.3 Inventario de atractivos turísticos

Angochagua cuenta con una ubicación privilegiada al encontrarse en las faldas del volcán Imbabura y beneficiarse de varios recursos naturales y culturales por tener una historia de pueblos ancestrales que han dado lugar a patrimonios tangibles e intangible. Actualmente la parroquia cuenta con un inventario e atractivos naturales y culturales los cuales los cuales se detallan a continuación. (Angochagua G. P., 2017)

Tabla 2
Inventario de atractivos turísticos

NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN
Alfarería	La Rinconada
Artesanías de Madera	La Rinconada
Cascada Ucu Faccha	La Rinconada
Bordados	Angochagua
Grupo Étnico Caranqui	Angochagua
Laguna del Cunrru	Angochagua
Laguna del Cubilche	Angochagua
Hacienda la Magdalena	Magdalena
Feria de Bordados	Zuleta
Hacienda Zuleta	Zuleta
Tolas de Zuleta	Zuleta
Laguna Torococha	Cochas
Laguna Yanacocha	Cochas

Fuente: (Angochagua I. d., 2015)

Alfarería La Rinconada

Hasta unos años atrás la alfarería fue ocupación importante en la comunidad de La Rinconada. Las viejas alfareras han ido desapareciendo, y las mujeres jóvenes de la comunidad no han continuado con el oficio, más bien se han dedicado a otras actividades. Actualmente la cerámica tradicional de ese lugar es solo un vestigio de una producción de antaño importante. La técnica utilizada es prehispánica, de tiempos anteriores al conocimiento del torno del alfarero, introducido por los conquistadores castellanos. (Angochagua I. d., 2015)



Figura 3. Exposición de artesanías

Fuente: (Robles & Toapanta, 2019)

Bordados

El arte de bordar nació en el año de 1940 con la señora Avelina Lasso, quien enseñó esta técnica a las mujeres de la comunidad.

Generalmente diseñan y bordan; flores, hojas, paisajes, montañas, animales y los plasman en toallas, ropa, tapetes, manteles y otros artículos.

Según la Prefectura de Imbabura entre Angochagua y la parroquia la Esperanza existen alrededor de 500 bordadoras.

En Zuleta, Teresa Casa ha sido la responsable de elaborar aproximadamente 40 camisas para el ex presidente del Ecuador, Rafael Correa, además se realizó unas 400 camisas adicionales que fueron obsequios que daba la presidencia.

El bordado de Zuleta es considerado como uno de los mejores a nivel de Iberoamérica. (El Telégrafo, 2018)



Figura 4. Bordados a mano

Fuente: (Robles & Toapanta, 2019)

Malta Wasi Art

Su objetivo es conservar la cultura del pueblo Caranqui, enfocada en enseñar el arte de la arcilla. En la comuna La Rinconada, abrió el denominado Museo Malta Wasi Art que transmite a turista como es el arte de la alfarería. Su nombre es por las vasijas de barro que antiguamente eran utilizadas para fermentar la chicha.

La primera construcción fue la cabaña donde funciona el comedor, una cocina con un fogón de leña y una tienda, en donde se comercializan las piezas de arcilla. Para su edificación se empleó adobe para levantar paredes y las columnas de madera de ciprés y pino. Para poder cortar las fibras solicitaron permiso a las autoridades de La Rinconada, que es la encargada de preservar ese ecosistema que alimenta a las fuentes hídricas de esta parcialidad. (Rosales J. I., 2019)



Figura 5. Malta Wasi Art

Fuente: (Robles & Toapanta, 2019)

Feria de Bordados de Zuleta

En la comunidad de Zuleta cada 15 días se realiza la feria de bordados en la casa comunal, el bordado inició en prendas de vestir, luego continuó con los manteles, el proceso de elaboración es arduo, y llega a durar días.

La feria inició hace catorce años, cuya principal finalidad es ofertar sus artesanías y productos bordados a mano. (Espinosa, 2015)



Figura 6. Feria de bordados

Fuente: (Expectativa, 2019)

Grupo Étnico Caranqui

Este grupo étnico tuvo su asentamientos humanos en lo que hoy son las provincias de Pichincha y de Imbabura y actualmente solo se encuentran en la provincia de Imbabura.

En el grupo étnico la máxima autoridad es el consejo del cabildo y en algunas parroquias tienen asambleas.

En la parroquia de Angochagua y la Esperanza los Caranquis pertenecen a Unión de Comunidades Indígenas de Angochagua y la Esperanza a diferencia de las otras 47 comunidades que pertenecen a Corporación de Comunidades Indígenas de Ibarra. (CONAIE)

La principal actividad de los Caranquis es la agricultura y la mayor parte de las cosechas la destinan al autoconsumo y el sobrante lo venden en los mercados locales. Otra actividad importante es la producción de artesanías especialmente cerámica, bordados y tejidos. Población Angochagüña

En los últimos años, los miembros de las diferentes comunidades han desarrollado iniciativas novedosas tales como microempresas agro productoras de miel, quesos, yogurt y caracoles. (Ministerio de Cultura y Patrimonio)



Figura 7. Grupo Étnicos Caranqui

Fuente: (Mora, 2013)

Hacienda Zuleta

La hacienda de Zuleta es uno de íconos más representativos de la parroquia de Angochagua, el propietario más conocido fue el presidente Galo Plaza Lasso, quien falleció en 1987 en la ciudad de Quito, la hacienda en la actualidad pertenece a sus herederos y se ha convertido en un hotel.

En la hacienda se encuentra la fábrica de quesos, el proyecto de recuperación de cóndores, además tienen una tienda de bordados que es la actividad por la cuál es famosa la comunidad.(Hacienda Zuleta)



Figura 8. Hacienda Zuleta

Fuente: Vanessa Robles

Tolas de Zuleta

Se encuentran ubicadas a media hora de la ciudad de Ibarra, dentro de la hacienda de Zuleta.

Son el mayor yacimiento arqueológico de Caranqui con 148 tolas, se cree que fueron creadas antes de la llegada de los Incas; estas eran utilizadas para rituales, ceremonias y viviendas; además un dato sobre estas es que algunas Tolas que fueron usadas para actos fúnebres (Bray & Echeverría, 2016)



Figura 9. Tolas de Zuleta

Fuente: (Zuleta, 2019)

Laguna de El Cunro

Laguna El Cunro cuyo origen es glaciario, tiene agua cristalina, su temperatura es alrededor de 10°C y se encuentra a tan solo 3km de la feria de Zuleta

Desde la laguna se pueden observar los cerros El Cunro, Culbiche y el volcán Imbabura.

En el sitio se pueden tomar fotografías aunque no cuenta con la flora nativa debido a las actividades agrícolas.

Para llegar al atractivo vía terrestre se puede tomar el autobús de la ruta Ibarra- Zuleta o en autos 4x4 pues el camino es empedrado. (Álvarez, 2014)

Alrededor de la laguna de El Cunro existe una leyenda llamada “El gigante soberbio” la cual relata la historia de gigantes que prueban la profundidad de las lagunas de Imbabura, la más profunda no les sobrepasaba los muslos, cuando un gigante vio la laguna de El Cunro pensó que no le iba a llegar ni a los pies, pues era la más pequeña de todas las lagunas, para su sorpresa al ingresar al agua se hundió de forma inmediata (El Universo, 2002)



Figura 10. Laguna de El Cunro

Fuente: (Imbabura, 2019)

Laguna El Cubilche

La laguna se encuentra en la meseta El Cubilche, su origen el glaciar de alrededor de unos 30 metros.

Para poder llegar a la laguna se deben ir carros 4x4 debido al estado de la vía, además se debe realizar ascenso a la montaña para poder contemplar a la laguna.

Se podrá observa grandes paisajes en los que prevalecen la siembra de productos andinos (Morales J. C., 2014)



Figura 11. Laguna El Cubilche

Fuente: (Anrubjc, 2017)

Volcán Imbabura

El Imbabura es un “estrato-volcán compuesto”, es un volcán potencialmente activo, su cumbre es a 4621 m.s.n.m.

Se encuentra ubicado entre los valles de Otavalo y Angochagua, su actividad volcánica con más ímpetu ocurrió el 16 de agosto de 1868, de cual se cree que produjo el terremoto que destruyó a algunas ciudades.

Está conformado por el Taita Imbabura como su edificio principal, el cual se desarrolló por las erupciones y explosiones de pequeña magnitud. (Instituto Geofísico)

El volcán Imbabura es considerado por los Caranquis como su deidad más importante, y existen leyendas acerca de esta, y una que se escucha en la actualidad es que cuando el Taita Imbabura se cubre con nieve es porque está coqueteando a mama Cotacachi. (El Comercio, 2018)



Figura 12. Volcán Imbabura

Fuente: (Universo, 2017)

Hacienda La Magdalena

Es una hacienda de estilo Colonial que data entre los años 1780 y 1790.

La hacienda tiene dos plantas, cuatro cuartos para alojar a los turistas y aproximadamente 344m²

Prestan las instalaciones para eventos, ferias gastronómicas, turismo; cuando se realizan eventos los comuneros se dividen las actividades en grupos para poder cumplirlas, hay que recalcar que esta hacienda es propiedad de los habitantes de la comunidad de la Magdalena.

Los comuneros buscan otras formas de ingreso para la hacienda como es la producción láctea siendo esta su principal fuente de ingresos. (Benitez, 2018)



Figura 13. Hacienda la Magdalena

Fuente: (Hacienda Patrimonial la Magdalena)

2.4 Festividades

Fiestas de parroquialización: En estas fiestas se conmemora que la parroquia de Angochagua mediante la ley de división territorial se unió al cantón de Ibarra el 29 de mayo de 1861. (GAD Parroquial Angochagua, 2014)

Las festividades inician a principios del mes de mayo con una minga que involucra a sus 6 comunidades además de una feria gastronómica y artesanal; no puede faltar la elección de la reina de Angochagua con un participante por comunidad, la cual debe presentar su gastronomía, costumbres y vestimentas propias de su lugar de origen (Bravo, 2017)

A lo largo del mes se realizan diferentes actividades para celebrar la parroquialización, como juegos tradicionales, concursos, festivales, competencias deportivas, además en la plaza central de parroquia se realiza un almuerzo comunitario. (La Hora, 2014)

Para culminar con las fiestas de parroquialización se realiza la misa de agradecimiento y como acto seguido la sesión solemne. (Bravo, 2017)



Figura 14. Fiesta del parroquialización

Fuente: (La Hora, 2018)

Navidad y Año Nuevo: Durante estas festividades se realizan misas comunales en honor al Niño Jesús y al año nuevo en las fechas del 25 de diciembre y 1 de enero respectivamente (GAD Parroquial Angochagua, 2014)

NAVIDAD

La “Misa de Gallo” o “Santa Misa” la cual se realiza a la media noche del 24 de Diciembre en conmemoración del nacimiento de Jesús y de esta forma dar la bienvenida a la Navidad; la hora de la celebración litúrgica es a las 24:00 hora pero en los últimos años esta costumbre se adapta a las necesidades del lugar y el caso más señalado es del Vaticano en la que la misa se realiza a las 22:00 por la salud del Papa. (López A. , 2012). La parroquia de Angochagua no se queda atrás y actualmente se la realiza la misa a las 20:00 horas, puesto que al realizar el acto a media noche las personas tendrían a dormirse en la misa y no participar de la celebración. (Sanchez, 2019)

En Angochagua realizan el Pase del Niño una hora antes de la Santa Misa, en la celebración representan a cada uno de los personajes del Nacimiento de Jesús, además de que participan animales como borregos y burros.

Durante la procesión suele lanzarse pétalos de rosa a la imagen de la Virgen María, además de cantar villancicos.

Una vez culminada la misa las personas regresan a sus hogares a compartir su comida usualmente esta consta de cuy asado con papas cocinadas.



Figura 15. Navidad

Fuente: (GAD de Angochagua, 2015)

AÑO NUEVO

En año nuevo la celebración la ofrece el prioste, quien es la persona responsable del festejo, él cuenta con el apoyo su familia, vecinos y amigos quienes se encargan de dar su aporte para la celebración.

La fiesta se la realiza en la casa del prioste con banda del pueblo y en algunos casos suele haber fuegos pirotécnicos y toros de pueblo.

El prioste meses antes de la celebración da un Mediano a las personas que ofrecieron ayudarlo como forma de agradecimiento. El Mediano es una fuente con papas cocinas, huevos duros, cuy y pollo asado.

En el festejo de fin de año la comida suele ser colada de haba, un plato fuerte y de bebida champús.

En la mañana del 1 de enero suele realizarse la misa de año nuevo y una vez culminada se realiza el anuncio del nuevo prioste. (Sanchez, 2019)



Figura 16. Año nuevo

Fuente: (GAD de Angochagua, 2015)

Día de los difuntos: Desde finales de octubre las mujeres empiezan a preparar la masa para la elaboración del pan y los hombres son los responsables de hornearlos en leña, y una vez listos la mujer encargada que suele ser la abuela, distribuye los panes a los presentes. (Ulcuango, 2013)

El día de los difuntos suele realizarse una misa en el cementerio de Angochagua, una vez culminada se procede a la limpieza de las tumbas para su posterior arreglo.

Los familiares de los difuntos generalmente llevan comida para compartir, además del pan que se elabora previamente.

Durante este día hay los rezadores, que son personas que van rezando a lo largo de la vía hasta el cementerio, a ellos se les paga con 25 centavos o con comida.

Una vez que terminan de rezar, se arma una mesa común, en la que todos conviven y comparten su comida. (Ulcuango, 2013)



Figura 17. Visitas a sus familiares en el cementerio

Fuente: (Ulcuango, 2013)

Rituales de matrimonio: Cuando una pareja de novios van a casarse suele realizarse una serie de actividades con el fin de que las familias se conozcan.

El ritual consta de tres visitas:

Ñavi Ricui: En esta visita la familia del novio van a la casa de la novia llevando comida, pero a veces no suelen abrir la puerta y es cuando los padres del novio ruegan a los padres de la novia.

En la segunda visita también es en la casa de la novia, a diferencia de la primera visita en esta se acostumbra a llevar más comida además también van los amigos del novio; en esta reunión usualmente se define la fecha de la boda.

Novia LLujchij: es la denominación de la tercera visita, se la realiza a vísperas del casamiento y en esta se realizan las actividades a las que llegaron de acuerdo las dos familias. (Aguilar, 2010)

Este ritual se lo realiza de viernes a domingo, durante el primer día se realiza la compra de la novia, en el segundo día es cuando se efectúa la ceremonia del matrimonio y finalmente el día domingo se ejecuta el Ñawi Mayllay (lavado de cara, manos y pies) por parte de los padrinos hacia los novios (GAD Parroquial Angochagua, 2014)



Figura 18. Regalos para la familia de la novia

Fuente: (Aguilar, 2010)

Rituales de bautizo: Esta celebración se realiza únicamente los días viernes o sábado y a ocho días que el bebé haya nacido.

La celebración inicia en el momento que los padrinos del bautizado (padrinos de la boda) llevan a su vivienda a su futuro ahijado para cambiarlo de ropa y posteriormente ir de camino a la iglesia para efectuar la ceremonia en la que ellos son los únicos asistentes.

Los padrinos suelen regalar al niño comida, vestimenta, y borrego que lo crie; en la fiesta la madre del bebé no suele estar por el reposo después del parto. (Boada, 2014)

Inti Raymi: Esta festividad se ha realizado por siglos en el mes de junio, en la fiesta se agradece a la Pachamanca por lo recibido, una celebración a la vida. (Morales J. , 2016). Esta festividad inicia con la misa en honor a San Juan, en esta fiesta los habitantes se bañan en las vertientes sagradas de la parroquia. (GAD Parroquial Angochagua, 2014)



Figura 19. Inti Raymi

Fuente: (Comercio, 2018)

2.5. Gastronomía De Angochagua

La parroquia de Angochagua tiene como esencia gastronómica el maíz, al igual que muchas comunidades de la sierra ecuatoriana, la cual viene como legado desde la época prehispánica.

La apertura de la nueva carretera permitió que surjan emprendimientos gastronómicos en la vía como lo es la ruta del borrego asado en la comunidad de la Magdalena. (Morales J. C., 2018)

La parroquia de Angochagua cuenta con una variedad de platos tradicionales entre los cuales se encuentran:

Champús: es una bebida típica de la parroquia la cual pertenece a su patrimonio intangible.

En Angochagua esta es elaborada con maíz el cual ha permanecido previamente guardado por un periodo de 2 años, posteriormente se lo muele y coloca en vasijas la harina con agua durante 15 días, en este tiempo se aumenta agua cada 3 días, esta harina se cierne y cocina por aproximadamente 8 horas luego se endulza y se agrega algunas especias. (GAD Parroquial Angochagua, 2014)

El champús es una bebida tradicional producto de la concordancia entre la religión y cultura. Su origen se encuentra en la época de los Incas, ya que según su cosmovisión este brebaje simboliza a la Pacha Mama, pero en exploraciones ejecutadas en Lima mencionan que esta bebida tiene origen africano debido a que durante los virreinos se ofrecía el champús por parte de esclavas negras. (Pabón, 2012)

En la parroquia de Angochagua una de las fechas en las que se bebe el champús es en Año Nuevo y en el día de los difuntos.



Figura 20. Champús

Fuente: (La Hora, 2019)

Chicha de Jora: Es una bebida que pertenece al patrimonio intangible de la parroquia, esta se la prepara con maíz remojado que ha sido secado con el sol en un tiempo de 8 días para posteriormente ser molido. Por lo general la chicha es la bebida que sirven en todas las fiestas. (GAD Parroquial Angochagua, 2014)



Figura 21. Chicha de Jora

Fuente: (Tiempo, 2018)

Colada de Churos: es una especie de sopa, en la que se disuelven tres tipos de harinas (maíz, arvejas y habas) se colocan en agua fría y se ubica en el fuego, luego se añade cebolla, sal,

se deja cocinar por quince minutos y se añade papas. Se deja de un día para otro los churos en agua y sal y al día siguiente se lo cocina por alrededor de 45 minutos.



Figura 22. Colada de churos

Fuente: (Hora, 2015)

Caldo de gallina: El caldo de gallina es uno de los platos más apetecidos por los visitantes, ya que es característico por su sabor y viene acompañado con habas, melloco, papas y demás ingredientes que mejoran su degustación.



Figura 23. Caldo de gallina

Fuente: (Angochagua P. d., 2019)

Papas con cuy: Plato tradicional de la parroquia, en Angochagua este se sirve con aguado de leche y un acompañado de cebollas fritas. (GAD Parroquial Angochagua, 2014). Se lo consume en Navidad acompañado de una salsa amarilla.



Figura 24. Cuy asado con papas

Fuente: (Carchi, 2018)

Uchujacu: Esta bebida es una colada de harina hecha con una variedad de granos como son: lenteja, haba, trigo, maíz, etc. Los granos son tostados y molidos con ajo. El Uchujacu suele ser acompañado con carne de borrego, además este es un plato típico de bodas, suele ser el plato de entrada, luego de este se sirve el borrego asado y es por eso que también se lo conoce como Budaapi. (GAD Parroquial Angochagua, 2014)



Figura 25. Uchujacu

Fuente: (Raymi, 2019)

Tortillas de Tiesto: las tortillas de maíz han sido alimento apetecido en toda la provincia especialmente en las comunidades indígenas.



Figura 26. Tortillas de tiesto

Fuente: (HOY, 2016)

Sunfo: Es una planta aromática que crece en el páramo suele tomarse en infusión o en una mezcla con licor de caña. Suele beberse en noche buena. (Sanchez, 2019)



Figura 27. Angeleñazo (Bebida preparada a base de sunfo)

Fuente: (Norte, 2018)

2.6 Relación de la parroquia con la gastronomía

Actualmente la gastronomía es importante para atraer turistas, de tal forma que tiene su propia modalidad turística. Presentar los platos tradicionales o ancestrales aumenta el interés en la localidad puesto que es la representante del sitio visitado y como algunos turistas van a recordar ese lugar.

El GAD de Angochagua con su equipo técnico busca mejorar los servicios gastronómicos que se ofertan en las comunidades de la parroquia mediante el desarrollo de capacitaciones para mejorar la competitividad.

Además con el fin de promocionar un plato tradicional de la parroquia se ha creado la “Ruta Gastronómica del Cordero Asado” la cual es una de las siete propuestas que tiene la provincia de Imbabura para atraer visitantes.

“RUTA GASTRONÓMICA DEL CORDERO ASADO”

Esta ruta turística gastronómica abarca las comunidades de Zuleta, La Magdalena, La Rinconada y Angochagua; las dos primeras comunidades son las que abarcan una mayor cantidad de emprendimientos; es por eso que por parte del GAD de Angochagua se han realizado capacitaciones al personal de los establecimientos para que puedan ofrecer un servicio de calidad a los comensales.

El emprendimiento empezó a finales del año 2015; actualmente la ruta se promociona en la revista “Rutas Turísticas de Imbabura” que es realizada por la prefectura de la provincia. (La Hora, 2017)

En la comunidad de la Magdalena existen 25 emprendimientos que pertenecen a la Ruta y se encuentran en lo largo de la vía, la mayoría de locales que ofrecen su gastronomía son emprendimientos familiares. (Navarrete, 2019)

El plato comúnmente se sirve con ensalada, papas y mote; dependiendo del local en el que se consuma se ofrece entradas con granos de la localidad. (Rosales, 2017)

La ruta tiene como base cuatro componentes: certificación laboral, fortalecimiento organizativo, capacitación en asociatividad y publicidad en emprendimientos turísticos de la parroquia (Expectativa, 2018)

2.7. Relación de la parroquia con el turismo

La parroquia se caracteriza por su diversidad cultural y natural, en Angochagua el turismo es un dinamismo que fortalece el desarrollo de la parroquia, siendo el turismo rural y comunitario los principales ejes de esta actividad. (La Hora, 2017).

Por parte del GAD de Angochagua se ha planteado desde Septiembre del 2014 el proyecto de “Dinamización Turística Angochagua”, que tiene por meta fortalecer la economía mediante el turismo.

El proyecto consta de tres acciones:

1. Potencializar los atractivos turísticos y culturales, lo cual permite el aumento de la calidad de los servicios turísticos.
2. Incrementar y diversificar, la oferta turística en la parroquia Angochagua.
3. La puesta en valor de recursos turísticos, su creación y potenciación, además la generación e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad.

El proyecto ya ha dado los primeros resultados el principal fue el mapa turístico de la parroquia, medio por el cual turistas podrán movilizarse con mayor facilidad.

MARCA TURÍSTICA

La marca turística consta de los principales atributos de la parroquia; esta constitución muestra armonía y funcionalidad.



Figura 28. Marca Turística

Fuente: (GAD de Angochagua, 2015)

El GAD Parroquial de Angochagua ha desarrollado eventos para promocionar la marca turística; entre estas; la participación en la Feria Internacional de Turismo en Guayaquil 2015.

Se realizó un video turístico promocional el cual muestra atractivos naturales y culturales de la parroquia, el cual sirve para publicitar a la parroquia. (GAD Angochagua, 2017)

PROYECTO DE DESARROLLO CULTURAL

El Proyecto de Desarrollo Cultural, implementado por el GAD abarca actividades turísticas cuyo fin es fortalecer la cultura, rescatando tradiciones, para obtener un mayor respeto a los saberes ancestrales.

En el proyecto se han realizado algunas actividades dirigidas a destacar la importancia cultural tales como: la realización de concursos en escuelas y colegios sobre leyendas y tradiciones de la parroquia motivando a niños y jóvenes a interesarse en su cultura. (GAD Angochagua, 2017)

Capítulo III. Análisis de datos

3.1 Introducción al análisis de datos

La investigación se realizó a través de diferentes técnicas la primera; revisión bibliográfica, la misma que consistió en recolección de información a través de la lectura de libros, tesis, artículos científicos, publicaciones del Ministerio de turismo; además de datos estadísticos del GAD de Angochagua y del Ministerio de turismo.

La segunda; denominada observación directa, en la cual se obtuvo evidencia fotográfica de las diferentes actividades, atractivos y sobretodo de la gastronomía de la parroquia.

La observación según (Medina & Delgado, 1999) *"Es el procedimiento mediante el cual es posible obtener información de diversos acontecimientos o hechos, siendo necesaria la utilización de diferentes técnicas que ayuden a la percepción del observador"*.

Para finalizar se realizó investigación de campo usando técnicas de recolección de datos como la entrevista y encuesta.

La encuesta está dirigida a los visitantes y pobladores de la parroquia, al culminar su aplicación se procedió a realizar la tabulación de las preguntas, además se realizó entrevistas que permiten obtener información precisa y personalizada de manera oral; y fueron efectuadas a la presidenta del GAD de Angochagua, a un jefe de las comunidades de la parroquia y a los propietarios de los restaurantes con el fin de obtener respuestas que permitan cumplir con los objetivos específicos planteados.

La presidenta del GAD Parroquial de Angochagua dio a conocer su perspectiva, con respecto a las problemáticas existentes y como se podían solucionar. Los propietarios de los

restaurantes mostraron la situación gastronómica, platos de mayor demanda, y el apoyo con respecto a y capacitaciones por parte de las autoridades y, finalmente a los jefes de las seis comunidades de la parroquia de Angochagua indicaron el plato representativo de la sus respectivas comunidades.

Al realizar las entrevistas, se pudo constatar la realidad de dos de los actores, el primero: la situación que vive la administración actual, el intentar trabajar y unificar a las seis comunas, es un trabajo arduo porque cada comuna tienen diferentes necesidades, y siempre va a anteponer lo que consideren primordial, para ciertos cabildos puede ser más importante las obras de pavimentación mientras que otros pueden considerar que el turismo es primero, realidad que dificultan que se trabaje por un mismo objetivo. Otro punto importante que se debe considerar, es que como mencionó la presidenta “la administración actual, se encuentra archivando documentos, organizando y plasmando proyectos en papeles”, pero el objetivo debería ser que existan más proyectos, y que no quede en eso, “únicamente papeles”.

El segundo, la situación que viven los emprendedores, el contar con ideas, el tener las ganas de seguir aprendiendo, pero el no tener talleres, cursos de capacitación, un centro de información para el turista, una realidad que día a día, les dificulta que sus emprendimientos puedan llegar a tener mayor número de visitantes.

Para finalizar se considera que el escenario actual no es el adecuado, porque cada uno trabaja de acuerdo a sus necesidades, el GAD de Angochagua debe continuar fortaleciendo y contar con un centro de información al turista a través del trabajo articulado con otros organismos como la Prefectura de Ibarra. Por otro lado, también se debe brindar mayor número de capacitaciones a los emprendedores y guiarlos para establecer asociaciones.

3.2 Población y muestra

La técnica de muestreo permite seleccionar una muestra representativa determinar que represente parte de una población debe examinarse, con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población. (Cana, 2006) Para efectos de esta investigación se hizo uso del cálculo de la muestra finita.

La encuesta está dirigida a turistas de la parroquia, su muestra es 217

Tabla 3

Tamaño de la muestra

COEFICIENTES	DESCRIPCIÓN	DATOS
N	Tamaño de la población	500
Z	Nivel de confianza -95%	1,96
P	Probabilidad de que el evento suceda -50%	0,05
Q	Probabilidad de que el evento no suceda - 50%	0,05
E	Margen de error	0,01
N	Tamaño de la muestra	217

Valores de la muestra Parámetro

Valor

$$N = 500$$

$$z = 1.96$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$e = 0.05 \wedge$$

Fórmula

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$\mathbf{n = 217}$$

Para la investigación se utilizó el análisis descriptivo, mismo que permitió efectuarla a través de un enfoque mixto ya que se utilizó los métodos tradicionales: cuantitativo para analizar diferentes variables, tales como: la frecuencia de consumo, cantidades, precios, entre otras y posteriormente realizar el análisis de los datos obtenidos en la parroquia Angochagua, con esto, comprender el comportamientos de los pobladores y visitantes, los mismos que intervienen de forma directa e indirectamente en el desarrollo de las actividades gastronómicas de la parroquia.

Por otro lado, el método cualitativo ayudó en la obtención de información ya que, a través de los diferentes instrumentos como la entrevista, y encuesta, se procederá a analizar la información obtenida y sacar conclusiones.

Además la investigación será de tipo no experimental, puesto que se realizará obtención de datos mediante observación, como es la preparación de alimentos, sin intervenir en esta de alguna forma. (Sousa, Driessnack, & Mendes, 2017)

3.3 Entrevista

Se realizó tres tipos de entrevistas, una a la representante del sector público que en el caso de la investigación es la presidenta del GAD de Angochagua, a representante del sector privado (Propietarios de restaurantes de comida típica) y finalmente una entrevista a un jefe de las comunidades de la parroquia.

3.3.1 Entrevista representante del GAD de Angochagua

Nombre: Rosa Colimba

Cargo: Presidenta Del GAD

Fecha: 28 De Noviembre Del 2019

La presidenta del GAD Rosa Colimba empezó la entrevista contándonos que poseen un entorno natural en la parroquia lo cual representa una fortaleza, también mencionó que Angochagua es conocido como el valle del Arcoíris. Nos supo mencionar varias ideas de proyectos que faltan por culminar y de ahí poder presentarlos, y como ella mismo mencionó en la entrevista “la administración actual se ha dedicado principalmente a ordenar documentos, algo que nunca se hacía”, provocando de esta manera que quede en eso únicamente documentos. La falta de realización de proyectos las justifica con el cambio de administración, porque es un año

en la que ella considera no es tiempo suficiente para poder culminar y realizar dichos emprendimientos.

Indicó en varias ocasiones que es difícil poder articular a las seis comunas, ya que cree que cada una de ellas vela por intereses propios, un ejemplo claro es que en la última reunión que tuvieron solo una comuna dijo “hablemos de turismo” y otorgaron su presupuesto para el mismo, pero las otras comunas otorgaron para obras de pavimentación. Sólo ahí se puede evidenciar que trabajan por diferentes objetivos.

Comentó las debilidades que ahora tienen como lo son: no contar con un centro de información para el turista, no tener rutas que ofertar al viajero, estandarización de los precios, no contar con alimentación para ofrecer al visitante de lunes a viernes ya que únicamente la ruta del borrego son fines de semanas. Debilidades que menciona “están trabajando en eso”.

Al finalizar la entrevista recalcó que falta mucho por hacer, pero que piensan presentar algunos proyectos y espera sean aprobados y poder ejecutarlos.

3.3.2 Entrevista representante de las comunidades

NOMBRE: Johnny Chuquín

CARGO: presidente de la comunidad

FECHA: 28 de noviembre del 2019

El cabildo de la comunidad de la Rinconada el señor Johnny Chuquín comentó sobre cómo está teniendo auge el turismo mencionó algunos ejemplos: y manifestó “algunas familias

tienen piscinas de truchas de esta manera los turistas pueden acercarse a pescar si lo desean, y posteriormente degustar la trucha que ellos mismos pescaron”.

Al ser propietario del Museo Malta Wasi Art, contó sobre su emprendimiento el mismo que en sus inicios fue demasiado difícil llevarlo a cabo ya que no contaban con los recursos necesarios para poder realizarlo, y como el mismo manifestó “no existe apoyo por parte de las autoridades locales”, lo cual limita, las ideas que él puede llegar a tener, porque si las autoridades prestaran la debida atención, se pudiese hacer más, considero que con el simple hecho de crear un centro de información al turista, aumentaría el número de visitantes a los diferentes emprendimientos.

3.3.3 Entrevista representación privada

NOMBRE: Alexis Criollo

CARGO: Administrador de Pondo Wasi

FECHA: 28 de noviembre del 2019

RESUMEN: El administrador y propietario de Pondo Wasi Alexis Criollo, empezó la entrevista hablando sobre el turismo gastronómico, el mismo que considera no se está potencializando como lo hace Bolivia, Perú y otros países de Sudamérica. Cree firmemente que tenemos todos los recursos, atractivos culturales y por su puesto gastronomía, reiteró que “tenemos una mina de oro” que falta explotarla. Manifestó también la falta de interés y de seguimiento de las autoridades locales hacia las comunidades indígenas como por ejemplo en el tema de capacitaciones.

Mencionó en la entrevista que “si potencializamos la gastronomía se potencializará los demás recursos naturales y culturales que posee la parroquia” porque considera que, si se potencializa la gastronomía correctamente ofertando por ejemplo un plato ancestral y autóctono, el turista buscará donde alojarse por ende hacer uso de las instalaciones.

Recalcó que su emprendimiento, es un trabajo que lo ha logrado con el apoyo de su familia y ha sido totalmente autónomo, considera que a las autoridades simplemente “No les interesa”, sin embargo, cree que es necesario el apoyo de las mismas para poder promocionar su establecimiento y atraer a más turistas.

3.4 Análisis de resultados de la encuesta realizada a los turistas.

Con la encuesta realizada a los turistas se conocerá el grado de interés en la gastronomía de Angochagua y si esta puede llegar a ser dinamizador del desarrollo local.

Posteriormente a la ejecución de las encuestas se procedió con el análisis de resultados para cuál se ha utilizado herramientas gráficas y tablas.

Tabla 4

Análisis de edad y género de los visitantes

Edad/Género	Mujer	Mujer	Hombre	Hombre
	frecuencia	porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
18 - 22 años	8	4%	11	5%
23 - 28 años	49	23%	62	29%
29 - 34 años	26	12%	34	16%
Mayor de 35 años	12	6%	15	7%

De acuerdo a la encuesta con estas preguntas se logró conocer el género de los encuestados y además su edad por lo tanto tenemos que mayor número de visitantes son hombres que fluctúan entre los 23 y 28 años, así como un porcentaje de 23% en las mujeres en el mismo rango de edad, mayores de 35 años apenas hay tanto en hombres como mujeres de un 7% y 6% respectivamente

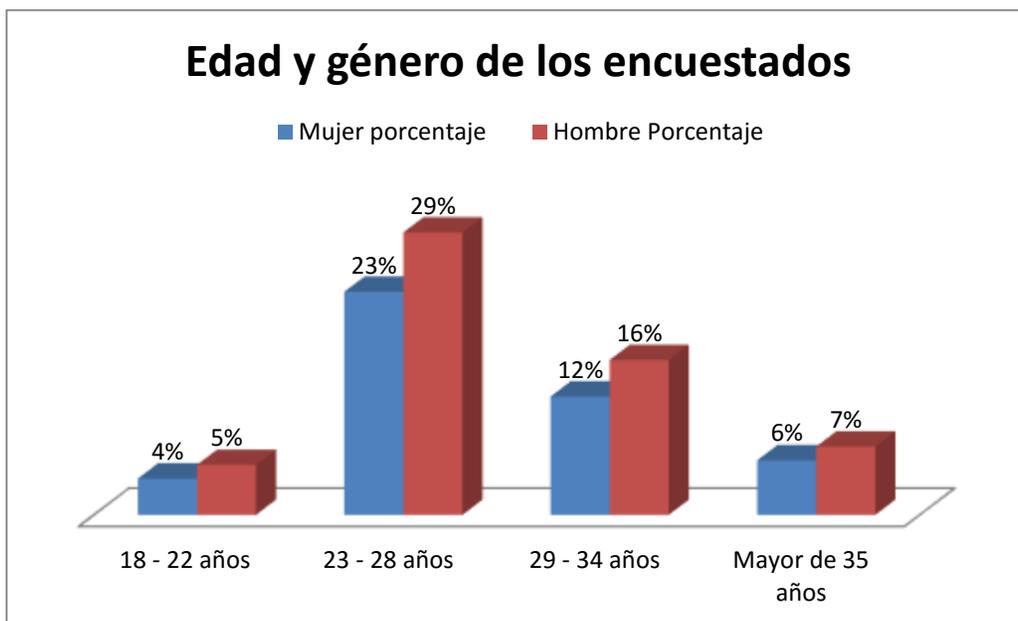


Figura 29: Análisis edad y género

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

Tabla 5*Análisis de motivación y procedencia de los visitantes*

Motivación/ Procedencia	Nacional	Nacional	Extranjera	Extranjera
	frecuencia	porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	166	76%	12	6%
Negocios	4	2%	0	0%
Estudios	2	1%	0	0%
Eventos	2	1%	0	0%
Visita a familiares	10	5%	3	1%
Vive en la parroquia	13	6%	0	0%

De acuerdo a la encuesta con estas preguntas se logró conocer la motivación de su viaje hacia Angochagua y además la procedencia de los encuestados por lo tanto tenemos que la mayor motivación de visitantes nacionales es por turismo, así como un porcentaje de 6% en visitantes extranjeros en la misma motivación; visitantes que viajan por estudios y por eventos apenas hay un 1% y 0% tanto en procedencia nacional como extranjera.

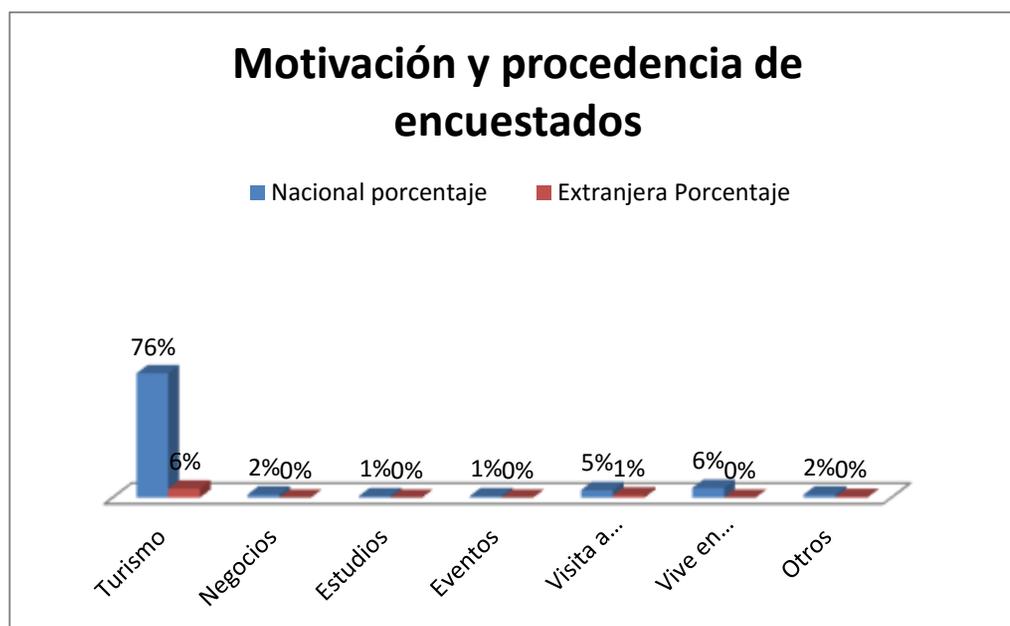


Figura 30. Motivación y procedencia

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

Interpretación preguntas 1 y 3

Tabla 6

Análisis de conocimiento de gastronomía y plato tradicional

Conocimiento/ Plato bebida	Conoce	Conoce	Desconoce	Desconoce
	frecuencia	porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Cuy con papas	10	5%	51	24%
Caldo de gallina	20	9%	27	12%
Borrego asado	26	12%	68	31%
Chancho horneado	3	1%	7	3%
Otra	1	0%	4	2%

De acuerdo a la encuesta con la pregunta uno y tres se logró conocer el plato tradicional de la parroquia y además si conocen sobre la gastronomía del lugar, por lo tanto tenemos que mayor número de visitantes que desconocen a la gastronomía tradicional de la parroquia consideran que el plato representativo de Angochagua es el borrego asado, , así como un porcentaje de 12% en las personas que conocen la gastronomía en el mismo plato; tanto para visitantes que conocen como las que desconocen acerca de la cocina tradicional existen 5 personas que eligieron una opción diferente a las opciones presentadas.

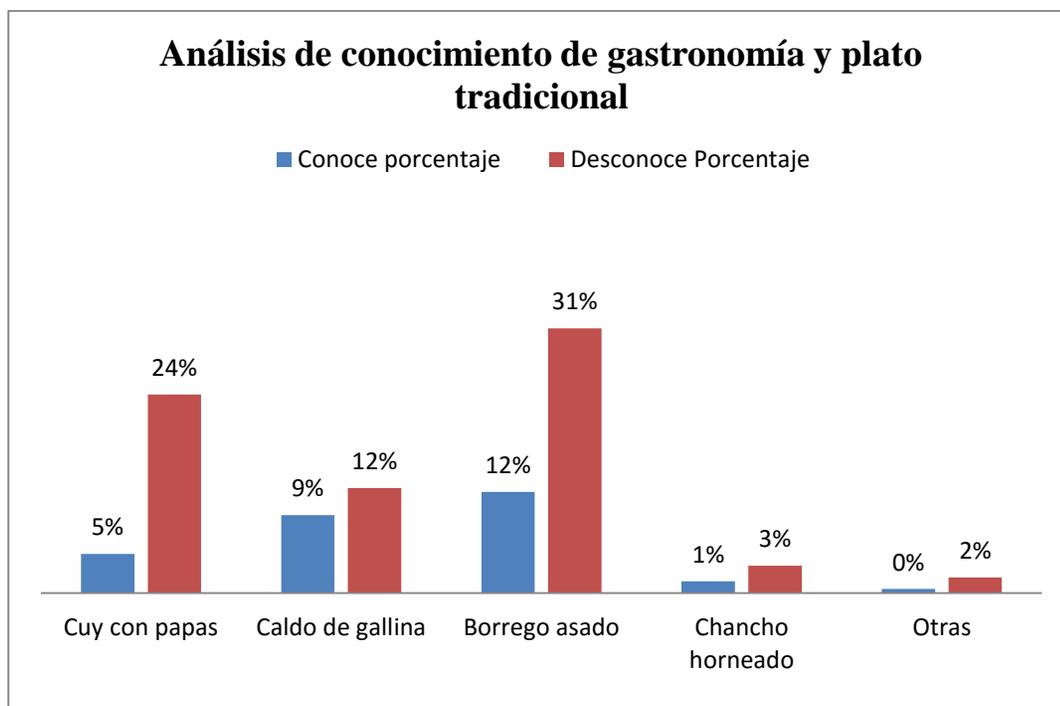


Figura 31. Análisis de conocimiento de gastronomía y plato tradicional

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

Interpretación preguntas 1 y 4

Tabla 7***Análisis de conocimiento de gastronomía y bebida tradicional***

Conocimiento/ Bebida	Conoce frecuencia	Conoce porcentaje	Desconoce Frecuencia	Desconoce Porcentaje
Chicha de jora	37	17%	96	44%
Champús	9	4%	24	11%
Sunfo	5	2%	14	6%
Dulce de arroz de cebada	8	4%	22	10%
Otra	1	0%	1	0%

De acuerdo a la encuesta con la pregunta uno y cuatro se logró conocer la bebida tradicional de la parroquia y además si conocen sobre la gastronomía del lugar, por lo tanto tenemos que mayor número de visitantes que desconocen a la gastronomía tradicional de la parroquia consideran que la bebida representativa de Angochagua es la chica de jora , así como un porcentaje de 17% en las personas que conocen la gastronomía en la misma bebida; tanto para visitantes que conocen como las que desconocen acerca de la cocina tradicional existen 2 personas que eligieron una bebida diferente a las opciones presentada.

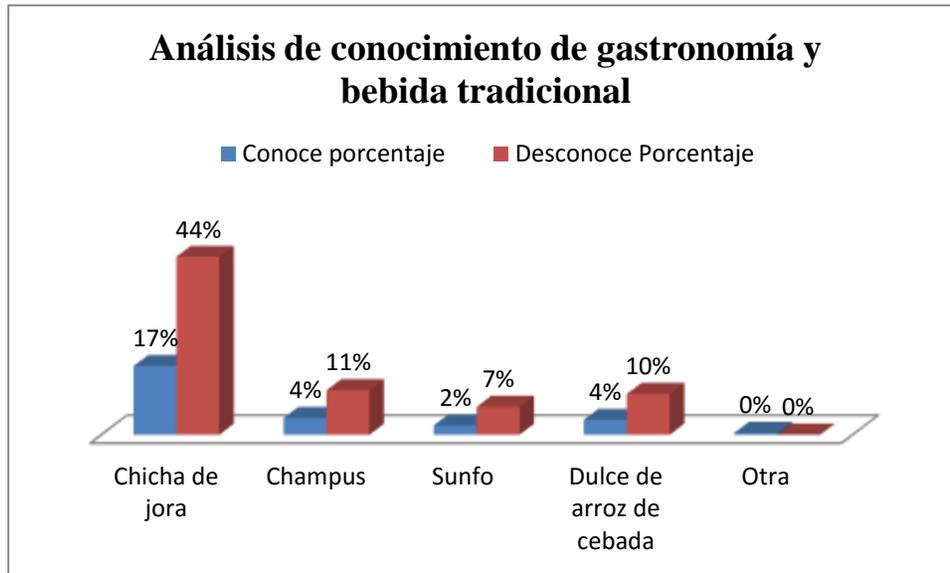


Figura 32. Análisis de conocimiento de gastronomía y bebida tradicional

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

Interpretación de las preguntas 2 y 7

Para usted ¿cuál es la característica más importante de la gastronomía?

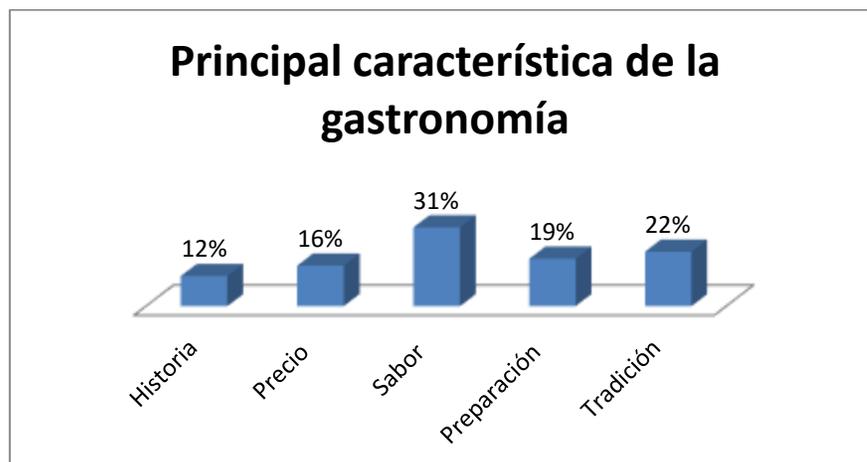


Figura 33. Principal característica de la gastronomía

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

Tabla 8*Análisis de lo que pagarían los visitantes por un plato tradicional*

¿Cuánto paga usted por un

plato tradicional de la Frecuencia

Porcentaje

parroquia?

Menos de \$ 3 dólares	18	8%
\$ 3 a \$5 dólares	114	53%
\$ 5 a \$10 dólares	61	28%
\$10 a 15 dólares	18	8%
Más de 15 dólares	6	3%

De acuerdo a la encuesta con la pregunta dos y siete se logró conocer cuál es la característica que los atrae de platos tradicionales, y cuanto pagarían por un plato, por lo tanto tenemos que mayor número de visitantes prefieren el sabor, apenas hay tanto un 12% de los visitantes que lo que más les atrae de un plato es la historia; además un 53% de los visitantes pagarían entre 3 a 5 dólares por un plato tradicional de la parroquia, sólo 6 personas respondieron que pagarían más de 15 dólares por el plato.

Interpretación de la pregunta 5 y 6

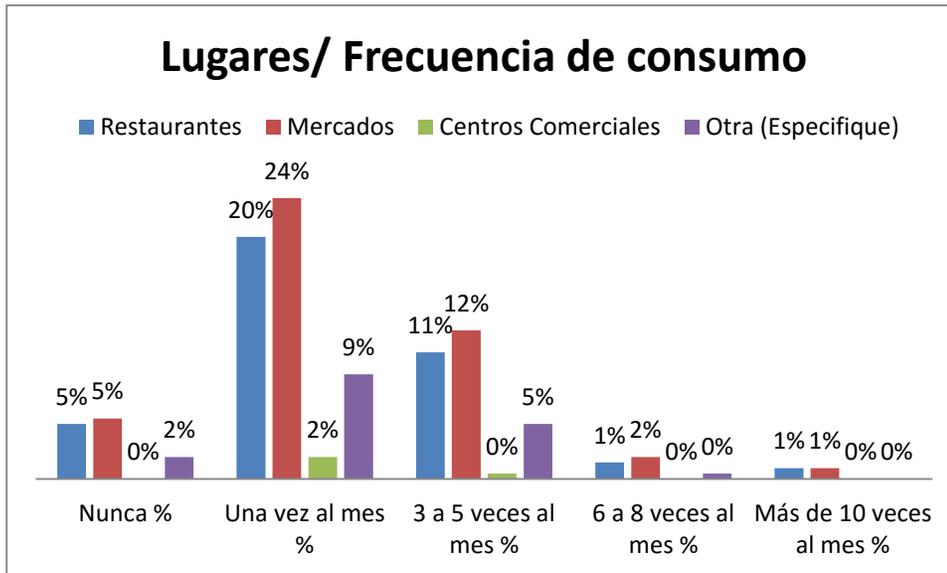


Figura 34. Lugares/ Frecuencia de consumo

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

Interpretación de la pregunta 8

¿Qué grado de importancia considera usted que tiene el ámbito gastronómico en el desarrollo local de la parroquia?

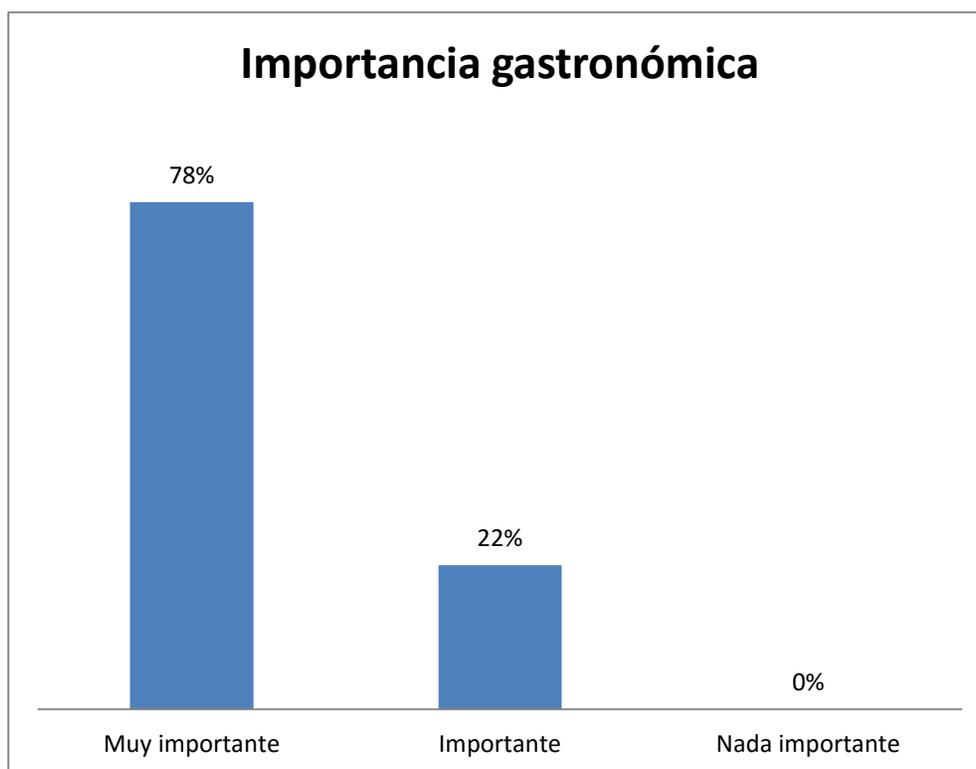


Figura 35. Importancia gastronómica

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

De acuerdo a la encuesta con la pregunta uno y dos se logró conocer el grado de importancia que le dan los visitantes al ámbito gastronómico en el desarrollo local de la parroquia por lo tanto tenemos que mayor número de visitantes creen que es muy importante la gastronomía para el desarrollo, por otro lado ninguna persona cree que no sea importante.

¿Usted ha participado de la ruta gastronómica que se ofrece dentro de la parroquia?

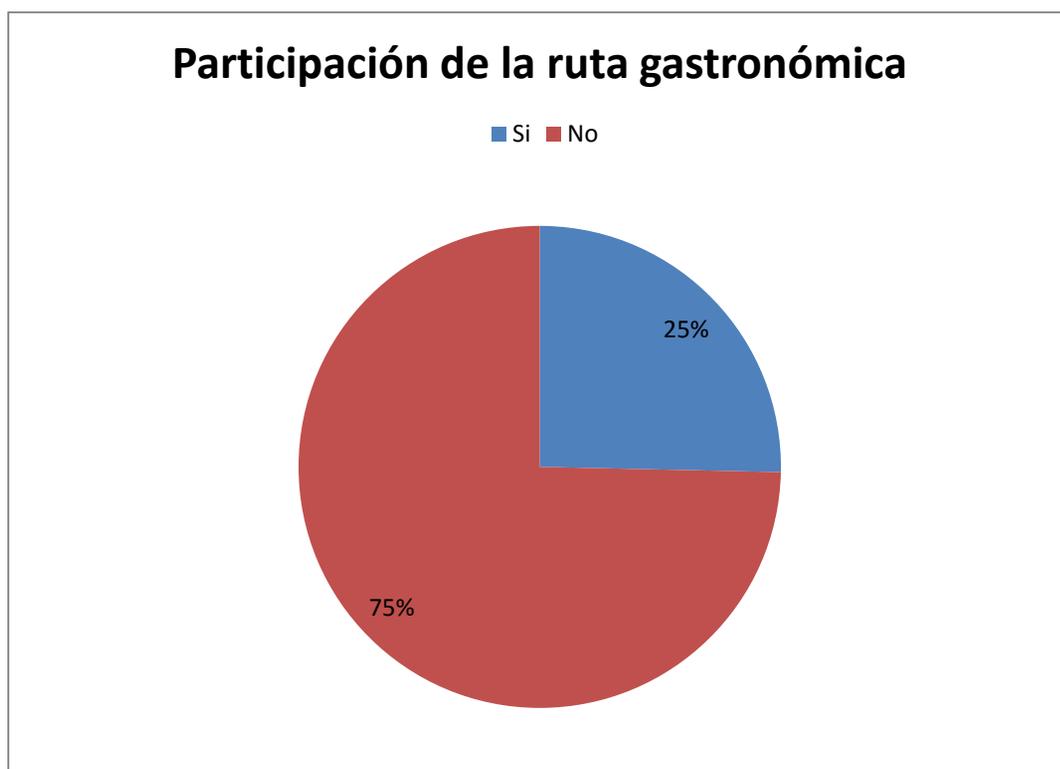


Figura 36. Participación de la ruta gastronómica

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

De acuerdo a la encuesta con la pregunta nueve se logró conocer si es que los visitantes alguna vez han participado de la ruta gastronómica por lo tanto tenemos un 75% de los encuestados no ha participado de la ruta.

¿Qué tipo de productos elaborados por el micro-empresario usted consume o ha consumido?

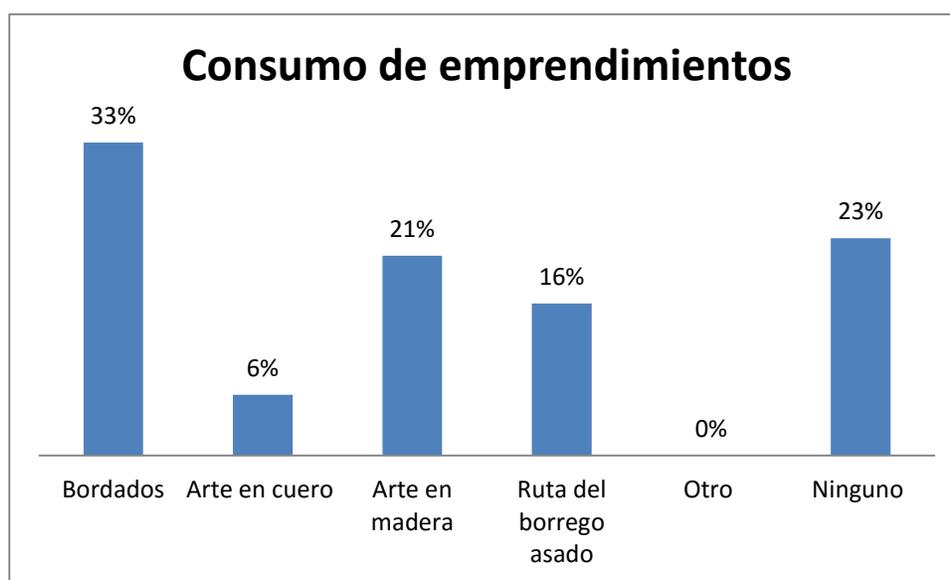


Figura 37. Consumo de emprendimientos

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

De acuerdo a la encuesta con la pregunta diez se logró conocer si los visitantes han adquirido o consumido alguno de los artículos que hacen los pequeños emprendedores por lo tanto tenemos que los visitantes han adquirido en su mayoría los bordados que se venden en la parroquia, arte en cuero apenas un 6%.

3.5 Emprendimientos De Angochagua

Resumen

Los distintos emprendimientos que existen en la parroquia de Angochagua, se han podido dar paso gracias a la riqueza del lugar, la misma que se encuentra marcada por los paisajes naturales, ríos y cascadas, verdes montañas, variedad de flora y fauna, además de las diferentes actividades que se puede realizar en los complejos, como lo son; pesca deportiva, cabalgatas, turismo vivencial, senderismo, escalinata y por supuesto degustar la gastronomía del lugar.

Los emprendimientos nacieron de las ideas familiares y en muchas ocasiones aún se mantienen de esa forma, considero que el problema radica en que no cuentan con una estructura organizacional adecuada. Hago referencia a que muchos de los emprendimientos, pueden nacer de ideas familiares mientras que otros son apoyados por el GAD en este último caso, con el cambio de administración el proyecto puede seguir teniendo el apoyo o simplemente terminar, es decir que, en algunas ocasiones el proyecto culmina, en otras, sí los emprendedores así lo deciden pueden continuar por sus propios medios. Pero en los dos ejemplos pueden establecerlo como asociaciones, bajo el régimen de la Ley de Economía popular y solidaria, vigente en el país, en la que menciona que las personas amparadas por esta ley, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda; comercio justo y consumo ético y responsable.

Lo que pudimos corroborar con los emprendedores es que todos ellos tienen las ganas para seguir adquiriendo nuevos conocimientos, y de esta manera convertir sus destrezas en oportunidades de negocios. Pero no existen muchas capacitaciones por parte de la administración actual, lo cual dificulta que los emprendedores continúen aprendiendo.

La última capacitación que recibieron fue en el año 2017, la misma que tuvo diferentes temáticas tales como: el servicio personalizado, atención al cliente, la profesionalización y técnicas para ofertar servicios y productos. (La Hora, 2017).

Finalmente, considero que el escenario actual no es el adecuado para formar y construir un ecosistema para el emprendimiento, el GAD de Angochagua debe continuar fortaleciendo y contar con un centro de información al turista a través del trabajo articulado con otros organismos como la Prefectura de Ibarra. Por otro lado, también se debe brindar más capacitaciones a los

emprendedores, guiarlos para establecer asociaciones y mejorar los servicios básicos que se requiere para los diferentes servicios turísticos que se promocionan.

Nombre Del Emprendimiento: Pondo Wasi

Historia:

Pondo Wasi (Casa del Pondo), en español se encuentra ubicada en la comuna La Magdalena, parroquia de Angochagua, en el suroriente de Ibarra.

Alexis Criollo fue el responsable de dar vida a una antigua casona y transformarla en un atractivo para viajeros, la hostería no cuenta con ningún plano ni nada por el estilo, la idea nació en un aula y la fue plasmando en un papel. El trabajo de restauración duro alrededor de dos años, la edificación cuenta con paredes de tapial y techo de teja la misma que se lo realizó por etapas en la primera se renovó el restaurante, la segunda se construyó las cabañas y finalmente se construyó el salón de eventos, pero éste aún no se encuentra terminado.

Es importante recalcar que la obra está protegida por tejas de arcilla, pero también hay áreas cubiertas con la paja seca de momento como se preservan los tumbados de las casas antiguas, por otro lado, el piso de corredores y salones fue cubierto por una capa de resina y pigmento de tono caoba. (Rosales J. L., 2018)

Para completar la obra se incluyó un horno de barro que fue elaborada con tierra recolectada del mismo sitio. Ahí se preparan platillos como el cordero, trucha y pan. En la hostería se oferta diversos platillos que apelan a técnicas de cocción ancestrales como lo es la

pachamanca, plato más demandado por su forma de preparación ya que es todo un ritual. (Rosales J. L., 2018)

En el menú también hay sopas como caldos de gallina de campo, yahuarlocro, colada de chuchuca con queso. Como platos principales está el cordero a la parrilla o al pondo, pollo al horno de leña o al pondo, trucha frita o al horno de leña y fritada. Mientras que, como postres hay colada de zambo con leche y tortillas de harina de maíz, colada morada con pan y morocho con leche y bocadillos. (Morán, 2018)



Figura 38. Cabañas Pondo Wasi

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)



Figura 39. Elaboración de pan

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

Nombre Del Emprendimiento: Museo Malta Wasi Art

Historia:

Un complejo que se encuentra ubicado en la comuna La Rinconada, ubicada al suroriente de Ibarra. Cuyo objetivo es conservar la cultura del pueblo Caranqui, enfocada totalmente a la alfarería. (Rosales J. L., 2019)

Johnny Chuquín, fue quien apoyó el emprendimiento de su hijo, el mismo que se graduó de ingeniero en turismo con la tesis sobre la trucha, desde ahí empezó la idea y decidieron hacerla realidad. La primera construcción que se realizó fue el de una cabaña en donde ahora funciona el

comedor que consta de un fogón de leña. Los materiales que se utilizó para levantar las paredes fueron adobe y madera de ciprés y pino para las columnas. El zócalo fue construido con piedras de río y el techo se encuentra protegido con paja traída del páramo vecino denominado “Fuito Loma” (El Diario , 2019).

Frente a la cabaña principal hay una estructura circular, similar a las antiguas choza, en este lugar se implementó el taller de alfarería. En el centro de este inmueble hay una piedra a la que denominan “Hatun rumi” que en español significa piedra grande y sobre la que se amasa la tierra húmeda, que se transforman en artículos como, por ejemplo, platos, vasijas, ollas, etc. (El Diario , 2019).

Antes de que sean horneadas las piezas se secan bajo sombra, entre 15 y 20 días, hasta que tomen un color café. Después se las expone al sol para un mejor desecado. Luego, a los artículos elaborados se les hornea para darles consistencia. (Rosales J. L., 2019).



Figura 40. Museo Malta Wasi

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)



Figura 41. Comedor de Malta Wasi

Autor: (Robles & Toapanta, 2020)

Nombre Del Emprendimiento: Alpacas de Zuleta

Historia:

La iniciativa de este proyecto cuenta con el apoyo de la Prefectura de Imbabura y la Fundación de Cooperación para el desarrollo (CODESPA). Este proyecto se ancló a la empresa PAQOCHA de Quito, la misma que se especializa en el manejo y todo el proceso de la fibra de tejidos de alta calidad. La iniciativa fue reconocida con el premio Prácticas Ejemplares 2019. (Rosales J. L., 2019).

Una de las ventajas de este animal es que no afecta a la vegetación de las montañas. Los dientes son como tijeras que cortan el pasto, a diferencia del ganado vacuno, que lo arranca.

Los organizadores de este evento otorgaron 2 alpacas a cada comunidad, gracias a la entrega de las alpacas cuidan la genética de estos animalitos para que no exista consanguinidad entre sí a su vez dan impulso y realce a las actividades que se vienen trabajando, lo que permitirá dinamizar la economía. (El Norte, 2019)



Figura 42. Alpacas

Fuente: (Rosales J. L., 2019)

Nombre Del Emprendimiento: Centro de negocios y servicios para la actividad artesanal

Historia:

El programa fue financiado por cooperación técnica Belga juntamente con los gobiernos parroquiales de La Esperanza y Angochagua. Este proyecto tuvo como objetivo la elaboración y venta de artículos en las líneas de bordado, madera, cuero y alfarería. En un inicio se encontraba

conformado por 100 beneficiarios habitantes de las parroquias de Angochagua y la Esperanza. (El Norte, 2014)

En aquel entonces el ejecutor era el GAD parroquial de la Esperanza en la anterior administración 2009- 2014, cabe recalcar que estos proyectos tienen como vigencia 18 meses y sus participantes en mayor proporción son mujeres. (El Norte, 2014)

Con el cambio de administración y por ende nuevas autoridades, sus objetivos ya no son los mismos o simplemente no está de acuerdo con el emprendimiento. Decidieron desalojar a las artesanas, pero eso no quedó ahí, porque ellas resolvieron arrendar una casa antigua ubicada en la Esperanza y en la actualidad son una asociación jurídica establecida desde hace 6 años.



Figura 43. Bordados elaborados por artesanas

Fuente: (El Norte, 2014)

Nombre Del Emprendimiento: bordando sueños

Historia:

El objetivo de este emprendimiento es reactivar la economía y fomentar el empleo, donde alrededor de 150 familias son las beneficiarias. El Ministerio de Inclusión Económica y social destinó alrededor de 40 mil dólares a esta iniciativa a través de un convenio interinstitucional. Este proyecto consta de dos componentes: el primero es la capacitación en artesanías en donde la prefectura aporta con los materiales necesarios para el desarrollo de la asociación Mujeres Bordadoras Sisarana. El segundo, mejorar los ingresos económicos de 150 familias, con esto el fortalecimiento socio organizativo en la implementación de talleres artesanales y vinculación en canales de comercialización. (La Hora, 2016)

Hoy en día las artesanas cuentan con todos los materiales necesarios para poder realizar su trabajo, su taller se encuentra dotado de insumos artesanales como ovillos de hilo cotto y de hilo matizado, metro de tela, tijeras, cinta métrica, máquinas industriales rectas y de overlock que superan los 5 mil dólares.



Figura 44. Artesana bordando

Fuente: (La Hora, 2016)

Capítulo IV Plan de Marketing

4.1 Tema.

Diseño de una ruta turística como factor dinamizador del turismo vivencial, caso de estudio, parroquia Angochagua, cantón Ibarra.

4.2 Problema.

Actualmente en la parroquia Angochagua, se practica turismo vivencial para atraer a nuevos turistas y mejorar la economía de sus comunidades.

La principal actividad económica en la parroquia está basada en la agricultura, seguida de la elaboración de artesanías y con base a estas dos ocupaciones los comuneros incluyen a los visitantes en el desarrollo de estas tareas, pero no se ha desarrollado debido a la similitud de actividades en parroquias como la Esperanza, por lo cual es indispensable que la parroquia Angochagua desarrolle nuevas actividades para atraer a turistas y generar un impacto socio-económico en la parroquia. (GAD Parroquial Angochagua, 2014)

4.3 Justificación.

El diseño de una ruta turística aplicando turismo vivencial, traerá consigo más turistas interesados en las diferentes actividades que se propondrán. Con la presente propuesta de creación de un circuito turístico se busca integrar a las seis comunidades que posee la parroquia de Angochagua e involucrar en la actividad de turismo vivencial.

Los actores interesados en este proyecto serán tanto turistas extranjeros como también nacionales los cuales podrán involucrarse en las costumbres y tradiciones de la parroquia. Con esto se tiene como finalidad potencializar al turismo, pues ya existen paquetes turísticos enfocados al turismo comunitario. Angochagua es considerado una zona privilegiada de la ciudad de Ibarra por la variedad de atractivos que posee, tanto naturales como culturales los cuales pueden ser aprovechados de una manera óptima con el fin de promover la actividad económica mediante la creación de actividades aplicando turismo vivencial de una manera adecuada y sostenible.

4.4. Macro entorno

4.4.1. Económico

Las actividades laborales fortalecen para un crecimiento en el desarrollo económico local basado en los habitantes de Angochagua por las diferentes maneras de producir los bienes y servicios que ofrecen cada producto. En Angochagua su principal fuente de actividad económica se encuentra la agricultura con un 32% y la ganadería con el 28% en el sector primario, mientras que en el sector secundario, los artesanos ocupan un 20%. Finalmente con un menor porcentaje se encuentra el turismo que representa el 13% y otras actividades con el 7%.

La población económicamente activa de acuerdo al censo realizado en año 2010 en la parroquia Angochagua es de 1161 personas, en el que, la población femenina representa el 37,73%. Donde se puede evidenciar la disparidad a nivel de género porque existe el doble de hombres respecto a las mujeres. (GAD Parroquial Angochagua, 2014)

4.4.2. Social

La parroquia rural de Angochagua está ubicada en el suroriente de la provincia de Imbabura y al sur de Ibarra.

Su superficie es de 12.392 hectáreas en la que habitan 3263 personas según el último censo, de los cuales 1153 son mujeres y 1510 son hombres y se identifican en un mayor porcentaje como indígenas con un 92,06%. (INEC)

4.4.3. Educación

De forma general en lo que se refiere a años de escolaridad, la población mayor a 24 años presenta un promedio de 4,34%, el mismo que es un porcentaje demasiado bajo respecto al nacional. El bajo grado de escolaridad se debe a algunas razones, por ejemplo, los jóvenes a temprana edad abandonan sus estudios en busca de oportunidades laborales. Otro factor muy importante es que cinco de los seis centros educativos de la parroquia ofertan hasta séptimo año de educación básica, otro dato importante que mencionar es que únicamente en Zuleta existe un centro educativo para atender a los chicos hasta culminar el bachillerato.

Debido a lo mencionado anteriormente muchos de los pobladores prefieren enviar a sus hijos a estudiar a escuelas y colegios de Ibarra.

El analfabetismo en la parroquia es del 28,79%, la cual es cuatro veces al total nacional; evidenciando el problema educativo de la parroquia. (GAD Parroquial Angochagua, 2014)

4.4.4. Político- Legal

Constitución De La República Del Ecuador

En la constitución se habla sobre el “buen vivir” y para que este se cumpla los ecuatorianos deben gozar plenamente de sus derechos y deberes, además del respeto a la diversidad, interculturalidad y la naturaleza.

En el artículo 276 de la constitución se explica los objetivos del régimen de desarrollo entre los cuales está mejorar la calidad de vida sin infringir en la constitución, desarrollar un sistema económico que permita generar trabajo digno, fomentar una participación diversa y equitativa.

El artículo además se refiere a la preservación de la naturaleza, en la cual se garantice el acceso al agua de forma equitativa en conjunto con el aire y el suelo.

Finalmente el objetivo número siete es acerca de la protección de diversidad cultural y la preservación del patrimonio cultural. (Asamblea Nacional Ecuador, 2008)

4.4.5. Tecnológico

En lo que se refiere al servicio de telecomunicaciones es bastante limitado, debido a que el acceso a telefonías apenas corresponde al 21,66% de los habitantes que cuentan con telefonía fija.

Sin embargo, el acceso a la red celular los pobladores consideran que es más conveniente, ya que se estima que en cada familia al menos un integrante cuenta con teléfono móvil.

En referencia a internet, el cual se ha convertido en la actualidad en servicio básico, es restringido para algunas comunidades por lo cual el Ministerio de Telecomunicaciones

(MINTEL) ha lanzado el proyecto de Infocentros dentro algunas parroquia del país, con el fin de mejorar el servicio y acceso al internet.

En lo que se refiere a potencia instalada y tipo de generación de energía es totalmente restringida a nivel parroquial. Es decir, no cuentan con generación de energías hidráulica, geotérmica, eólica, termoeléctrica y fotovoltaica o solar. (MINTEL)

4.4.5. Ambiental

El Ministerio del Ambiente reconoce dentro de la parroquia de Angochagua 4 zonas viables para una restauración activa para neutralizar procesos erosivos, 4 zonas de restauración pasiva y 14 áreas dirigidas a la protección enfocadas a recursos hídricos.

Un dato importante, es que se recibió apoyo por parte de “Proyecto Páramo” de la mano del Gobierno Provincial de Imbabura y de Ecociencia, esto se realizó a parte del año 2005 hasta el año 2011, en donde se implementó sembradíos forestales con el objetivo de conservar el ambiente. Se llegó a reforestar 129,5 ha de especies nativas, lo cual representa alrededor del 0,85% de la superficie total de la parroquia de Angochagua. (GAD Parroquial Angochagua, 2014)

4.5. Micro entorno

4.5.1. Dirección

- Dirección de Turismo de Ibarra

- GAD parroquial rural de Angochagua

4.5.2 Personal

- 6 comunidades
- Artesanos

4.5.3. Competencia directa

- Directas

Turismo Comunitario, Montañismo, Turismo Gastronómico

4.5.4. Otros tipos de servicios

- Ultra Trails

4.5.5. Finanzas

Tours

- Ruta de los bordados \$ 23 por Pax.
- Ruta Rincones por descubrir \$ 87 por Pax.
- Ruta Sabores Ancestrales \$12 por Pax

4.5.6. Producción

- Proceso de bordados

- Proceso de elaboración de artesanías
- Proceso de elaboración de alimentos

4.6. Matriz FODA

Factores internos

FORTALEZAS

- *Gran potencial turístico, natural y cultural.
- *Red vial de primer orden.
- *Dispone de planta turística.
- *Lugar estratégico para realizar turismo vivencial

DEBILIDADES

Poca asignación de recursos económicos al turismo por parte de los jefes de las comunidades. Escasez de profesionales en el campo turístico. Deficiente promoción turística. Locales de restauración solo abre fines de semana

Factores externos

OPORTUNIDADES

- *Incremento de visitantes por las ferias que se realiza.
- *Apoyo económico por parte del gobierno provincial de Imbabura a los emprendimientos.
- *Empresas turísticas interesadas en invertir en nuevos mercados.
- *Oferta de cursos de capacitación para el personal y prestadores de servicios turísticos.

AMENAZAS

Inestabilidad política y económica del país. Desastres naturales

Figura 45. Matriz FODA

4.7. Definición De Estrategias De Marketing

Dentro del siguiente plan de Marketing, lo que se busca es:

- Posicionamiento con identidad propia, en donde se integren todas las comunidades que estén dispuestas a trabajar en el proyecto de turismo vivencial.
- Reestructuración de los productos para ofertar servicios de calidad con eficiencia en la gestión turística.
- Construir un mensaje que capte la atención de las personas por medio de la oferta de un producto diferente.
- Reforzar la promoción basada en la segmentación de productos y mercado para la dirección de un objetivo mediante el uso de las TICS.
- Promover los atractivos de cada una de las comunidades por medio de la implementación de un circuito turístico.

4.8. Marketing MIX

4.8.1. Políticas de producto

El producto según (Kotler, 2019) es “un conjunto de atributos tangibles e intangibles que el consumidor cree que posee un determinado bien para satisfacer sus necesidades” válidos para productos tangibles e intangibles

RUTA: Vive Angochagua

Itinerario

Tabla 10

Itinerario primer día

Hora	Actividad
07:00	Concentración de turistas en el parque Pedro Moncayo en Ibarra
07:45	Transfer a la comunidad de la Rinconada
08:15	Desayuno en Malta Wasi
08:45	Guianza, fotografías y participación en la elaboración de objetos a base de barro o arcilla en el Museo de Malta Wasi Art.
09:45	Información de las técnicas tradicionales que son utilizadas para la elaboración de la bebida más representativa de la parroquia, la tradicional “chicha de jora”.
10:30	Box Lunch
11:00	Salida a la comunidad de Angochagua
11:15	Fotografías y observación de la plaza Central de Angochagua, iglesia, etc
11:30	Senderismo hacia el Mirador Muchanajo Rumi apreciación de la vista panorámica de la parroquia
13:00	Almuerzo tradicional en el Restaurante “La Casa del borrego”
14:00	Observación y participación de rituales de purificación o de ser el caso del tradicional Ñawi mayllay (lavado de pies y manos), que únicamente se lo realiza en matrimonios
15:00	Actividad Libre
15:30	Salida a la comunidad de la Magdalena (Pondo Wasi)
15:45	Participación en la elaboración de pan en horno de leña
16:45	Convivencia comunitaria con los habitantes de la comunidad de la Magdalena
18:30	Merienda en el restaurante del establecimiento
20:00	Descanso en las cabañas comunitarias de “Pondo Wasi”

Día 2

Tabla 11

Itinerario día 2

Hora	Actividad
06:00	Salida a la comunidad de Zuleta
06:15	Participación en el ordeño de ganado vacuno en “Casa Bella Zuleta”
07:30	Desayuno en el Restaurante Casa Bella
08:30	Visita a la casa de Bordados, explicación sobre los procesos de elaboración, materiales utilizados, etc.

CONTINUA 

09:30	Visita a la Hacienda Zuleta, donde el visitante puede escoger realizar distintas actividades como: excursiones, paseo a caballo, paseo en bicicleta y apreciar las diferentes rutas de la de la flora y fauna nativa de la localidad
11:00	Box lunch
11:30	Actividad Libre a escoger (Clases de cocina o bordado)
13:00	Almuerzo tradicional en la hacienda en el lugar de su elección ya sea en el restaurante del establecimiento o al aire libre
14:00	Recorrido por el Sendero de Cuscungo que conecta la comunidad de Chilco y Cochás, en donde el visitante puede escoger realizar diferentes actividades tales como: fotografías del bosque de alisos, bosque de pinos y hongos comestibles, capacitaciones de agua, observación de aves, lagunas estacionarias y el Mirador del Cerro San Francisco.
18:30	Convivencia comunitaria y despedida con los habitantes de la comunidad de Cochás
19:30	Retorno de turistas a la ciudad de Ibarra

4.8.2 Distribución

En esta variable se trata de analizar los canales por los cuales va a atravesar el producto que se va a ofertar en la parroquia de Angochagua.

- Publicidad a través de un centro de información al turista
- Redes sociales
- Diseño de una página web
- Marketing directo

4.8.3. Promoción

Es el proceso de comunicación entre el cliente y el producto o servicio, es lo que las promociones intentan decir. Objetivo del cliente sobre el producto, y es la manera de que el cliente esté al tanto del producto. La promoción incluye todo lo relacionado en lo que tiene que ver en la materia de mercadotecnia: publicidad, ventas, promociones de ventas, relaciones públicas, etc.

- Publicidad en diferentes redes sociales y página oficial
- Precios razonables y ajustados a la demanda
- Promociones
- Impactar a los usuarios que puedan estar interesados en la ruta a través de la publicidad programática y manejo de redes sociales.

Tabla 12*Promoción de la ruta de turismo vivencial en la parroquia de Angochagua*

Mes	Medio	Formato	Tema	Persona	Bayer/ Stage	Responsable
07/01	Página Web	Información	Servicios que ofrece la ruta	Cliente en búsqueda	Consideración	Diana Toapanta
08/01	Facebook	Foto-Video	Atractivos turísticos	Cliente nuevo	Descubrimiento	Vanessa Robles
09/01	Facebook	Video	Atractivos turísticos	Cliente en Búsqueda	Consideración	Vanessa Robles
10/01	Página Web	Experiencia Instantánea	Post acerca de la ruta	Cliente nuevo	Decisión	Diana Toapanta
11/01	Instagram	Creación	Servicios que ofrecemos.	Cliente en Búsqueda	Descubrimiento	Vanessa Robles

CONTINÚA 

12/01	Instagram	Promociones	Post de oferta de promociones.	Cliente nuevo	Decisión	Vanessa Robles
13/01	Facebook	Contacto	Sugerencia de nuestros servicios.	Cliente en Búsqueda	Descubrimiento	Vanessa Robles
13/01	Instagram	Foto-Video	Crear hashtags #angochagua #turismovivencial con fotos y videos de promoción	Cliente nuevo	Decisión	Diana Toapanta
14/12	Facebook	Contactos	Conseguir más like en nuestra página	Cliente nuevo	Descubrimiento	Vanessa Robles
14/01	Página web	Información	Revisión de contenido	Cliente en búsqueda	Decisión	Diana Toapanta
15/01	Instagram	Foto	#Angochagua fotos	Cliente nuevo	Decisión	Vanessa Robles

CONTINÚA



15/01	Facebook	Contacto	Promoción	Cliente nuevo	Descubrimiento	Vanessa Robles
16/01	Página Web	Creación	Promociones por temporada	Cliente en Búsque da	Descubrimiento	Diana Toapanta
16/01	Facebook	Contacto	Post de oferta de promociones por temporada	Cliente en Búsque da	Seguimiento	Vanessa Robles
17/01	Página Web	Creación	Promociones por carnaval	Cliente en Búsque da	Descubrimiento	Diana Toapanta
17/01	Facebook	Contacto	Post de oferta de promociones fin de año.	Cliente en Búsque da	Seguimiento	Vanessa Robles

Tabla 13*Actividades clave***Aliados Clave**

	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
Comunidades aledañas	Elaboración de una ruta de 2 días Establecer atractivos turísticos a visitar	Desarrollar un plan de marketing enfocado a la actividad de turismo vivencial como potencializado económico para la parroquia de Angochagua	Asistencia personal Atención personalizada	Personas entre los 26 y 36 años de edad

4.9. Marketing directo

Este tipo de marketing ofrece de forma personal productos y servicios a los clientes, formando una base de datos y creando un vínculo que posteriormente se conviertan en fidelidad mediante el feed back.

Ferias: Se participará en las principales ferias de turismo de todo el país donde se pueda ofertar y promocionar a la parroquia de Angochagua y el turismo vivencial.

Talleres: Se tendrá participación donde los turistas puedan aprender e interactuar con la crianza de animales, participación en la realización de bordados, elaboración de alimentos, elaboración de piezas elaboradas a base de arcilla, entre otros de esta manera generar fidelización.

Redes sociales

Las redes sociales hoy en día se han convertido es una fuente de comunicación indispensable para las empresas considerando que las PYMES se encuentran dentro de la clasificación. Las redes sociales tales como: Facebook, Instagram, YouTube, incluso una página Web genera interacción las 24 horas con los futuros clientes.

Esta técnica de llegar el cliente a través de redes sociales genera participación directa de la empresa con el cliente, tan solo con un, Me Gusta en cualquier archivo o imagen publicado existe ya una interacción.

Facebook: La elección de la creación de esta red social está enfocada a llegar a un mayor número de personas, la cual permite publicar información de las actividades que ofrece la empresa, imágenes, incluso videos, permitiendo al cliente opinar y expresar su curiosidad

Por último, la creación de la página web en WEBNODE, la cual permite fiabilidad de la existencia de la empresa, producto, precio, ubicación e incluso comunicación con el cliente por medio de mensajes directos.

Capítulo V. Conclusiones Y Recomendaciones

Conclusiones

La parroquia de Angochagua cuenta con recursos naturales y culturales que pueden ser aprovechados para mejorar la calidad de vida de su población

De acuerdo a la investigación realizada la gastronomía tradicional aporta de manera significativa al desarrollo local puesto que con la difusión y comercialización de la ruta gastronómica mejorará la calidad de vida de familias que pertenecen a este proyecto.

En cuanto a la identificación de los platos tradicionales se ha concluido que la mayor parte de estos aún conservan sus características propias, puesto que son elaborados con técnicas ancestrales, un claro ejemplo es el uchujacu.

La comunidad de la Rinconada presenta una situación gastronómica particular puesto que su plato más representativo es la trucha, aunque este no pertenece a su gastronomía tradicional se

ha convertido en un símbolo, ya que muchas familias se benefician generando ingresos y mejorando de esta manera su situación económica.

Recomendaciones

El GAD de Angochagua debe apoyar de diversas formas a los nuevos emprendimientos, como por ejemplo mediante la reapertura del centro de información turístico, el cual ayudaría con información a los visitantes de cómo llegar a los sitios turísticos, sus horarios y recomendaciones de la planta turística que posee la parroquia.

Promocionar la ruta “Vive Angochagua” como base de desarrollo turístico de la parroquia Angochagua a través de las redes sociales más utilizadas como lo son: Facebook, Instagram y Twitter con el fin de dar a conocer su patrimonio natural, cultural y gastronómico.

Articular las comunidades con la participación permanente de los cabildos con el fin de tomar decisiones que contribuyan al desarrollo permanente de la parroquia.

Existen platos que no son comercializados a gran escala como lo es la "pachamanca" cuyo potencial turístico debe ser tomado en cuenta para mejorar la difusión del destino con un producto ancestral de valor comunitario.

Organizar de forma continua el servicio de alimentación y mantenerlo a disposición del turista mediante itinerarios, puesto que, sí un turista desea visitar la parroquia entre semana este no encontrará un local de gastronomía tradicional, por ende, viaja a parroquias aledañas.

Anexos

Bibliografía

La Hora. (17 de Junio de 2017). Fortalecen emprendimientos en Ibarra. *La Hora*.

Aguilar, J. (Septiembre de 2010). Casamientos tradicionales. *El zuleteño*.

Alburquerque, F. (2004). *El Enfoque del Desarrollo Económico Local*. (O. I. Trabajo, Ed.)

Recuperado el 20 de Junio de 2019, de Serie: Desarrollo Económico:
https://flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251776298.area_enfoque_del_0.pdf

Almeida, E. (2000). *Culturas prehispánicas del Ecuador*. Quito, Pichincha , Ecuador: Viajes Chasquiñan.

Álvarez, P. (23 de Julio de 2014). *Sistema Lacustre de la Provincia*. Recuperado el 11 de
Noviembre de 2019, de
<https://visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=31175>

Angochagua, G. P. (8 de Marzo de 2017). <http://www.angochagua.gob.ec>. Obtenido de
<http://www.angochagua.gob.ec>:
<http://www.angochagua.gob.ec/index.php?forma=noticia.php&bandera=1&fun=29>

Angochagua, I. d. (Junio de 2015). <http://app.sni.gob.ec>. Obtenido de <http://app.sni.gob.ec>:
<http://www.angochagua.gob.ec/index.php?forma=noticia.php&fun=38>

Angochagua, P. d. (2019). *ARCGIS* . Obtenido de ARCGIS :
<https://www.arcgis.com/apps/MapJournal/index.html?appid=fad2ce01c7b24fa2acfae1ee74502b03>

Anrubjc. (2017). *Anrubjc (Contigo aprendemos creciendo)*. Obtenido de Anrubjc (Contigo aprendemos creciendo): <http://anrubjc.com/cubilche-imbabura/>

Asamblea Nacional Ecuador. (Diciembre de 2008). *Constitución del Ecuador*. Recuperado el 30 de Diciembre de 2019, de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>

Ascanio, A. (Abril de 2009). Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 321-325.

Benitez, J. (17 de Diciembre de 2018). Hacienda La Magdalena es un refugio cultural. *Diario El Norte*.

Boada, J. (2014). Investigación de la cultura gastronómica de la comunidad de Zuleta. En J. Boada, *Investigación de la cultura gastronómica de la comunidad de Zuleta* (págs. 15-16). Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.

Boisier, S. (Agosto de 2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *REVISTA DE LACEPAL* , V(86). Recuperado el 10 de 06 de 2019, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11068/1/086047062_es.pdf

Bravo, M. (28 de Abril de 2017). Angochagua celebrará 156 años de parroquialización. *Diario El Norte*.

- Bray, T., & Echeverría, J. (2016). Las tolas perdidas de Caranqui. *Antropología Cuadernos de Investigación*, 131-152.
- Brillat-Savarin, J. (1800). Definición de gastronomía.
- Cana, N. (2006). Técnicas de muestreo. Sesgos. *Revista SEDEN*, 121-132.
- Carchi, P. T. (Septiembre de 2018). *Platos típicos del Carchi*. Obtenido de Platos típicos del Carchi: <https://sites.google.com/site/platostipicosdelcarchi/home/cuy-asado>
- Casalis, A. (2011). Desarrollo local y territorial. Aportes metodológicos y teóricos para las políticas públicas. *Revista de Ciencias Sociales*, 159-175.
- CEPAL. (2018). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. (ONU, Editor) Recuperado el 10 de Junio de 2019, de Desarrollo Territorial: <https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-territorial>
- Chipe, R., & Solís, M. (2018). Análisis Gastronómico de la “Pachamanca” elaborada en la Parroquia Rural San Antonio, Cantón Ibarra, Provincia De Imbabura. En R. Chipe, & M. Solís, *Análisis Gastronómico de la “Pachamanca” elaborada en la Parroquia Rural San Antonio, Cantón Ibarra, Provincia De Imbabura*. (págs. 15-18). Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Clemente, J., Merino, B., Valencia, S., Rabadán, M., & Martínez, C. (2008). Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación del mercado. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 189-199.

- Coello, M. E. (Marzo de 2010). <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>:
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1671/1/tur5.pdf>
- Comercio, E. (23 de Junio de 2018). *El Inti Raymi se celebra en el parque arqueológico Rumipamba*.
- CONAIE. (s.f.). *Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador*. Obtenido de Karankis: <https://conaie.org/2014/07/19/karankis/>
- Cordova, A. (14 de Abril de 2013). *Grupos étnicos del Ecuador*. Recuperado el 21 de Agosto de 2019, de <http://gruposetnicosdeecuador.blogspot.com/2013/04/pueblo-karanki.html>
- Curiel, E. (2015). Turismo Gastronómico y enológico. En Turismo Gastronómico y enológico . En E. Curiel, *Turismo Gastronómico y enológico*. En *Turismo Gastronómico y enológico* (págs. 30-38). Madrid: Dykinson.
- ECURED. (2017). *Enciclopedia cubana*. Recuperado el 20 de Junio de 2019, de https://www.ecured.cu/Desarrollo_local
- El Comercio. (2 de Enero de 2018). Las cimas de los volcanes Imbabura y Cotacachi lucieron con nieve. *El Comercio*.
- El Diario . (4 de Abril de 2019). Homenaje a la actividad alfarera. *El Diario* .
- El Norte. (27 de Marzo de 2014). Artesanos de la Esperanza y Angochagua participan en convocatoria de la Unesco. *Diario El Norte*.

El Norte. (12 de Noviembre de 2019). Las alpacas generan valioso progreso. *Diario El Norte*.

El Telégrafo. (18 de Abril de 2018). Los tradicionales bordados de Zuleta tienen más de 60 años de antigüedad. *El Telégrafo*.

El Universo. (31 de Diciembre de 2002). Entre la sangre y el oro. *El Universo*.

Espinosa, A. (Escritor), & TV, C. (Dirección). (2015). *Bordados de Zuleta* [Película]. Ecuador: Café TV.

Expectativa. (14 de Agosto de 2018). Angochagua, potencial turístico de Imbabura. *Diario Expectativa*.

Expectativa. (3 de Noviembre de 2019). *Expectativa, la clave de la información*. Obtenido de Expectativa, la clave de la información: <http://www.expectativa.ec/comuna-zuleta-recibe-a-los-turistas-con-una-feria-artesanal-y-gastronomica/>

GAD Angochagua. (13 de Febrero de 2017). *Proyecto de Desarrollo Cultural*. Obtenido de <http://www.angochagua.gob.ec/index.php?forma=noticia.php&tab=6&fun=39>

GAD Angochagua. (13 de Febrero de 2017). *Proyecto Dinamización Turística Angochagua*. Obtenido de <http://www.angochagua.gob.ec/index.php?forma=noticia.php&tab=6&fun=38>

GAD de Angochagua. (Junio de 2015). Recuperado el 20 de Julio de 2019, de <https://GADAngochagua/photos/pcb.767187113761795/767168683763638/?type=3&theater>

GAD Parroquial Angochagua. (2014). *PDOT Angochagua*. Recuperado el 28 de Julio de 2019, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060014560001_PDyOT%20%20GAD%20Parroquial%20Angochagua%202015_26-10-2015_11-33-33.pdf

Ger, J., & Arias, Y. (2016). Gastronomía de la provincia de Imbabura como patrimonio cultural inmaterial del Ecuador, parroquia La Dolorosa del Priorato cantón Ibarra. En J. Ger, & Y. Arias, *Gastronomía de la provincia de Imbabura como patrimonio cultural inmaterial del Ecuador, parroquia La Dolorosa del Priorato cantón Ibarra*. (págs. 27-29). Ibarra, Imbabura, Ecuador: Universidad Técnica del Norte.

Hacienda Patrimonial la Magdalena. (s.f.). Hacienda la Magdalena. Ibarra, Imbabura, Ecuador.

Hacienda Zuleta. (s.f.). *zuleta historia*. Recuperado el 15 de Octubre de 2019, de <https://zuleta.com/wp-content/uploads/2018/02/History.pdf>

Hora, L. (25 de abril de 2012). *La Magdalena será declarada Patrimonio Cultural en julio*.

Hora, L. (15 de Agosto de 2015). Tradición y sabor que permanece. *Tradición y sabor que permanece*.

Hora, L. (7 de Marzo de 2018). *Los yachak preservan los rituales antiguos en Angochagua*.

HOY. (21 de Noviembre de 2016). *HOY en Imbabura*. Obtenido de HOY en Imbabura: <https://hoyenimbabura.com/2016/11/21/zuleta-un-rincon-magico-para-recargar-energias/>

Imbabura. (2019). *Sistema Lacustre de la provincia Imbabura*. Obtenido de Sistema Lacustre de la provincia Imbabura: <https://sistemalacustre.wixsite.com/lake-system-imbabura/contacto>

INEC. (s.f.). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 30 de diciembre de 2019, de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Imbabura/Fasciculo_Ibarra.pdf)

[inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Imbabura/Fasciculo_Ibarra.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Imbabura/Fasciculo_Ibarra.pdf)

Instituto Geofísico . (s.f.). *Instituto Geofísico* . Obtenido de Escuela Politécnica Nacional: <https://www.igepn.edu.ec/imbabura>

Jaramillo, M. (2012). *Texto Guía de Cocina ecuatoriana*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad de Cuenca.

Jijón, I. (2014). Estudio gastronómico de la provincia de Imbabura, recolección de recetas tradicionales y rutas tradicionales. En I. Jijón, *Estudio gastronómico de la provincia de Imbabura, recolección de recetas tradicionales y rutas tradicionales* (págs. 13-14). Quito, Pichincha, Ecuador: UIDE.

La Hora . (3 de Noviembre de 2019). El Día de los Difuntos en dos cementerios con costumbres diferentes. *La Hora* .

La Hora. (24 de Mayo de 2014). Angochagua vive sus fiestas de parroquialización. *Secciones*.

La Hora. (24 de Marzo de 2016). "Bordando sueños" un proyecto para los artesanos. *Diario La Hora*.

La Hora. (27 de Agosto de 2017). El turismo, un eje que se fortalece en Angochagua.

La Hora. (24 de Junio de 2017). Imbabura cuenta con una ruta turística dedicada al cordero asado. *Diario La Hora*.

La Hora. (30 de Abril de 2018). 157 Años de Parroquialización. *157 Años de Parroquialización*.

Ibarra, Imbabura, Ecuador: La Hora.

La Hora. (23 de Agosto de 2019). Las manifestaciones del maíz ya son patrimonio. Sangolquí,

Pichincha, Ecuador.

Latour, B. (2008). *Reensamblar lo socia*. Buenos Aires: Manantial .

Law, J. (2009). Actor Network Theory and Material Semiotics. En J. Law, & B. Turner (Ed.),

Actor Network Theory and Material Semiotics (págs. 141-158). Londres, Reino Unido :

Wiley-Blackwell Publishing Ltd.

López, A. (24 de Diciembre de 2012). ¿Por qué se llama ‘Misa del Gallo’ a la misa celebrada en

Nochebuena? *20 Minutos*.

López, T., & Sánchez, S. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre

el turismo culinario. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 575-584.

Mascarenhas, R., & Gândara, J. (2010). La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios y*

Perspectivas en Turismo, 776 – 791 .

Medina, J., & Delgado, M. (1999). Metodología de entrenamiento de observadores para

Investigaciones sobre E.F. y deporte en las que se utilice como método la observación.

European Journal of Human Movement, 5, 69-86.

Medina, R. (19 de Junio de 2019). La bebida sagrada de los kichwas es ofrecida en el norte de la

ciudad. *Diario Expreso*.

Meléndez, J., & Cañez, G. (2015). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 17, 181-204.

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (s.f.). *www.culturaypatrimonio.gob.ec*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2019, de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/22406-2/>

MINTEL. (s.f.). *Infocentros*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2019, de <https://infocentros.mintel.gob.ec/preguntas-frecuentes/>

Mora, V. (11 de abril de 2013). *Nacionalidades y Grupos Étnicos del Ecuador*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2019, de Nacionalidades y Grupos Étnicos del Ecuador: <http://vicentemorapablomontalvo.blogspot.com/2013/04/grupo-etnico-caranquis.html>

Morales, J. (3 de Julio de 2016). La fiesta del solsticio es una algarabía en la parroquia Angochagua. *El Telégrafo*.

Morales, J. C. (14 de Agosto de 2014). Laguna del Cubilche. *El Telégrafo*.

Morales, J. C. (12 de Enero de 2017). Angochagua, historias mínimas. *El Telégrafo*.

Morales, J. C. (3 de Mayo de 2018). Angochagua, el Ecuador profundo. *El Telégrafo*.

Morales, S. (2014). Los emsabladores y el entramado turístico: un aporte desde la investigación cualitativa. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 8-18.

Morales, S. (2015). Teoría del Actor-Red y turismo. Dos casos de estudio en Perú y Argentina. Actor-Network Theory and Tourism. Two Case Studies in Peru and Argentina. *Teoría del*

Actor-Red y turismo. Dos casos de estudio en Perú y Argentina. Actor-Network Theory and Tourism. Two Case Studies in Peru and Argentina. Buenos Aires: Conference: 1er Congreso Latinoamericano de Teoría Social. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/285236930_Teoria_del_Actor-Red_y_turismo_Dos_casos_de_estudio_en_Peru_y_Argentina_Actor-Network_Theory_and_Tourism_Two_Case_Studies_in_Peru_and_Argentina/citation/download

Morales, S., & Coppin, L. (17 de Junio de 2015). ¿La cocina como agente de cambio social? Perú y su boom gastronómico. *Congreso de Investigación Turística Aplicada 2015*. Toluca: Andar&Ego consultores.

Morán, M. (21 de Junio de 2018). *Enfoque*. Obtenido de Enfoque: <https://www.enfoque.global/pondo-wasi-oferta-turismo-vivencial/>

Moreno, S. (2018). *Nueva Historia de Ecuador*. (E. Ayala, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: Corporación Editora Nacional.

Navarrete, G. (24 de Mayo de 2019). Conozca la nueva oferta turística para este feriado en Imbabura. *Diario El Norte*.

Neves, C., & Maciel, L. (2011). Propuestas para la enseñanza de la metodología científica en turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, XX, 1295 – 1306.

Norte, E. (2018). Angeleñas, nueva bebida en Espejo, Carchi. *Diario El Norte*, 1-2.

Organización Mundial de Turismo. (2018). Definición desarrollo local. *Desarrollo local*.

Pabón, I. (2 de Noviembre de 2012). El champús. *Diario El Norte*.

Pino, Á., & Soler, N. (2013). Comida Bastarda: Gastronomía, tradición e identidad en América Latina. En Gastronomía, tradición e identidad en América Latina. En Á. Pino, & N. Soler, *Comida Bastarda: Gastronomía, tradición e identidad en América Latina. En Gastronomía, tradición e identidad en América Latina* (págs. 20-25). Santiago, Chile: Cuarto Propio.

Raymi, G. (2019). *Go Raymi*. Obtenido de Go Raymi: <https://www.goraymi.com/es-ec/ayora/uchujacu-azq6yn0mc>

Reyes Uribe, A. C., Guerra Avalos, E. A., & Quintero Villa, J. M. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *El periplo sustentable*(32).

Ricoy, C. (enero de 2015). La teoría del crecimiento económico de Adam Smith. *Economía y Desarrollo*, 138(1), 11-47.

Robles, V. (30 de Noviembre de 2019). Exposición de artesanías. Ibarra, Imbabura, Ecuador.

Robles, V., & Toapanta, D. (20 de Noviembre de 2019). Angochagua. *Angochagua*. Ibarra, Imbabura, Ecuador.

Robles, V., & Toapanta, D. (8 de Enero de 2020). Quito, Pichincha, Ecuador.

Rosales, J. L. (22 de Agosto de 2017). La ruta del cordero asado, nuevo imán turístico. *Diario El Comercio*.

Rosales, J. L. (7 de Abril de 2018). Casonas se incorporan al turismo en Ibarra. *El Comercio*.

Rosales, J. L. (26 de Noviembre de 2019). Alpacas que merecen premios. *Diario Últimas Noticias*.

Rosales, J. I. (30 de Marzo de 2019). Un complejo que gira en torno a la arcilla. *El Comercio*.

Rosales, J. L. (30 de Marzo de 2019). Un complejo que gira en torno a la arcilla. *El Comercio*.

Sanchez, L. (15 de Enero de 2019). *Catelina*. Recuperado el 26 de Agosto de 2019, de Historia: <https://catelina.com.ec/navidad-y-fin-de-ano-en-zuleta/>

Secretaría del Turismo. (2019). *DATATUR*. Recuperado el 15 de Junio de 2019, de Secretaría del Turismo: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Sousa, V., Driessnack, M., & Mendes, I. (Junio de 2017). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: diseños de investigación cuantitativa. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 15(3).

Telégrafo, E. (3 de Julio de 2016).

Telégrafo, E. (2016). El bordado a mano es una tradición que se mantiene en la Esperanza. *El telégrafo*.

Telégrafo, E. (3 de Mayo de 2018). *Angochagua, el Ecuador profundo*.

Territorial, P. d. (2015). *Imbabura.gob.ec*. Obtenido de Imbabura.gob.ec: <http://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Parroquial/PDOT%20ANGOCHAGUA.pdf>

Tiempo, E. (2018). Chicha de jora, esencial para la cultura andina . *El tiempo (Diario de Cuenca)*.

Ulcuango, M. C. (2013). Rituales Funerarios en la comunidad de Zuleta. En M. C. Ulcuango, *Rituales Funerarios en la comunidad de Zuleta* (págs. 59-61). Quito, Pichincha, Ecuador: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Universo, E. (2 de abril de 2017). *Amor del taita Imbabura y mama Cotacachi*.

Van Der, D. (2015). Tourismscapes: an actor-network perspective on sustainable tourism development. En D. Van Der, *Tourismscapes: an actor-network perspective on sustainable tourism development* (pág. 126). Holanda: Wageningen University.

Zuleta, H. (2019). *Hacienda Zuleta*. Obtenido de Hacienda Zuleta: <https://zuleta.com/es/galeria/>