



La gastronomía ancestral de la parroquia Tabacundo para el fortalecimiento de la identidad cultural y el desarrollo turístico.

Sánchez Acevedo, Leslie Sofía

Departamento de Ciencias Económicas,
Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Administración
Turística y Hotelera

Trabajo de Titulación, Previo a la Obtención del Título de Licenciada
En Administración Turística Y Hotelera

Msc. Jácome Simbaña, Marco Fernando

02 de Septiembre de 2020



Urkund Analysis Result

Analysed Document: La gastronomía ancestral de la parroquia Tabacundo para el fortalecimiento de la identidad cultural y el desarrollo turístico.

aprobado.pdf (D77788250) Submitted: 8/14/2020 8:02PM
Submitted By: lssanchez1@espe.edu.ec
Significance: 8%

Sources included in the report:

Trabajo de titulación completa
<https://slideplayer.es/slide/13611286/Di>
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11655/1/T-ESPE-053080.pdf>
<https://docplayer.es/amp/131627370-Universidad-del-azua-y-es-cuela-de-turismo.html>
<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/01/nota/7543105/economia-ecuador-crece...>

Firma:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Marco Fernando Jácome Simbaña', written over a dotted line.

Msc. Jácome Simbaña, Marco Fernando

CI. 1716239840

DIRECTOR



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

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

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "**La gastronomía ancestral de la Parroquia Tabacundo para el fortalecimiento de la identidad cultural y el desarrollo turístico**" fue realizado por la señorita **Sánchez Acevedo Leslie Sofía** el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 14 de septiembre de 2020

Firma:

Msc. Jácome Simbaña Marco Fernando

C.C. 1716259890



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO

CARRERA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo, **Sánchez Acevedo, Leslie Sofía**, con cédula de ciudadanía n°175085411-7, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“La gastronomía ancestral de la Parroquia Tabacundo para el fortalecimiento de la identidad cultural y el desarrollo turístico”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 14 de septiembre de 2020

Firma:


.....

Sánchez Acevedo, Leslie Sofía

C.C.: 175085411-7



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

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

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo **Sánchez Acevedo, Leslie Sofia**, con cédula de ciudadanía n°175085411-7, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **“La gastronomía ancestral de la Parroquia Tabacundo para el fortalecimiento de la identidad cultural y el desarrollo turístico”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 14 de septiembre de 2020

Firma

Sánchez Acevedo, Leslie Sofia

C.C.: 175085411-7

Dedicatoria

“Toda persona deja una enseñanza, toda enseñanza deja una experiencia, y toda experiencia deja una huella”

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mi madre **Sandra Sánchez**, quién es el motor de mi vida, el apoyo sincero y constante para seguir adelante día a día, es mi ejemplo de superación, de responsabilidad, dedicación y fortaleza, mi guía en cada paso y mi solución en cada obstáculo que he presentado.

Así mismo, se lo dedico **a mi mami Elvira**, la persona más dulce y consentidora que tan solo con una palabra, mirada o abrazo siempre me anima, me respalda en todas las decisiones con una sonrisa en su cara, es mi apoyo incondicional.

A mi papi José, que aunque ya no se encuentra en el mundo terrenal, desde siempre fue mi ángel protector, y el motivo por el cual jamás me he rendido por aquella promesa, quién siempre me ha alegrado mis días hasta el día de hoy y cuyos consejos me han servido mucho.

A mi ñaña Charo que participó en gran parte de mi formación personal y académica, quién de igual manera me acompaña desde el cielo, recordándole con gran cariño y agradecimiento por su preocupación por mi bienestar.

A mis tíos Gustavo, Jenny y María Fernanda que siempre han querido conducirme por el buen camino y se han preocupado por colaborarme en lo que ha estado a su alcance; **y a mis hermanos Denisse y Johann** por ser mi compañía permanente.

Por todos ustedes mi esfuerzo, dedicación y sacrificio reflejado.

Leslie S. Sánchez A.

Agradecimiento

“Lo que hacemos por nosotros mismos muere con nosotros. Lo que hacemos por otros y el mundo, permanece y es inmortal.”

Por sobre todas las cosas agradezco **a Dios** y a la vida, por regalarme cada día una oportunidad de aprender, de conocer y de superarme, por poner calidad de personas en mi camino que me dejan cada enseñanza y experiencia; agradezco **a mi madre**, por su lucha constante por sacarme adelante a pesar de las adversidades, por su preocupación, por sostenerme cada vez que siento rendirme y por llenarme de sabiduría al saber elegir mi camino.

A mi mami Elvira, por ser más que una abuelita, por aconsejarme y abrirme su corazón siempre, por apoyarme en todo y cada cosa que quiero o se me ocurre; a mi mejor amiga, mi hermana por elección **Tefa Gordillo**, gracias por ser parte de mi vida más de diez años, porque en ti encuentro un apoyo incondicional a ojos cerrados.

A mis dos bellas amigas, **Mely Chango y Tañy Vergara** por ser mi soporte en la U, por ser el trío más genial que he tenido y por ser mis mejores recuerdos en Latacunga; a mis Ángeles de Charlie, **Kari Balcázar, Mela Dávila, Vero Herrera y Carlitos Calle**, por todos los años de amistad y experiencias, por regalarme un grupo de amigos con personalidades tan distintas y tan complementarias a la vez.

A mis amigos en general **y a mis docentes** de mi colegio, de ESPE Latacunga y Matriz que supieron impartirme más que conocimiento, valores, paciencia, y amor a la materia y que me han extendido una mano con sus consejos y sabiduría.

Un agradecimiento especial **al GAD Municipal de Pedro Moncayo** por abrirme sus puertas, especialmente al Sr. Alcalde Virgilio Andrango, a la Lic. Mery Espinosa, y al Sr. Gabriel Churuchumbi, por su colaboración en la investigación.

Agradezco mucho por su apoyo a todos y cada uno de ustedes, el esfuerzo y sacrificio es por ustedes.

Leslie S. Sánchez A.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

Resultados De La Herramienta Urkund	2
Certificado Del Director De Tesis	3
Responsabilidad De Autoría.....	4
Autorización De Publicación	5
Dedicatoria.....	6
Agradecimiento.....	7
Índice De Tablas	12
Índice De Figuras.....	14
Resumen	17
Abstract.....	18
Introducción.....	19
Importancia Del Proyecto	19
Justificación.....	19
Planteamiento Del Problema.....	20
Objeto De Estudio.....	22
Objetivo General.....	22
Objetivos Específicos	22
Capítulo I.....	23
Marco Teórico.....	23
Teorías Del Soporte.....	23
<i>Teoría del Desarrollo local</i>	23
<i>Teoría Del Desarrollo Sostenible</i>	26
<i>Modelo</i>	29

<i>Dimensiones</i>	29
Antecedentes	30
Marco Referencial.....	35
<i>Desarrollo En Base A La Planificación Turística</i>	35
<i>La Gastronomía Como Identidad</i>	36
<i>Fortalecimiento Gastronómico</i>	38
Marco Conceptual.....	40
Marco Legal.....	45
<i>Constitución de la República (2008)</i>	45
<i>Ley Orgánica de Cultura (2016)</i>	46
<i>Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales (2016)</i>	47
<i>Ley de Turismo del Ecuador (2015)</i>	47
<i>Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020</i>	50
Macro entorno	51
<i>Ecuador-Generalidades</i>	51
<i>Flora y Fauna</i>	52
<i>Demografía</i>	53
<i>Economía</i>	54
<i>Política</i>	56
<i>Turismo</i>	57
<i>Gastronomía en el Ecuador</i>	58
<i>Gastronomía Ancestral en Ecuador</i>	58
<i>Técnicas Ancestrales</i>	58
<i>Utensilios Ancestrales</i>	63
<i>Platos Ancestrales y Típicos</i>	66
Capítulo II	69

	10
Marco Metodológico	69
Enfoque de la Investigación	69
Tipología de la Investigación	69
<i>Investigación documental</i>	69
<i>Investigación Exploratoria</i>	69
<i>Investigación Descriptiva</i>	70
<i>Investigación de Campo</i>	70
Hipótesis (Del ser el caso. Estudios: empírico y teórico)	70
Procedimiento para Recolección de Datos	70
Herramientas de Recolección de Datos	71
Población y Muestra	71
Instrumentos	73
Resultados	74
<i>Resultados del formato 1. Encuesta dirigida a la comunidad</i>	74
<i>Resultados del Formato 2. Encuesta dirigida a los turistas</i>	97
<i>Resultados del Formato 3. Entrevista dirigida a Planta Turística (hoteles y restaurantes)</i> .	116
<i>Resultados del Formato 4. Entrevista dirigida a GAD Municipal Pedro Moncayo</i>	120
Capítulo III	124
Propuesta	124
Diagnóstico General de Pedro Moncayo	124
<i>Ubicación Geográfica</i>	124
<i>Demografía</i>	126
<i>Uso y Cobertura del Suelo</i>	127
<i>Historia</i>	128
<i>Gobierno</i>	128
<i>Símbolos Patrios</i>	129

<i>Himno al Cantón Pedro Moncayo</i>	129
<i>Escudo</i>	131
<i>Bandera</i>	131
Diagnostico económico.....	132
<i>Trabajo Y Empleo</i>	132
<i>Principales Actividades Económico- Productivas</i>	133
Diagnóstico ambiental	134
<i>Climatología</i>	134
Flora y fauna	135
Diagnóstico turístico	135
Planta turística	136
Oferta turística	138
Gastronomía ancestral.....	143
Plan de acción de Fortalecimiento y Rescate de la Gastronomía Ancestral.....	150
Conclusiones	183
Recomendaciones.....	185
Referencias Bibliográficas	186
Anexos.....	196

Índice De Tablas

Tabla 1. <i>Dimensiones y Variables</i>	29
Tabla 2. <i>Determinación de variables</i>	30
Tabla 3. <i>Utensilios ancestrales de cocina</i>	65
Tabla 4. <i>Listado de platos ancestrales en la Región Andina</i>	68
Tabla 5. <i>Género</i>	74
Tabla 6. <i>Edad</i>	75
Tabla 7. <i>Nivel de Instrucción</i>	76
Tabla 8. <i>Reconocimiento de la gastronomía de Tabacundo</i>	77
Tabla 9. <i>Platos propios de Tabacundo</i>	78
Tabla 10. <i>Gastronomía ancestral en Tabacundo</i>	80
Tabla 11. <i>La gastronomía como medio de difusión</i>	81
Tabla 12. <i>Recomendación de platos fuertes</i>	82
Tabla 13. <i>Recomendación de bebidas y postres</i>	83
Tabla 14. <i>Técnicas ancestrales</i>	84
Tabla 15. <i>Utensilios ancestrales</i>	85
Tabla 16. <i>Productos más utilizados</i>	86
Tabla 17. <i>Técnicas y utensilios perdidos</i>	87
Tabla 18. <i>Oferta de platos ancestrales</i>	89
Tabla 19. <i>Formas de publicitar la gastronomía</i>	90
Tabla 20. <i>Alternativa de ingreso económico</i>	92
Tabla 21. <i>Emprendimiento de negocio</i>	93
Tabla 22. <i>Beneficios</i>	94
Tabla 23. <i>Importancia del Plan</i>	96
Tabla 24. <i>Género</i>	97
Tabla 25. <i>Edad</i>	98
Tabla 26. <i>Procedencia</i>	99
Tabla 27. <i>Motivo de Visita</i>	100
Tabla 28. <i>Con quien viaja</i>	101
Tabla 29. <i>Tiempo de visita</i>	102
Tabla 30. <i>Turismo gastronómico</i>	103
Tabla 31. <i>Importancia de la gastronomía</i>	104

Tabla 32. <i>Identidad gastronómica</i>	105
Tabla 33. <i>Conocimiento de platos ancestrales</i>	106
Tabla 34. <i>Platos consumidos</i>	108
Tabla 35. <i>Interés por la gastronomía ancestral</i>	110
Tabla 36. <i>Valor de menú ancestral</i>	111
Tabla 37. <i>Restaurantes de comida ancestral</i>	113
Tabla 38. <i>Interés de conocer y degustar</i>	114
Tabla 39. <i>Forma de publicitar</i>	115
Tabla 46. <i>Técnicas que se mantienen en Tabacundo</i>	145
Tabla 47. <i>Utensilios que aún se utilizan en Tabacundo</i>	146
Tabla 48. <i>Nivel de conocimiento de la comida ancestral de Tabacundo</i>	148
Tabla 49. <i>Nivel de conocimiento de las bebidas y postres ancestrales en Tabacundo</i>	149
Tabla 54. <i>Presupuestos</i>	176

Índice De Figuras

Figura 1. <i>Árbol de Problemas</i>	21
Figura 2. <i>Modelo</i>	29
Figura 3. <i>Mapa político del Ecuador</i>	51
Figura 4. <i>Población y tasa de crecimiento según provincia</i>	53
Figura 5. <i>Analfabetismo por área y grupos de edad</i>	54
Figura 6. <i>Evolución del Producto Interno Bruto de Ecuador</i>	56
Figura 7. <i>Productos Turísticos PLANDETUR 2020</i>	57
Figura 8. <i>Asar</i>	59
Figura 9. <i>Moler</i>	60
Figura 10. <i>Tostar</i>	60
Figura 11. <i>Fermentar</i>	61
Figura 12. <i>A vapor</i>	61
Figura 13. <i>Hervir</i>	62
Figura 14. <i>Hornear</i>	62
Figura 15. <i>A la piedra</i>	63
Figura 16. <i>Ollas de Barro</i>	64
Figura 17. <i>Piedra de moler ají - Uchurumi</i>	64
Figura 18. <i>Mote casado y Chicha de jora</i>	66
Figura 19. <i>Género</i>	74
Figura 20. <i>Edad</i>	75
Figura 21. <i>Nivel de instrucción</i>	76
Figura 22. <i>Reconocimiento de la gastronomía de Tabacundo</i>	77
Figura 23. <i>Platos propios de Tabacundo</i>	79
Figura 24. <i>Gastronomía ancestral en Tabacundo</i>	80
Figura 25. <i>La gastronomía como medio de difusión</i>	81
Figura 26. <i>Recomendación de platos fuertes</i>	82
Figura 27. <i>Recomendación de bebidas y postres</i>	83
Figura 28. <i>Técnicas ancestrales</i>	84
Figura 29. <i>Utensilios ancestrales</i>	85
Figura 30. <i>Productos más utilizados</i>	86
Figura 31. <i>Técnicas y utensilios perdidos</i>	88

Figura 32. <i>Oferta de platos ancestrales</i>	89
Figura 33. <i>Formas de publicitar la gastronomía</i>	91
Figura 34. <i>Alternativa de ingreso económico</i>	92
Figura 35. <i>Emprendimiento de negocio</i>	93
Figura 36. <i>Beneficios</i>	95
Figura 37. <i>Importancia del plan</i>	96
Figura 38. <i>Género</i>	97
Figura 39. <i>Edad</i>	98
Figura 40. <i>Procedencia</i>	99
Figura 41. <i>Motivo de Visita</i>	100
Figura 42. <i>Con quien viaja</i>	101
Figura 43. <i>Tiempo de visita</i>	102
Figura 44. <i>Turismo gastronómico</i>	103
Figura 45. <i>Importancia de la gastronomía</i>	104
Figura 46. <i>Identidad gastronómica</i>	105
Figura 47. <i>Conocimiento de platos ancestrales</i>	107
Figura 48. <i>Platos consumidos</i>	109
Figura 49. <i>Interés por la gastronomía ancestral</i>	110
Figura 50. <i>Valor de menú ancestral</i>	112
Figura 51. <i>Restaurantes de comida ancestral</i>	113
Figura 52. <i>Interés de conocer y degustar</i>	114
Figura 53. <i>Forma de publicitar</i>	115
Figura 54. <i>Cuadro Comparativo del Formato 3</i>	116
Figura 55. <i>Cuadro Comparativo de Resultados del Formato 4</i>	120
Figura 56. <i>Mapa Político de la Provincia Pichincha</i>	125
Figura 57. <i>Mapa Político del Cantón Pedro Moncayo</i>	125
Figura 58. <i>Auto identificación de la población de Pedro Moncayo</i>	127
Figura 59. <i>Himno al Cantón Pedro Moncayo</i>	130
Figura 60. <i>Escudo del Cantón Pedro Moncayo</i>	131
Figura 61. <i>Bandera del Cantón Pedro Moncayo</i>	132
Figura 62. <i>Población económicamente por sectores</i>	133
Figura 63. <i>Tipos de clima</i>	134

Figura 64. <i>Restaurante Inti Raymi</i>	137
Figura 65. <i>Parador Cochasquí</i>	137
Figura 66. <i>Hostería El Rancho Manabita</i>	138
Figura 67. <i>Lagunas de Mojanda</i>	139
Figura 68. <i>Flores de Tabacundo</i>	140
Figura 69. <i>Fiestas de San Pedro</i>	142
Figura 70. <i>Patrimonio Intangible del Cantón Pedro Moncayo</i>	143
Figura 71. <i>Comida Ancestral</i>	145
Figura 72. <i>Cazuelas de Barro</i>	147
Figura 73. <i>Plan de Acción de Fortalecimiento</i>	150
Figura 74. <i>Perspectivas</i>	152
Figura 75. <i>Indicadores de Gestión</i>	155
Figura 76. <i>Proyectos</i>	161

Resumen

La presente investigación nace de la necesidad de reconocer y documentar la gastronomía ancestral, una parte del patrimonio cultural de la parroquia Tabacundo que brinda identidad a la comunidad, tales son las técnicas gastronómicas, los utensilios de cocina ancestrales, y aquellos productos autóctonos que se han empleado desde tiempos prehispánicos para elaborar platos gastronómicos con gran valor nutricional y sobre todo con gran valor de identidad cultural.

Es fundamental revalorizar la gastronomía ancestral de la parroquia y aprovechar el potencial del recurso culinario que desde hace muchos años se ha elaborado con técnicas ancestrales que en la actualidad son propensas a desaparecer, es por ello que es importante implementar la gastronomía ancestral en los productos turísticos de la zona, mediante un plan de acción que brindará nuevas estrategias para motivar al turista a visitar el lugar con el fin de degustar, conocer y aprender sobre una cultura prehispánica dando paso así al desarrollo de un recurso turístico que será fuente adicional de ingresos económicos dinamizando el potencial turístico y culinario del sector.

Además permitirá a la comunidad el posterior desarrollo turístico local mediante el fortalecimiento de sus raíces que, aplicando una correcta organización y ejecución de actividades culturales brinde una opción factible de compartir los conocimientos, técnicas y utensilios ancestrales, para continuar con el uso de los mismos, dando paso a proyectos en donde se potencialice un turismo rentable aplicando la sostenibilidad y sustentabilidad.

Palabras clave:

- **GASTRONOMÍA ANCESTRAL**
- **IDENTIDAD CULTURAL**
- **DESARROLLO TURÍSTICO**

Abstract

The present research work is born from the need to recognize and document the ancestral gastronomy, a part of the cultural heritage of the Tabacundo parish that provides identity to the community, such as the gastronomic techniques, the ancestral cooking utensils, and those native products that have been used since pre-Hispanic times to elaborate gastronomic dishes with great nutritional value and above all with great value of cultural identity.

It is fundamental to revalue the ancestral gastronomy of the Tabacundo parish and to take advantage of the potential of the culinary resource that for many years has been elaborated with ancestral techniques that at present are prone to disappear. For this reason, it is important to implement the ancestral gastronomy in the tourist products of the area, by means of an action plan that will provide new strategies to motivate the tourist to visit the place in order to taste, know and learn about a pre-Hispanic culture, thus giving way to the development of a tourist resource that will be an additional source of economic income, dynamizing the tourist and culinary potential of the sector.

The present study will allow the community the subsequent local tourist development by strengthening its roots, which, applying a correct organization and execution of cultural activities, will offer a feasible option to share knowledge, techniques and ancestral tools, to continue with their use, giving way to projects where a profitable tourism is potentialized by applying sustainability and sustainability.

Keywords:

- **ANCESTRAL GASTRONOMY**
- **CULTURAL IDENTITY**
- **TOURISTIC DEVELOPMENT**

Introducción

Importancia Del Proyecto

Es de suma importancia que se realice una investigación sobre la gastronomía ancestral y sus elementos como las técnicas, utensilios y productos que se utilizaban desde épocas ancestrales, ya que a través del tiempo la falta de difusión, enseñanza, aplicación y diversos factores de la actualidad han dado paso para que se deje de lado estos saberes ancestrales y se los reemplace por unos más actuales, además es necesario que se apliquen estrategias de recuperación y fortalecimiento de la gastronomía dentro del territorio Tabacundeño, para que no se desvaloricen estas manifestaciones que forman parte de nuestro patrimonio intangible.

Justificación

El Cantón Pedro Moncayo, cuna de una diversidad de manifestaciones culturales intangibles, específicamente en su cabecera cantonal, la parroquia Tabacundo, en donde se puede apreciar la esencia de una cultura andina viva aún en medio de la modernidad, pues las fiestas de San Pedro, sus paisajes, sus costumbres, sus danzas, juegos lúdicos, sus encantos florales y sobre todo su gastronomía, son factores que dan gran valor identitario a su territorio, pues son íconos de reconocimiento de la localidad, y lastimosamente esta última no es un elemento que se ha podido transmitir de generación en generación y por lo tanto es vulnerable de pérdida.

Es por ello, y atendiendo a un problema potencial dentro del contexto cultural, se ha planteado realizar una investigación para dar sustento mediante una planificación adecuada con proyectos y programas acorde a las necesidades y la disponibilidad de los recursos de la parroquia Tabacundo, para lograr un desarrollo turístico local basado en la sostenibilidad que

erradique la falta de motivación de la comunidad para valorizar la gastronomía ancestral como parte de la identidad cultural.

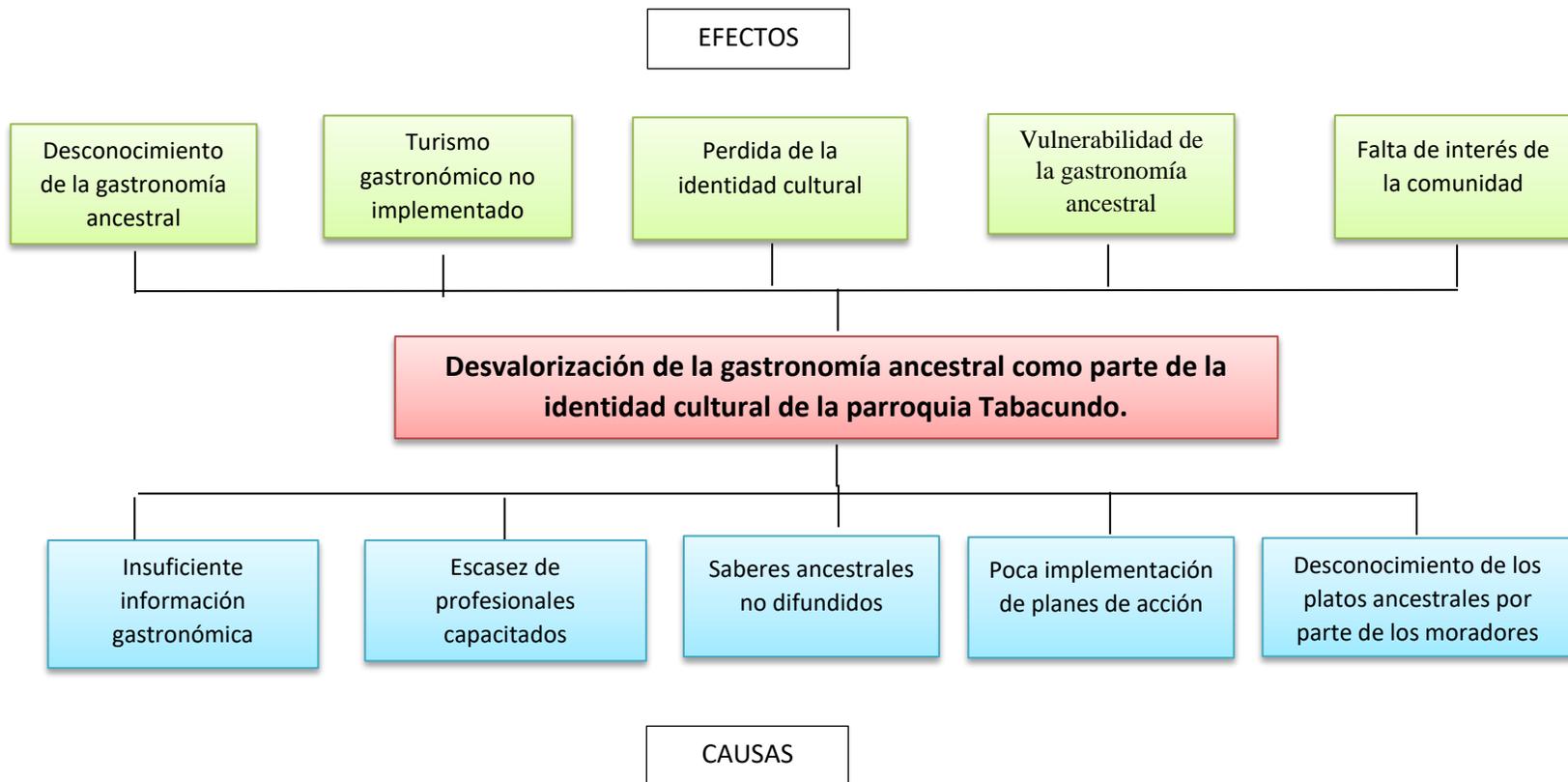
Planteamiento Del Problema

En el Cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha, se encuentra la parroquia Tabacundo, siendo la cabecera cantonal es una de las parroquias que por falta de divulgación de la información en el campo gastronómico, la identidad cultural de la comunidad se encuentra vulnerada, por lo que la falta de propuestas y actividades de iniciativa de los pobladores impide el fortalecimiento de la identidad de su raíces y el futuro desarrollo turístico.

El cantón Pedro Moncayo posee una riqueza gastronómica abundante, como lo afirma Guerrero “Tal riqueza ha sabido mantenerse y expresarse hasta hoy en más de cincuenta platos de maíz que se desconoce, y que tuvo sus orígenes en los pueblos asentados en Cochasqui” (2014, p.18), estos platos se han elaborado con ingredientes íconos de la cultura andina, así también como con técnicas ancestrales y utensilios de barro que actualmente las están desplazando por otras más actuales y merecen ser recuperados por el hecho de ser expresiones de sentimiento de identidad y orgullo ancestral.

Lo que se pretende efectuar es el fortalecimiento de la soberanía patrimonial frente a procesos globalizados y actividades económicas complementarias dentro de la parroquia, ya que el desconocimiento de la gastronomía ancestral por parte de los moradores, la carencia de planes de acción y la insuficiente información gastronómica promueve el descuido y el olvido de las raíces culinarias identitarias de la parroquia, así como también el desaprovechamiento económico del potencial turístico basado en estas expresiones.

Figura 1.

Árbol de Problemas

Objeto De Estudio

La gastronomía ancestral es el objeto de estudio de la investigación, tomando en cuenta todas las manifestaciones culturales de la misma, es decir, las técnicas, los utensilios y los productos gastronómicos considerados como ancestrales dentro del territorio de la parroquia Tabacundo, cantón Pedro Moncayo, así como también los platos que se elaboran y se consumen.

Objetivo General

Analizar la gastronomía ancestral de la parroquia Tabacundo para el fortalecimiento de la identidad cultural y el desarrollo turístico.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la gastronomía ancestral de la parroquia para determinar los puntos críticos a mejorar.
- Identificar los saberes ancestrales como elemento de la identidad cultural y gastronómica de Tabacundo.
- Proponer un plan de acción de fortalecimiento de la gastronomía ancestral para establecer programas que fomenten el desarrollo turístico de la parroquia.

Capítulo I

Marco Teórico

Teorías Del Soporte

La industria turística al ser un elemento clave del desarrollo, implica directamente a un grupo de personas o comunidades que residen en un territorio, estas comunidades, pueblos, o asentamientos son el principal actor de la actividad turística mediante la utilización adecuada de los recursos que su entorno ofrece. Por lo tanto, el turismo busca trabajar conjuntamente con la sostenibilidad de los destinos turísticos, pues, propone una alternativa de desarrollo social y económico, como actividad que despunta como la más intensa y lucrativa de todas las actividades humanas (Barrera y Bahamondes, 2012). Respondiendo a las necesidades múltiples de los turistas.

Es así, que se ha optado la teoría del desarrollo para cumplir con la gestión de recursos según la OMT (2001) en las dimensiones económica, social y ambiental, se ha considerado “la integridad cultural, los procesos ecológicos naturales, la biodiversidad y los sistemas de soporte de vida, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad y el respeto universal, la obediencia de los derechos humanos y las libertades fundamentales” como se cita en (Barrera y Bahamondes, 2012).

Teoría del Desarrollo local

El desarrollo local es una alternativa humana, estratégica e innovadora que permite el avance y el crecimiento económico, social, político, cultural y ambiental de los territorios micro, identificándolos con cadenas o eslabones productivos y comerciales que forman un sistema competitivo y eficiente en la producción para mejorar la economía local, aprovechando los

recursos disponibles con el fin de generar plazas de empleo, actividades, una mejor convivencia social, y ambiental; valorizar los recursos endógenos propios de cada territorio, y sobre todo aportar al turismo sostenible con planificación integrada, abierta, participativa, duradera, dimensionada y viable (Orozco, Núñez, y Virgen, 2008, p. 22).

El desarrollo local tiene varios enfoques de acuerdo a las necesidades de cada territorio al que se aplica, es así que Wallingre (2013) determina que el desarrollo local territorial “procura el progreso integral armonizando el empleo del territorio y el patrimonio, con la implementación de infraestructuras y servicios que permitan concertar el estándar de vida requerido por la comunidad local con la lógica de la rentabilidad” (p.12), todas las fuerzas que interactúan dentro de límites territoriales específicos son agentes de desarrollo y crecimiento para la comunidad.

A parte de cumplir con las dimensiones del desarrollo sostenible, en la teoría del desarrollo local de Arocena (2002) menciona que para que se desarrolle una localidad además de responder a las dimensiones sociales, económicas, ambientales y políticas también es necesario tratar la dimensión identitaria, pues:

En los procesos de constitución de identidad de las sociedades locales, el componente territorial es un ingrediente básico. Los casos más interesantes de desarrollo local están frecuentemente ligados a una resistencia activa a abandonar un territorio, extremando por lo tanto la búsqueda de formas de desarrollo que hagan posible la permanencia. (...). La identificación de un grupo humano con un trozo de tierra se vuelve un factor de desarrollo en la medida en que potencie sus mejores capacidades y lo proyecte hacia el futuro, superando inercias y creando nuevas formas de movilización de los actores humanos y de los recursos materiales (p.12).

Es una parte fundamental reconocer la dimensión identitaria ya que ayuda a valorar la cultura y dar sentido de pertenencia a un pueblo o nacionalidad, como menciona Orozco, Núñez, y Virgen (2008) “culturalmente, el turismo puede estimular la continuidad histórica de una comunidad al contribuir a la rehabilitación y conservación de sus monumentos, edificios y lugares históricos y a la revitalización de sus costumbres, tradiciones, artesanías y folclor” (p.13); el idioma, instrumentos de comunicación, saberes ancestrales, ritos, ceremonias, comportamientos colectivos, valores y creencias de la comunidad forjan la identidad cultural, mismo que es un factor definido a través de la historia en la que se plasma su cultura, un rasgo propio de carácter inmaterial.

Según Orozco y Nuñez (2013) Arocena explica las cinco dimensiones propuestas en su teoría:

- En el campo económico- productivo se “destaca el papel de la iniciativa privada y la creatividad como factores ineludibles del desarrollo, y prioriza el papel de la planificación centralista”.
- Así mismo, la dimensión social es aquella en la que los diferentes actores que conforman la sociedad son participes de iniciativas y proyectos generados para un desarrollo común.
- La dimensión identitaria es un elemento que aporta conocimiento de su propia historia, entendida como un proceso de entendimiento del presente a partir del conocimiento del pasado con la finalidad de construir un proyecto a futuro, además considera, que “la identidad de un grupo humano se afirma entonces en la continuidad y en la ruptura, o si se quiere, en la continuidad y en el cambio”.

- La dimensión política es aquella en la que participan los sectores público y privado, la sociedad civil y la población en general, con el fin de diseñar estrategias para el desarrollo con proyección sustentable.
- En cuanto a la dimensión sistémica, no es más que “iniciativas generadas y procesadas dentro de un sistema de negociación permanente entre los diversos actores que forman una sociedad local” (p.155, 156).

Finalmente, el desarrollo local debe ser sustentado con programas o planes específicos que debe realizar el gobierno o dirigentes administrativos conjuntamente con la comunidad, por ello se toma de referencia el modelo de desarrollo local territorial de Arocena (2002), que aporta a la investigación con la dimensión propuesta por el autor, la dimensión identitaria en la cual ingresa las variables que se va a estudiar, la identidad cultural y la gastronomía ancestral, desde un enfoque territorial.

Teoría Del Desarrollo Sostenible

Hoy en día todos los proyectos y planes de desarrollo deben obedecer a un parámetro sumamente importante dentro del ámbito medioambiental, el parámetro de la sostenibilidad, pues por causas que a lo largo del tiempo se han producido, como la globalización, la contaminación, la industrialización, y más; el impacto ambiental ha ido incrementándose cada vez más provocando desastres ambientales realmente dañinos para el mundo y la naturaleza. Todas las empresas están obligadas a ofrecer productos o servicios en base a la sostenibilidad, y más aun sabiendo que la industria turística está directamente relacionada con este ámbito, la Organización Mundial del Turismo propone cinco principios básicos que están correlacionados con los diecisiete objetivos del desarrollo sostenible adoptados por la ONU (Organización de la Naciones Unidas), quien junto con el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) sostiene la teoría

desarrollista para que, muy aparte de perseguir un fin económico, asegure el desarrollo de los seres humanos sin afectar en lo más mínimo sus condiciones de vida y perdure en el tiempo.

Para ello, la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo de la Organización de la Naciones Unidas (ONU) en 1987 expidió un documento oficial conocido como Nuestro Futuro Común, donde menciona que el desarrollo sustentable es aquel que “satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (OVACEN, 2015).

De esta manera el BID según Díaz (2009) reconoce tres dimensiones bases de la sostenibilidad:

- La sostenibilidad económica, la cual, se refiere a aquel desarrollo económico, que se traduce en aumentos de largo plazo del bienestar financiero, y la estabilidad económica, tanto a nivel de las empresas como de los hogares.
- La sostenibilidad ambiental, la cual, comprende aquellas acciones humanas, que mantienen la capacidad de los ecosistemas, para producir el rango de bienes y servicios de los cuales dependen todas las formas de vida.
- La sostenibilidad social, la cual, se relaciona con el desarrollo, que conduce a un mayor acceso e igualdad social, al respeto por los derechos humanos, y a mejoras en materia de salud, educación, oportunidades y otros aspectos no monetarios del bienestar. (p.82)

Por otra parte, otros modelos de sostenibilidad, agregan otra dimensión, la dimensión cultural, misma que reconoce el valor que tiene la cultura como agente que caracteriza tanto el medio físico (patrimonio, edificaciones, recursos naturales, geografía, biodiversidad, y más) como el social (estilos de vida, formas de convivencia, celebraciones, conocimiento local, tradiciones y más); además defiende las expresiones de subjetividad individual (creatividad,

diversidad, libertad de expresión y más); pues en definitiva esta dimensión defiende la identidad de un pueblo o comunidad, que actuando sosteniblemente dentro del ámbito cultural, lo ideal es en primera acción descubrir todos los bienes tangibles e intangibles propios de la zona, para después utilizarlos (More than Green, 2012).

La actividad turística por su gran aporte a la economía mundial está obligado a generar proyectos de planificación de desarrollo siguiendo la sostenibilidad como punto estratégico, para brindar competitividad al destino turístico, siempre y cuando cumpla con los principios de la teoría del desarrollo sostenible: integralidad, equidad, participación activa, interculturalidad, conservación de los recursos naturales y de los ecosistemas, principio precautorio, subsidiariedad, responsabilidad compartida pero diferenciada, transparencia y rendición de cuentas, acceso a la información y a la justicia, y autodeterminación (Curi, 2017).

La teoría del desarrollo sostenible permite entender las directrices en las que se puede proceder para diseñar el plan de acción de la gastronomía ancestral, sin olvidar principio alguno que respalda al desarrollo turístico de la comunidad.

Modelo

Figura 2.
Modelo



Nota: Elaboración propia en base de Teoría del desarrollo local. Arocena (2002). Y Teoría del desarrollo sostenible. Organización de las Naciones Unidas (1987).

Nota: De acuerdo a la teoría del desarrollo local territorial de Arocena (2002) y a la teoría del desarrollo sostenible, según el documento “Nuestro Futuro Común” emitido por la Organización de las Naciones Unidas (1987), se adaptó las dimensiones que se van a utilizar en la investigación, tales son la dimensión económica, social e identitaria, tal como se visualiza en la figura 2.

Dimensiones

Tabla 1.
Dimensiones y Variables

Dimensiones	Variables
Económico	Planta turística Emprendimientos locales
Social	Desarrollo local Desarrollo turístico
Identitaria	Identidad cultural Gastronomía ancestral

Nota: De acuerdo a la teoría del desarrollo local de Arocena y a la teoría de desarrollo sostenible se fusiono las dimensiones útiles para este proyecto, así mismo de la dimensión económica, social e identitaria se obtienen las variables expuestas en la tabla 1.

Tabla 2.
Determinación de variables

Variable	Tipo de variable	Categoría
Planta turística	Cuantitativa	Discreta
Emprendimientos locales	Cuantitativa	Continua
Desarrollo local	Cualitativa	Ordinal
Desarrollo turístico	Cualitativa	Ordinal
Identidad Cultural	Cualitativa	Nominal
Gastronomía ancestral	Cualitativa	Nominal

Nota: En la tabla 2 se puede observar el tipo y la categoría de cada una de las variables

elegidas para desarrollar el presente documento, se va a utilizar variables cualitativas de orden nominal y ordinal, así como variables cuantitativas de orden discreta y continua.

Antecedentes

En el Foro Mundial de Turismo Gastronómico 2019, presentado por Gastroeconomy Fernandez (2019) aporta cifras internacionales en el contexto del turismo gastronómico, mismo que menciona:

En 2018, más de 260.000 turistas visitaron España por gastronomía, un 16,7% más que el año anterior, que sumaron [una facturación] más de 15 millones de euros, con un incremento del 65,6% evidenciando la importancia enorme del turismo gastronómico.

Se gastaron más de 18 millones de euros en gastronomía.

Cabe recalcar que el turismo gastronómico no solo es importante en el ámbito económico sino también social que favorece la sostenibilidad del territorio y a la vez mantiene tradiciones y preserva la autenticidad de nuestros destinos, siendo motivación complementaria o principal al viajar, por lo cual “la actividad gastronómica como una cadena de valor representa el 33% del

PIB y supone el 20% del empleo”. Y por lo tanto dentro de este mismo contexto “un 20% de los turistas (más de 12 millones) vinieron a España motivados por la gastronomía por tres motivos: la materia prima, la forma de comer y la hospitalidad”.

La gastronomía local se considera a nivel mundial un portal hacia la identidad cultural, ya que brinda experiencias sensoriales a los turistas que buscan autenticidad en un territorio, así lo afirman Di Clemente, Hernández, y López (2014), autores de la obra “La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura” cuyo objetivo es presentar la posición actual del desarrollo del turismo gastronómico en la región de Extremadura, una región española perteneciente a la península Ibérica que dispone de un gran potencial gastronómico local, en el cual se estudió al mercado turístico en relación a la nueva tendencia, en donde la identidad junto con la autenticidad de un territorio son la base principal de atracción para el turista moderno.

La gastronomía local juega un papel fundamental para Extremadura, mediante una herramienta de análisis sencilla llamada matriz DAFO permite reflexionar las posibles fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del objeto de estudio para diagnosticar los principales problemas y tomar acción sobre ellas, como así también para potencializar los aspectos que se lo requiera.

Con los resultados obtenidos de la investigación, se concluyó que a pesar de que la región de Extremadura cuenta con los recursos necesarios para competir gastronómicamente en el área local, con una red de infraestructura física gastronómica y talento humano competente para atender a los turistas brindando un servicio de calidad que dé a conocer la variedad de la cocina tradicional extremeña, todavía son escasas las acciones entre todos los actores del sector, lo que provoca la dispersión de la gastronomía local y no permite aprovechar de una forma rentable el potencial que la región ofrece.

De la misma manera en que la gastronomía local de España es reconocida por su gran variedad de platos, técnicas y recursos para brindar una oferta gastronómica que fortalece la identidad cultural; Ecuador es uno de los países más ricos en diversidad natural y cultural, limita al norte por Colombia, con Perú al sur y este, y en el oeste con el Océano Pacífico.

Se lo conoce como el país de los cuatro mundos, por estar conformado por cuatro regiones únicas y diferentes entre sí, mismas que son la Región Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, localizado en la línea equinoccial, lugar predilecto de Sudamérica; además son 24 provincias las que lo integran, y en ellas se puede evidenciar cientos de especies de aves, mamíferos, reptiles, mariposas, flores, y vegetación en general. En el aspecto cultural destacan museos, monumentos, iglesias, la diversidad de comunidades étnicas con su vestimenta, danzas, música, ritos, y sobretodo gastronomía.

Todos estos factores son representativos para el turismo en el Ecuador regulado por el organismo competente a nivel nacional, es así que el Ministerio de Turismo, (2015) señala que:

El turismo en el Ecuador muestra gran dinamismo en la última década, entre el año 2002 y 2013, las visitas internacionales pasaron de 682.962 a 1.366.269 (tasa de crecimiento anual del 6.51%) lo que financieramente significa un incremento de los ingresos de US\$ 449 a US\$ 1.251,3 millones en el rubro de turismo, según cifras publicadas por el Banco Central del Ecuador. En lo que respecta al PIB turístico, éste se estima en 1,8% al año 2002 y para el año 2007 (último disponible) se estima 5,2% la participación del valor agregado turístico en el valor agregado total (p. 11).

Ortega, Albán, y Vaca (2018) afirman en su obra "Identidad étnica a través de la cultura gastronómica" cuyo artículo presenta una reflexión de la participación de las diferentes

comunidades indígenas como fortalecimiento de la riqueza cultural del Ecuador, y se parte desde las etnias en la provincia de Imbabura.

Aplicando la investigación tipo documental y de campo a través de encuestas y entrevistas a los actores turísticos principales, el artículo refleja los resultados obtenidos, pues se identifica una debilidad en la identidad étnica de las comunidades de la provincia a través de la gastronomía, los actores que brindan el servicio directo al comensal o turista no realizan procedimientos de tipo tradicional manteniendo el servicio dentro del límite cultural que da a conocer su identidad, esto quiere decir que, las comunidades no transmiten la identidad cultural gastronómica demandada por lo que se “desvirtúa los principios de identidad cultural de la riqueza de los pueblos indígenas los conocimientos y prácticas gastronómicas de las poblaciones no fortalecen la concepción y sentido de pertenencia a sus orígenes ancestrales, perdiéndose la cosmovisión indígena” (p. 170).

Siendo que la gastronomía es parte de todas aquellas manifestaciones culturales de las comunidades y pueblos indígenas del Ecuador, que generalmente los actores de la industria turística trabajan para revalorizar y fortalecerlos través del tiempo, no brindan la misma importancia a la gastronomía local, permitiendo de forma indirecta que la población inmersa y ajena a los grupos étnicos que dan valor a la identidad de nuestro país, pierda el interés turístico dejando de lado la competitividad y desaprovechando los recursos culinarios tan diversos y valiosos que se posee. Por ello, el artículo recomienda convocar la participación local mediante espacios de interrelación con las organizaciones competentes para aplicar diversos planes y estrategias turísticas para dar atención a las necesidades de la industria.

La provincia Pichincha, perteneciente a la región Andina, constituye una de cocinas tradicionales y ancestrales mayormente concentrada con recetas a base de productos

ancestrales como la papa, el maíz, yuca, cebada, arroz, cuy, conejo y muchos más. En Pichincha suelen realizarse una variedad de platos gastronómicos tanto para el consumo cotidiano, como para eventos festivos u otros, pero en efecto se preparan todos estos platillos con los productos mencionados anteriormente así como con técnicas, y utensilios propios de la región, destacándose generalmente platos como el yaguarlocro, tortillas, chuchuca, uchujaku, tripa mishki, guatita, fritada, hornado, fanesca, empanadas, papas con cuy o cuero, toro pregonero, con bebidas y dulces como chicha de jora, morocho, pristiños, yumbo azul, sangre de pichón, canelas y más variedad (Unirrago, 2010, p. 148).

Todo el territorio de la provincia de Pichincha disfruta de una gastronomía relativamente diferente por secciones, sin embargo la base de identidad cultural no cambia, desafortunadamente el campo gastronómico no ha sido un ámbito de verdadero estudio con el fin de promoverlo en los distintos cantones de Pichincha, aun así un ejemplo claro de que en la provincia existe gastronomía ancestral es Cayambe, pues Hernández (2015) hace una investigación para reactivar el restaurante del Centro Turístico comunitario de Paquiestancia, con la finalidad de precautelar los ingresos económicos del CTC apoyando a la comunidad, mientras se fortalece la gastronomía ancestral, se promueve el turismo gastronómico y se brinda un servicio de calidad al turista.

Mediante una investigación de mercado tanto para los actores directamente relacionados con la prestación del servicio como para los consumidores, el investigador arrojó como resultados que el CTC de Paquiestancia cuenta con gran cantidad de clientes potenciales, además de no tener competidores directos y contar con la infraestructura suficiente, por lo que con la ayuda pertinente de personal capacitado, capacitaciones, planes y estrategias de gastronomía ancestral en el restaurante de la comunidad, la reactivación será positiva.

Marco Referencial

Desarrollo En Base A La Planificación Turística

Existen varios estudios realizados en torno al desarrollo turístico de localidades, basados en el fortalecimiento de saberes ancestrales o patrimonio cultural intangible como es la gastronomía ancestral, y para ello es necesario entender que la actividad turística surge de la relación directa del sistema turístico con el desarrollo sostenible, entonces Molina según Osorio (2000) presenta la superestructura, la demanda, la infraestructura, los atractivos, el equipamiento y las instalaciones, y la comunidad receptora como subsistemas de la estructura del sistema turístico (p. 221), todos estos factores son complementarios para que el turismo se desarrolle de manera sostenible, sustentado en un plan de acción turística que permita preservar y salvaguardar el patrimonio de las comunidades o pueblos ancestrales, según Alvarez (2013) la planificación turística:

depende de la decisión y el compromiso de los actores regionales más representativos, incluidas las comunidades como principal célula para su funcionamiento. La acción planificadora tiene que estar inmersa en el proceso de cambio profundo que sufre la estructura de un país poniendo el énfasis en la descentralización y en la participación en la comunidad organizada (p. 107).

En Boyacá se ha implementado la planificación turística y resulta que la misma puede ser implementada por regiones mediante diversos modelos que conduzcan a la conservación y preservación de los recursos, tanto naturales como culturales, teniendo como objetivo principal el impacto benéfico a la comunidad local bajo los tres pilares de la sostenibilidad.

Así mismo, la gastronomía forma parte de la actividad turística como elemento diferenciador dentro de la identidad cultural y el desarrollo turístico, por lo que se ha tomado como referencia

la investigación de Borbor (2017) “La gastronomía ancestral y su influencia en el desarrollo turístico de la parroquia Anconcito del Cantón Salinas, año 2017” afirma que:

La organización Mundial del Turismo señala que entre todas las actividades económicas el turismo es una de las que más ha crecido en los últimos tiempos a nivel mundial y la tendencia es que así siga ocurriendo OMT (2002).

Calvopiña (2013), menciona en su investigación que la actividad turística actualmente está contribuyendo de manera factible al desarrollo de un país y que el mismo ha permitido un avance al crecimiento de otros diversos ámbitos como son: el crecimiento económico, social, cultural y el medio ambiental lo que conlleva a que cada vez existan más lugares o destinos que intenten utilizar esta actividad como estrategia de desarrollo.

En esta definición se incluye la acción del GAD Parroquial, instituciones que participan del ofrecimiento de la gastronomía y la población residente, puesto que parte de los destinos que buscan los turistas, alcanzan posicionamiento en los mercados turísticos por las tradiciones culturales de la población que los recibe; logrando de esta manera un mayor desarrollo sostenible y un mejor estilo de vida (p.14).

La Gastronomía Como Identidad

Es evidente como la gastronomía ancestral cumple con un papel de suma importancia en las comunidades, pudiendo llegar a ser un producto turístico de igual manera en la parroquia de Tabacundo, siendo la actividad turística un eje transversal del mejoramiento local. Por otro lado, Castellon y Fontecha (2018) en su ejemplar “La gastronomía: una fuente para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander” describe que:

En los tiempos presentes se está valorizando la gastronomía no solo como un instrumento con el cual se podría potencializar el turismo de una región, sino también

como ese referente cultural que conforma el legado histórico de una comunidad, territorio o región. Teniendo en cuenta esta apreciación, el estudio de la gastronomía que aquí se propone se enfoca no solo en destacar su relación con la cocina, los restaurantes y los alimentos que se producen en Santander, sino también en resaltar algunos de los elementos culturales que se han construido alrededor de los alimentos, desde la relación que ellos guardan con la tierra y con el productor (p.167).

Ademas de que se tiene que establecer los parámetros que la gastronomía cumple en relación a la identidad cultural de Tabacundo, y determinar los productos alimenticios más destacados de la región que serían de mucha ayuda para recobrar el valor del arte culinario ancestral, se debe tener en cuenta todo el inventario de los platos que se elaboran con tecnicas y utensilios ancestrales, para ellos Guerrero (2014) menciona que:

La elaboración de este recetario de platos típicos, utilizando técnicas ancestrales de cocción, fusión y utilizando utensilios de barro con el propósito de situar al Cantón Pedro Moncayo en un lugar atractivo para el turista, nacional e internacional. Elaborando manjares a base de maíz con los más altos estándares de servicio en la higiene manipulación, presentación, ofreciendo a los comensales platillos novedosos y fáciles de elaborar (p. 14).

Con la ayuda de este documento se obtendrá la información de los platos ancestrales de la parroquia Tabacundo elaborados a base de uno de los ingredientes ancestrales mayormente consumidos en la región andina como es el maíz, con el fin de rescatar el valor nutricional y cultural de los platillos representativos del cantón.

Fortalecimiento Gastronómico

Finalmente, se debe implementar estrategias de fortalecimiento para el turismo gastronómico local, como es en Pastaza, sin embargo en primer lugar se debe identificar si el recurso gastronómico local es apto para su desarrollo, para eso Lopez y Margarida (2011) menciona que la gastronomía establece relación con el turismo mediante cuatro aspectos tales son:

como atracción, lo cual significa que el destino puede utilizar este elemento para promocionar dicho lugar; como componente del producto, donde se ahonda en el diseño de rutas gastronómicas (o enológicas), como posteriormente abordaremos; como experiencia, abordando la existencia de uno o varios lugares donde la gastronomía adquiere un nivel diferente y se convierte en un reclamo en sí mismo, siendo un ejemplo de ello la cocina realizada por los grandes maestros; y como fenómeno cultural, sustentándose en la existencia de diferentes festivales gastronómicos (p. 917).

Igualmente la gastronomía es un elemento clave de competitividad en el turismo, ya que se puede utilizar para satisfacer al turista incrementando el impacto autóctono en su experiencia, pues hoy en día el viajero busca que un destino turístico sea mucho más que un conjunto de recursos naturales y culturales. El mismo autor establece que la gastronomía “se convierte en la más importante atracción, incluso por delante de la seguridad. (...) consideran a la cocina, la seguridad, la vida nocturna y el atractivo visual como los cuatro elementos más determinantes de la competitividad de un destino” (p.918).

Toda estrategia de fortalecimiento debe ir debidamente planificada y documentada a través de planes de acción enfocadas específicamente en la gastronomía ancestral, ya que forma parte del patrimonio cultural inmaterial, por lo que Tapia (2017) en su investigación sobre “Plan de

acción para la recuperación de la tradición ancestral del proceso de elaboración del chocolate artesanal en la zona rural del cantón Naranjal” menciona que:

Se corre el riesgo de que algunos elementos del patrimonio cultural inmaterial mueran o desaparezcan si no se les ayuda, pero salvaguardar no significa fijar o fosilizar este patrimonio en una forma “pura” o “primigenia”. Salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial supone transferir conocimientos, técnicas y significados. La Convención hace hincapié en la transmisión o comunicación del patrimonio de generación en generación, no en la producción de manifestaciones concretas como danzas, canciones, instrumentos musicales o artículos de artesanía (p. 39).

La salvaguarda siendo un sinónimo de protección o amparo, en esta investigación simplemente se lo llamará plan de acción de fortalecimiento y desarrollo de la gastronomía ancestral, y para ello la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2012) ha creado una Guía Metodológica de Planificación Institucional, referencia para desarrollar el plan de acción previsto, determina que la planificación es un curso dirigido a la acción para que una sociedad pueda lograr sus objetivos de desarrollo económico y social, así mismo, “tiene como propósito la reducción de las brechas en materia de logros efectivos. Apunta hacia la igualdad potenciando las capacidades humanas y movilizand o energías desde el Estado.”

La planificación o los planes de acción se los puede elaborar para corto, mediano o largo plazo, siguiendo una serie de pasos o fases llamado el ciclo de la planificación:

El ciclo de la planificación comprende tres fases: la formulación, la implementación y el seguimiento y evaluación.

- **Formulación del plan** Este proceso contempla el diagnóstico y análisis de la realidad en la que opera la entidad y la propuesta de acciones orientadas a modificar el entorno y solucionar los problemas y necesidades identificados.
- **Implementación del plan** Es la ejecución de las acciones propuestas en el plan conforme a la programación plurianual y anual elaboradas.
- **Seguimiento y evaluación** Consiste en la verificación oportuna del cumplimiento de las acciones programadas y el análisis de los resultados obtenidos a fin de conocer si el plan, los objetivos y los resultados se corresponden con las necesidades identificadas en la fase de diagnóstico y con la misión de la institución (p. 12).

Marco Conceptual

Cultura

Según (Pastor, 2003, p. 100) la cultura “abarca todos los aspectos creativos, las redes sociales, la religión o la ideología; en fin, las diferentes formas de vida de los seres humanos y sus manifestaciones”, resaltando que es un conjunto de hábitos que se transmiten de generación en generación en una misma comunidad (Harris, 2004). Por otro lado, Borbor (2017) menciona:

La UNESCO 1998, define la cultura como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones.

Si se habla de cultura, se habla también de que todos los factores mencionados definen la identidad de un grupo de personas.

Identidad

Es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. (...) la identidad solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, (...) dicha identidad implica por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural (Molano, 2007, p.73,74).

Turismo

Es importante hacer una planificación adecuada con proyectos y programas acorde a las necesidades y la disponibilidad de los recursos de la parroquia Tabacundo, para lograr un desarrollo turístico local basado en la sostenibilidad que erradique la falta de motivación de la comunidad para valorizar la gastronomía ancestral como parte de la identidad cultural (Organización Mundial del Turismo, 2011, p. 46).

Turismo gastronómico

Es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita. El turismo gastronómico es una nueva opción de aventura, no sólo dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs o gourmets (Coque, 2013, p. 25).

Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como la visita de mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de los lugareños, participación en fiestas locales, etc. (Coque, 2013, p. 26).

Identidad Cultural

La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad (Como se cita en Molano, 2007, p.73).

Patrimonio Cultural

A todos los pueblos, asentamientos o grupos humanos que han existido desde hace muchos años atrás se los puede asignar la determinación de patrimonio, que para (Fuevez, 2013, p. 13) “es la herencia recibida por los antepasados, y esto forma parte de la historia que hace únicos herederos como es un pueblo. Conocer el Patrimonio da sentido de pertenencia, fortalece la identidad y ayuda a valorar la cultura.”, esto contribuye a que sea atrayente para personas ajenas a determinada comunidad y se interesen en conocer más sobre la identidad de la misma.

Desarrollo

Según El Orden Mundial (2015) es el proceso por el cual una comunidad progresa y crece económica, social, cultural o políticamente, así mismo Arocena (2002) destaca que desarrollo no es un proceso construido, en el que se supone que existen constructores, sino un proceso natural sometido a determinadas leyes metasociales que están referidas a procesos construidos por otros (p.5).

Desarrollo local

Alternativa ante la crisis, orientada a movilizar el potencial humano a través de acciones locales en diversas áreas, como, introducción de nuevas tecnologías, nuevas fuentes de energía, renovación de actividades tradicionales, innovación en la comercialización y en la prestación de servicios, la revitalización de la pequeña empresa, etc (Cárdenas, 2002).

Desarrollo turístico

El desarrollo turístico vendría a definirse como “la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general puede también incluir los efectos asociados, tales como creación de empleos o la generación de ingresos” (Pearce, 1991, p. 14).

Conservación

La conservación está íntimamente relacionada con el patrimonio cultural y según Bernard Feilden (2004, p. 3) “conservación es la acción realizada para prevenir el deterioro y la gestión dinámica de la variación, comprendiendo todos los actos que prolongan la vida del patrimonio cultural y natural” para conservar la autenticidad y protección de los mismos (Como se cita en Correira, 2007).

Sostenibilidad

La sostenibilidad podría definirse como “un principio de carácter antropocéntrico, que expresa fundamentalmente nuestro respeto por las generaciones humanas futuras, pero que como tal no compromete a la defensa de la vida silvestre o la preservación de la naturaleza por sí misma” teniendo presente siempre la viabilidad económica, ecológica y social de un lugar (Riechmann, 2005, p. 3).

Gastronomía ancestral

Fuerez afirma que la gastronomía ancestral hace referencia a “los antepasados o relativo a ellos, recuerdos ancestrales, de origen muy antiguo, costumbres ancestrales” (p.16). Además la gastronomía ancestral pertenece al arte culinario ancestral, mismo que se lo puede definir como “las perfectas combinaciones de los productos andinos, como granos, los tubérculos, las hojas comestibles que se combina, por las jatun mamas son las conocedoras de las técnicas y procedimientos de cocción de los plato ancestral” (Fuerez, 2013, p. 19).

Según Carlo (2009) menciona que:

La gastronomía ancestral de un pueblo o comunidad es la veracidad de los sabores que identifican a una región y ofrecen el reconocimiento de un pasado en común; como testimonio, los platillos de una región muestran el medio en que fueron creados, los ingredientes que había en ese momento y con los cuales se creaba la comida de todos los días. (Como se cita en Coque, 2013, p. 21)

Técnicas de cocción

Modifica la textura, el color, el sabor y la consistencia de los alimentos, por medio de una fuente de calor. No hay cocción sin una transferencia de calor. Todos estos cambios se deben a una serie de reacciones que suceden durante el proceso de cocción. Son una técnica culinaria con la que se modifican los alimentos crudos mediante la aplicación de calor para su consumo (Coque, 2013).

Utensilios de cocina ancestrales

Desde ese tiempo, siglo XV, se clasificaron los utensilios de la cocina para facilitar el trabajo dentro de la misma. La clasificación era de la siguiente manera: los utensilios que entraban en

contacto con el fuego como las ollas y los tiestos; y los que no entraban en contacto con el fuego como los cántaros y las piedras de moler (Montenegro, 2016, p. 12).

Marco Legal

Constitución de la República (2008)

Siendo el documento referente legal más importante de la nación ecuatoriana, la Constitución de la República del Ecuador (2008), bajo el mandato del Eco. Rafael Correa, ampara y defiende los derechos de la población en cuestión de la identidad cultural, su libertad de participación, difusión e intercambio de los saberes ancestrales con respecto a la diversidad cultural que goza este país, tales se detallan en los siguientes artículos:

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

Jóvenes Art. 39.- El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público. El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

Ley Orgánica de Cultura (2016)

El patrimonio también es un factor de suma importancia, por ello la Ley Orgánica de Cultura (2016) ha sido creada para proteger, en este caso específicamente el patrimonio cultural intangible y el derecho u obligación que representa valorarlo, registrarlo y fortalecerlo.

Art. 52.- Del patrimonio intangible o inmaterial. Son todos los valores, conocimientos, saberes, tecnologías, formas de hacer, pensar y percibir el mundo, y en general las manifestaciones que identifican culturalmente a las personas, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que conforman el Estado intercultural, plurinacional y multiétnico ecuatoriano.

Art. 81.- Del registro permanente de las manifestaciones culturales. El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de Régimen Especial, adoptarán las medidas necesarias para mantener un registro digital permanentemente actualizado de las manifestaciones culturales que corresponden al patrimonio intangible, según las directrices que dicte el ente rector de la Cultura y el Patrimonio. Toda la información generada formará parte del Sistema Integral de Información Cultural SIIC.

Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales (2016)

Por otro lado, es necesario también reconocer lo que se denomina territorio ancestral y lo que está inmerso en ello, por lo tanto el artículo 3 de la Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales (2016) destaca esta temática.

Art. 3.- Posesión y propiedad ancestral. Para efectos de esta Ley, se entiende por tierra y territorio en posesión y propiedad ancestral, el espacio físico sobre el cual una comunidad, comuna, pueblo o nacionalidad de origen ancestral, ha generado históricamente una identidad a partir de la construcción social, cultural y espiritual, desarrollando actividades económicas y sus propias formas de producción en forma actual e ininterrumpida. La propiedad de estas tierras y territorios es imprescriptible, inalienable, inembargable e indivisible, su adjudicación es gratuita y está exenta del pago de tasas e impuestos. El uso y usufructo sobre estas tierras no puede modificar las características de la propiedad comunitaria incluido el pago de tasas e impuestos.

Ley de Turismo del Ecuador (2015)

La base para el desarrollo de la investigación es la Ley de Turismo (2014) que ampara al turismo reconociendo que es una actividad pilar para el desarrollo local, integrando la participación del gobierno local, comunidad, y actores de planta turística con el fin de mejorar los servicios que se ofertan y garantizar la satisfacción total de los visitantes.

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y.
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.

- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo II_ De Las Actividades Turísticas Y De Quienes Las Ejercen

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento.
- b. Servicio de alimentos y bebidas.
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y.
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador

PLANDETUR 2020

El reto principal del PLANDETUR 2020 según Tourism&Leisure Europraxis Consulting, (2007)

es:

Orientar la política sectorial con un horizonte al 2020 sobre la base de un acuerdo internacional en el cual la gran mayoría de los Estados del planeta ha reconocido la necesidad de aunar esfuerzos para un desarrollo sostenible y que ahora tiene la oportunidad de sentar las bases para un turismo sostenible en el Ecuador.

El PLANDETUR 2020 busca potenciar en los próximos trece años un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida. El Programa STEP-OMT5 plantea que el desarrollo sostenible del turismo es un concepto aplicable a todas las formas de turismo en todo tipo de destinos, tendiente al:

1. Respeto de la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas
2. Uso óptimo de los recursos naturales
3. Viabilidad económica y repartición equitativa de beneficios (p. 18).

Este Plan de las pautas para impulsar un turismo sostenible en todo tipo de destinos basado en tres ámbitos de acción y respeto.

ejércitos de la independencia, al Gral. Juan José Flores como primer mandatario de la historia del Ecuador.

Su capital y ciudad más poblada es Quito, su forma de gobierno es democrática, actualmente su mandatario es el Lic. Lenin Moreno Garcés, se maneja el dólar americano como la moneda oficial, así mismo su lengua oficial y mayoritaria es el español, sin embargo también en su minoría se habla trece lenguas indígenas debido a la diversidad cultural que existe en ella.

Flora y Fauna

En relación al ámbito natural, el Ecuador cuenta con tres cadenas montañosas a lo largo de la Cordillera Central hasta la Cordillera Occidental e Interandino, siendo la montaña más alta el Volcán Chimborazo ubicado en la Ciudad de Riobamba con 6.315 msnm. Por otro lado, las selvas y bosques tienen una gran variación por piso climático a lo largo de todo el territorio nacional, es muy diverso también en el tema de los ríos, lagos y lagunas, ya que cuenta con el sistema lacustre con más número de ríos por metro cuadrado a nivel mundial, destacando así el Río Mataje, Río Chone y el Río Guayas. Mientras que los lagos y lagunas más reconocidos son: el Lago San Pablo, Cuicocha, Yahuarcocha, la Laguna Quilotoa y más.

La fauna es inmensamente grande dentro del territorio ecuatoriano, solamente por el hecho de ser uno de los diez países con más endemismo a nivel mundial, es decir, que existen miles de especies tanto de mamíferos, reptiles, aves, anfibios y más que se los puede apreciar solamente en Ecuador no existen en ningún otro país, tales son como monos capuchinos, aulladores, panteras, jaguares, anacondas, capibaras, colibríes gigantes, y sobretodo el Cóndor de los Andes, el animal representativo del país, ícono por ser el símbolo patrio establecido dentro del escudo nacional, desafortunadamente debido a diversas causas hoy en día se encuentra en peligro de extinción.

Demografía

La población actual del Ecuador es de 14 483.499 habitantes, según El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), del cual el 62,7% de los ecuatorianos viven en la zona urbana, Quito y Guayaquil consideradas como ciudades Metrópolis concentran el mayor porcentaje de la población urbana nacional, así mismo 2 576 .287 habitantes están concentrados en la provincia Pichincha, lo que muestra que Pichincha es la segunda provincia con más habitantes en el Ecuador.

Sin embargo hay una notable diferencia en la tasa de crecimiento poblacional en Pichincha desde el censo del 2001 al 2010 como se lo muestra en la figura 4, por otro lado, en cuestión a género, Pichincha cuenta con 1 320 .576 mujeres, y 1 255.711 hombres, lo que quiere decir que indiscutiblemente el género femenino es el predominante con una diferencia de 64.865 personas.

Figura 4.
Población y tasa de crecimiento según provincia

Tabla 6: Población y tasa de crecimiento según provincia			
Nombre de provincia	2001 *	2010	Tasa de crecimiento
Santa Elena	235.713	308.693	3,00%
Santo Domingo	286.832	368.013	2,77%
Morona Santiago	115.412	147.940	2,76%
Esmeraldas	431.174	534.092	2,38%
Pichincha	2.101.080	2.576.287	2,27%
Los Ríos	650.178	778.115	2,00%
Zamora Chinchipe	76.601	91.376	1,96%
Guayas	3.069.157	3.645.483	1,91%
Azuay	603.434	712.127	1,84%
Zonas no delimitadas	27.556	32.384	1,79%
Cotopaxi	349.726	409.205	1,75%
Imbabura	344.044	398.244	1,63%

Nota: Mujeres y hombres del Ecuador en cifras III.

En relación al analfabetismo, en Ecuador el mayor nivel de analfabetismo se lo encuentra en el área rural tanto en mujeres como en hombres de todas las edades, pero específicamente en personas de 65 años y más como lo detalla la figura 5.

Figura 5.
Analfabetismo por área y grupos de edad

Grandes grupos de edad	Área urbana		Área rural		Total nacional	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
15 - 24 años	0,9%	1,2%	2,5%	2,8%	1,5%	1,8%
25 - 39 años	1,7%	1,8%	5,6%	5,3%	3,0%	3,0%
40 - 64 años	5,4%	3,8%	20,5%	13,4%	10,4%	7,2%
65 años y más	19,5%	12,8%	49,7%	34,3%	31,6%	22,4%
Total nacional	4,3%	3,1%	14,2%	10,3%	7,7%	5,8%

Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

Economía

Ecuador maneja la moneda de dólar americano, es perteneciente a organismos internacionales tales como: Comunidad Andina (CAN), Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización de los Estados Americanos (OEA), Organización de las Naciones Unidas (ONU), Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP), y Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR).

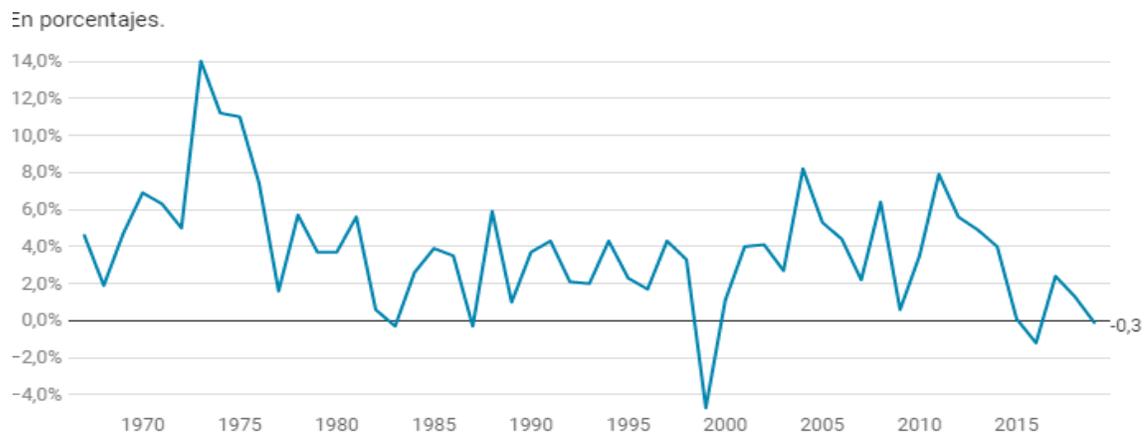
A lo largo de los últimos años se ha visto reflejada una economía inestable ya que datos específicos del Banco Central del Ecuador (BCE) según diario El Universo (2019) menciona que “respecto al primer trimestre de este año, el crecimiento fue de 0,4 %. Con estos resultados, el

Producto Interno Bruto (PIB) del período que va entre abril y junio de 2019 se ubicó en 17.988 millones de dólares”.

Esto representa que en el año 2019 ha mejorado un poco la economía, sin embargo hoy en día, Ecuador, al igual que el mundo entero está atravesando por una pandemia sanitaria, que ha afectado directamente al ámbito social, de salud, turístico y sobretodo económico, pues además del impacto del COVID -19, el desplome de precios del petróleo es otro factor que sin duda alguna están provocando y prolongarán una recesión económica y un aumento de la pobreza dentro del país.

Pues se ha catalogado esta crisis económica como la peor desde la Segunda Guerra Mundial o incluso desde la Gran Depresión de los años 30’ del anterior siglo. Aunque el Banco Central del Ecuador y Organismos Multilaterales aún no han publicado datos oficiales, Diario El Expreso (2020) establece que “el vicepresidente Otto Sonnenholzner mencionó en días pasados una cifra preliminar: \$ 2.000 millones en afectaciones, es decir, cerca del 2 % del Producto Interno Bruto (PIB)”, por ello los Organismos Internacionales establecen proyecciones de crecimiento del PIB en el mismo artículo, algunas optimistas como “que la economía ecuatoriana podría decrecer 4 % en este año, con un posible rebote de 1,8 % para el año que viene”, y otras no tanto como “que la economía ecuatoriana podría decrecer 6 % al cierre de este año, tras la crisis de la pandemia”.

Figura 6.
Evolución del Producto Interno Bruto de Ecuador



2019: Al tercer trimestre del año

Gráfico: Expreso • Fuente: [Banco Central del Ecuador](#) • [Descargar los datos](#) • Creado con [Datawrapper](#)

Nota: Banco Central del Ecuador

Política

En el sentido político, el Ecuador atraviesa una gran insatisfacción por parte de las medidas adoptadas por el mandatario actual el presidente Lenin Moreno, pues el paro nacional de octubre de 2019 y la pandemia mundial, no han sido hechos beneficiosos para el presidente y el vicepresidente Otto Sonnenholzner, ya que los paquetes de medidas económicas lanzadas por Moreno han afectado directamente a sectores estratégicos y súper importantes como el sector de la salud, agrícola, de la educación, del transporte, del turismo y muchos más.

Una vez terminada la crisis sanitaria, el Gobierno deberá revisar las medidas económicas anunciadas, para dar un poco de sostén a la economía nacional y su población misma que la gran mayoría se ha quedado sin un trabajo seguro.

Turismo

En las últimas décadas el turismo ha demostrado ser una de las actividades con mayor potencial económico a nivel mundial, el país cuenta con una estructura productiva dependiente del sector primario lo que le ha llevado a impulsar alternativas sostenibles en el sector turístico para desarrollar un mejor modelo turístico nacional e internacional, basado en el Plan Estratégico de Turismo 2020 (PLANDETUR 2020) propuesto por el gobierno en los últimos años para generar un turismo consiente.

Dentro del turismo ecuatoriano se habla de cuatro mundos, y varios destinos turísticos como Galápagos, Costa Norte y Sur, Sierra Norte, Centro, Austro, Frontera Sur y Amazonia Norte y Centro, mismos que manejan distintos productos turísticos tales como se presenta en la tabla 3:

Figura 7.

Productos Turísticos PLANDETUR 2020

PRODUCTO	VARIANTES	PRODUCTO	VARIANTES
Circuitos generales	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales
Sol y playa	Sol y playa		Reservas y bosques privados
Turismo comunitario	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales		Observación de flora y fauna
	Mercados y artesanías	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas populares		Deportes acuáticos
	Turismo religioso	Turismo de salud	Termalismo
	Turismo urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico		SPA's
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo.	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
	Haciendas históricas	Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
Parques temáticos	Parques temáticos	Turismo de cruceros	Cruceros

Fuente: PLANDETUR 2020. Elaboración Propia

Nota: El turismo en Ecuador, nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. Revista Galega de Economía (2015).

Gastronomía en el Ecuador

La gastronomía en el territorio Ecuatoriano es muy variada y extensa, puesto que lo ancestral, milenario, colonial, barroco, republicano, y moderno se conjugan de tal forma que han convertido a la comida en un pleno mestizaje culinario, el solo hecho de disponer de cuatro regiones totalmente marcadas y únicas con distintos pisos climáticos, y productivos, hace que Ecuador tenga una riqueza gastronómica exquisita para ofrecer al turista todo tipo de sabor, color, olor y gusto.

Gastronomía Ancestral en Ecuador

La gastronomía ancestral en el Ecuador es predominante en la región interandina, es la forma de preparar alimentos aplicando técnicas, utensilios y productos milenarios, que se han desarrollado desde tiempos pre incaicos, este tipo de alimentos son elaborados en base a conocimientos tradicionales que vienen de generación en generación desde nuestros antepasados que brindan identidad a un determinado pueblo o comunidad en la que se refleja su historia.

Existe una larga lista de productos y alimentos ancestrales de Ecuador que se consumen hasta la actualidad que básicamente son: el maíz, zambo, oca, mellocos, mashua, papas, frejol, habas, garbanzos, arvejas, chochos, yuca, ají, tomate, quinua, frutas, y carnes como el cuy, llamas, alpacas, conejo y más.

Técnicas Ancestrales

Desde las generaciones antepasadas se ha venido desarrollando una gran habilidad para desenvolverse en el campo agrícola y ganadero, esto hace que en la cocina también conjuguen estas habilidades o técnicas para preparar y conservar sus alimentos tomando en cuenta los

recursos que tenían en aquellos tiempos, por ello la gran mayoría de las técnicas ancestrales guardan relación directa con la naturaleza así como con la “pacha mama” o la tierra, con las piedras, fuego, y más.

Figura 8.

Asar

Técnica ancestral:		ASAR
Descripción		
<p>Una de las técnicas más utilizadas de América del Sur, consiste en exponer al fuego directo los alimentos a una altura y temperatura considerable para dorar o cocinarlos. Existen varios tipos de asado, tales como:</p>		
Imagen		
En brasas	Pachamanka	En bejuco
 <p>Fuente: Cuyes Elvita (2020)</p>	 <p>Fuente: Perú.com (2020)</p>	 <p>Fuente: Forestal Maderero (2017)</p>
En cenizas		Huatia
 <p>Fuente: Cocina y aficiones</p>		 <p>Fuente: Ecolodge La Estancia, Isla del Sol.</p>

Fuente: Casa, G. y Ramos, T. (2018). Técnicas gastronómicas ancestrales aplicadas en la comunidad Tigua, cantón Pujilí como aporte al desarrollo turístico. Sangolquí

Figura 9.*Moler*

Técnica ancestral:	MOLER
Descripción	
<p>Consiste en triturar alimentos secos hasta obtener trozos muy pequeños o polvo, se puede utilizar un mortero o un molino, y mientras más tiempo se aplique la técnica el resultado de los alimentos serán más finos.</p>	
Imagen	



Fuente: www.guiadelacocina.com

Figura 10.*Tostar*

Técnica ancestral:	TOSTAR
Descripción	
<p>Técnica mediante la cual se tuestan o cuecen alimentos de tal manera que se obtiene una textura crocante, se lo puede hacer en pailas, o tiestos, algunos de los alimentos que se tuestan son el maíz, frejol, quinua y más.</p>	
Imagen	



Fuente: Monge, Elena (2015).

Fuente: Casa, G. y Ramos, T. (2018). Técnicas gastronómicas ancestrales aplicadas en la comunidad Tigua, cantón Pujilí como aporte al desarrollo turístico. Sangolquí.

Figura 11.
Fermentar

Técnica ancestral:	FERMENTAR
Descripción	
Técnica que fue utilizada en el periodo Inca, especialmente en un tipo de comida llamada chicha también "aswa" o "aqha", misma que se la dejaba por varios días al ambiente para que la bebida se fermente.	
Imagen	



Fuente: Chimborazo (2009)

Fuente: Casa, G. y Ramos, T. (2018). Técnicas gastronómicas ancestrales aplicadas en la comunidad Tigua, cantón Pujilí como aporte al desarrollo turístico. Sangolquí

Figura 12.
A vapor

Técnica ancestral:	A VAPOR
Descripción	
Técnica que consiste en cocinar alimentos dentro de un recipiente, pero que no toquen el agua y para ello se utiliza utensilios para que se puedan apoyar y únicamente recibir el vapor, la temperatura del género no debe ser menor a 80°C.	
Imagen	



Fuente: More, Pablo (2012)

Fuente: Casa, G. y Ramos, T. (2018). Técnicas gastronómicas ancestrales aplicadas en la comunidad Tigua, cantón Pujilí como aporte al desarrollo turístico. Sangolquí.

Figura 13.*Hervir*

Técnica ancestral:	HERVIR
Descripción	
Técnica que se aplicaba en el periodo incaico, cocinaban los alimentos como cárnicos, frutas, tubérculos y otros, en agua, ya que debían pasar primero por ebullición, y el tiempo era de acuerdo al género que se cocine.	
Imagen	



Fuente: Olla de barro (2020)

Fuente: Casa, G. y Ramos, T. (2018). Técnicas gastronómicas ancestrales aplicadas en la comunidad Tigua, cantón Pujilí como aporte al desarrollo turístico. Sangolquí

Figura 14.*Hornear*

Técnica ancestral:	HORNEAR
Descripción	
Se aplicaba para cocinar los alimentos por medio de aire caliente, lo que le permite que los mismo no pierdan sus jugos, básicamente consiste en encerrar a los alimentos para que no se escape el aire caliente, existían los hornos de tierra, de ladrillo, y más.	
Imagen	



Fuente: Martínez, Christian (2014).

Fuente: Casa, G. y Ramos, T. (2018). Técnicas gastronómicas ancestrales aplicadas en la comunidad Tigua, cantón Pujilí como aporte al desarrollo turístico. Sangolquí.

Figura 15.*A la piedra*

Técnica ancestral:	A LA PIEDRA
Descripción	
Técnica que se basa en preparar alimentos utilizando piedras volcánicas calientes, después de calentar directamente con fuego a las piedras y provocar un color rojo cenizo, se las coloca sobre o entre los productos.	
Imagen	



Fuente: More, Pablo (2012).

Fuente: Casa, G. y Ramos, T. (2018). Técnicas gastronómicas ancestrales aplicadas en la comunidad Tigua, cantón Pujilí como aporte al desarrollo turístico. Sangolquí.

Utensilios Ancestrales

La gastronomía nacional y regional dispone de utensilios que son perfectos asistentes el momento de preparar alimentos, pues la creatividad y habilidad de nuestros antepasados no tenían límite, por ello existe una amplia gama de productos de diferentes materiales que han sido útiles en la cocina desde la antigüedad hasta la actualidad.

A continuación se detallan los materiales y utensilios elaborados en la época ancestral más utilizados hasta hoy en día a lo largo de toda la Región Andina, junto con la descripción correspondiente, mismos que son iconos de la gastronomía ancestral y típica, y que indirectamente brindan un sabor único a esta gastronomía.

El barro es uno de los materiales que se ha utilizado desde hace miles de años para la construcción de vasijas, refugios, por ser de material poroso en la cocina permitía que el vapor

encerrado salga y se pueda cocinar con poca humedad, el tiempo requerido para cocer el alimento es de 2 o 3 horas máximo.

Figura 16.
Ollas de Barro



Nota: Epifanía de la cultura gastronómica ecuatoriana. (2012)

Otro elemento principal es la piedra, pues en la época paleolítica, la piedra predominaba en construcción de casas, instrumentos de caza y también de cocina, por ser un elemento demasiado duro servía para triturar cosas, para realizar cuchillos, hachas y otras cosas filosas, para moler alimentos se utilizaban piedras planas, su duración es sumamente prolongada a través del tiempo.

Figura 17.
Piedra de moler ají - Uchurumi



Nota: Monge, Elena (2015)

Tabla 3.
Utensilios ancestrales de cocina

MATERIAL	UTENSILIO	DESCRIPCIÓN/USO
Pilche	Mate	Recipiente para almacenar bebidas, similar a un vaso.
	Pilches	Más grande u ancho que el mate, su duración supera los 5 años.
Barro	Ollas	De forma cilíndrica, de distintos tamaños, se usa para hervir, estofar o cocinar al vapor, el tiempo de cocción demora entre 15 y 20 minutos más que una olla de aluminio.
	Cántaros	Vasija de forma esférica de distintos tamaños que sirve para transportar y almacenar agua o líquidos.
	Tinajas	Vasija de forma ovalada, boca u pies estrechos, se utilizan para almacenaje de granos, líquidos.
	Comal	Similar a un plato llano de unos 30 cm, sirve para calentar como una olla directo al fuego.
	Tiesto	Mucho más grande y con forma similar al del comal, se utiliza para calentar o tostar alimentos sin necesidad de grasa.
	Cazuelas	Considerado como uno de los precursores del plato, son recomendables para guisos y estofados.
	Piedra	Piedra de moler
Molcajete		Mortero de piedra con una forma cilíndrica, que sirve para triturar o moler granos secos, especias, vegetales, destinados a la preparación de salsas.
Metate		Similar a la piedra de moler, es una plancha rectangular con 3 o 4 patas de apoyo, acompañado de una pieza cilíndrica que permite moler maíz.
Madera	Cucharas de palo	Cucharas elaboradas con un tipo de madera, de distintas formas y tamaños, pueden ser como tipo palas o más cóncavas.
	Bateas	Elaboradas con madera de balso, resistente al agua, de varios tamaños, sirve como recipiente para contener granos secos y alimentos no líquidos.
	Cucharones	Variedad más grande y con más capacidad que las cucharas de palo o madera.
Bronce	Paila	Elaboradas con barro y bronce fundido, son grandes y pesadas, sirven para cocinar alimentos a fuego abierto.
Varios	Coladeras	También llamados cedazos. Elaboradas de diferentes fibras y sirve para colar o cernir harinas o féculas.
	Sacos	Elaborados de cabuya u otras fibras, son utilizados para almacenar y cuidar alimentos de la humedad.

Nota: elaboración con base en la investigación de Casa y Ramos (2018). Técnicas gastronómicas ancestrales aplicadas en la comunidad Tigua, Cantón Pujilí como aporte al desarrollo turístico. Sangolquí.

Platos Ancestrales y Típicos

Los platos ancestrales es la representación de la forma de vida que llevaban nuestros antepasados, un pueblo con tradiciones y costumbres bien marcadas en torno a la naturaleza, a la tierra y al sol, utilizaban todos los productos antes mencionados propios de las tierras fértiles de la zona andina fusionando con las técnicas y utensilios rústicos.

Los platos ancestrales se caracterizan por ocupar todas las partes de los productos y alimentos, tanto en cárnicos, como en frutas, vegetales, especias y demás sin desperdiciar nada, la gastronomía ancestral serrana tiene base en granos secos, tubérculos y cárnicos como: maíz, cebada, papas, ocas, frejol, arvejas, quinua, y cuy, entre otros.

Figura 18.

Mote casado y Chicha de jora



En cuanto al primer grupo de platos gastronómicos, hay una amplia gama de sopas, coladas y caldos, ya que por el mero hecho de que todas ellas contiene al menos uno de los productos ancestrales mencionados, también se los puede mezclar entre sí, incluso con las distintas variedades de un mismo producto, por ejemplo el locro de papa, está elaborado con trece variedades de papas, tales son: la papa leona, pastosa, colipamba, negra, parda, rosada, chola,

esperanza, Gabriela, margarita, torillocacho, violeta y tandapamba, otros caldos pueden contener acelga, maíz, chochos, frejol, quinua, entre otros.

Mientras tanto en relación al grupo de los segundos o platos principales son muy particulares, pues como en las sopas, aquí también contienen todo tipo de grano seco, especias, futas, verduras o tubérculos, acompañados siempre de gallina criolla o cuy que son los más comunes; por ejemplo los secos, que son estofados muy jugosos están preparados a base de chicha, naranjilla, refritos, para servirlos junto con arroz, papas, aguacate, o cebollas encurtidas, destacando este plato como ícono provincial.

Por otro lado, otra delicia al paladar son los dulces, entradas, postres y bebidas que sin duda alguna son el complemento perfecto a un exquisito menú ancestral, la bebida más conocida a nivel nacional e internacional es la chicha de jora, esta bebida se elabora a base de la harina de maíz amarillo, rojo, morocho, canguil, chulpi, cebada y trigo, cocinándole junto con las cáscaras de piña, se la deja fermentar al ambiente por algunos días y se la sirve, se la considera sagrada ya que solo se la prepara para “grandes solemnidades y a la que se le atribuye cierto poder mágico (...) bebida sagrada que se le brindaban a los Dioses que controlan la fuerza de los vientos, las lluvias y el sol” (Monge, 2015, p. 25).

A continuación se detalla una lista de todos los platos y platillos ancestrales de la Región Andina recopilados en la tabla 13.

Tabla 4.

Listado de platos ancestrales en la Región Andina

SOPAS/ CALDOS/ COLADAS	PRICIPALES /SEGUNDOS	ENTRADAS /POSTRES	BEBIDAS
Locro de papa	Choclos con queso y habas	Cositas finas	Chicha de jora
Ají de carne		Tortillas de trigo al tiesto	Chahuarmishque
Colada de zapallo con choclo tierno y papas	Papas con salsa de maní o salsa de pepas de zambo	Tortillas de maíz con papa (bonitísimas)	Guarango
Colada de churos	Llapingachos	Tortillas de verde	Chicha de morocho
Colada de haba	Chuchuca con maíz	Tortillas de yuca	Rosero
Timbushca (con papas)	Cucayo	Tamales	Champús con mote
Colada de maíz con cuy	Ají de cuy	Choclotandas (humitas)	Chicha de morocho
Uchujacu con cuy	Habas con mellocos y papas	Empanadas de viento rellenas de queso, carne o pollo.	
Arroz de cebada	Papas con cuy asado	Empanadas de morocho	
Colada de oca	Mote casado	Empanadas de plátano maqueño y queso	
Locro de zambo	Mote pila con frejol	Catzos blancos	
Uchukuta (fanesca)		Cuzos con maíz	
Sopa de quinua		Mojicones	
		Tostado de sal y dulce	
		Chochos con tostado o chulpi	
		Chigüiles	
		Tortillas tabacundeñas	
		Dulce de zambo con chaguarmishque	

Nota: Elaboración en base a Gallardo, C. (2013). *Ecuador Culinario*. UDLA.

Capítulo II

Marco Metodológico

Enfoque de la Investigación

En el presente proyecto se aplicó el enfoque mixto, ya que se utilizó tanto la investigación cualitativa como cuantitativa, la primera hace referencia para analizar los datos de la parroquia, situación actual, y la información principal necesaria para estudiar la realidad tal como sucede; la segunda mencionada hace referencia al método para la recolección de datos mediante investigación primaria y la aplicación de diferentes herramientas para la obtención de una realidad desde una perspectiva externa y de diferentes fuentes, que permite cuantificar el problema.

Tipología de la Investigación

Investigación documental

Se utilizó la investigación documental o bibliográfica lo cual permite obtener información de fuentes secundarias y veraces sobre las expresiones culturales inmateriales y los componentes de la gastronomía, así también como las fichas establecidas de algunos platos tradicionales y ancestrales con sus ingredientes, mismos que son muy pocos los documentados en los diferentes medios de información.

Investigación Exploratoria

Los estudios exploratorios son útiles para abordar campos poco conocidos apoyados en revisiones de literatura y bibliográficas, donde el problema necesita ser aclarado y delimitado, es así como los platos, técnicas y utensilios gastronómicos ancestrales de la parroquia

Tabacundo es un tema muy poco investigado y registrado en documentos, lo que provoca el desconocimiento de la población y la pérdida progresiva de identidad cultural.

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva juega un papel preponderante para identificar de una manera más personalizada la información de expresiones culturales no difundidas por la población como los platos junto con las técnicas y utensilios ancestrales cuyo valor cultural no tiene precio, pero si el potencial suficiente para ser dado a conocer a los visitantes y fomentar el desarrollo turístico gastronómico local; los estudios descriptivos se enfocan en conocimientos más clarificados, pero que aún necesitan de información para establecer relaciones que solucionen de alguna manera el problema previsto.

Investigación de Campo

La investigación de campo facilitó indagar directamente con todos quienes estén involucrados en la investigación, para conocer las situaciones, costumbres y actitudes de la población para con el turismo, y su forma de interrelacionarse y compartir su identidad cultural con las demás personas para de cierta forma conservar su esencia ancestral.

Hipótesis (Del ser el caso. Estudios: empírico y teórico)

No aplica

Procedimiento para Recolección de Datos

Los instrumentos que se han utilizado en esta investigación son: la bibliografía, que ayuda a concretar información secundaria necesaria como el inventario de los platos realizados con técnicas ancestrales; por otro lado, las encuestas son necesarias para aplicar a turistas y comunidad de la parroquia con preguntas cerradas y abiertas. Además, a los prestadores de

servicio, miembros del GAD y personas que tengan conocimientos de los saberes ancestrales en el campo gastronómico se ha aplicado la entrevista profunda con preguntas netamente abiertas para obtener información primaria directa de la fuente.

Herramientas de Recolección de Datos

Para que el proyecto de investigación sea lo más cercano a la realidad, se aplicó las herramientas de observación, entrevista y encuesta; las entrevistas a profundidad a los miembros del GAD, algunos prestadores de servicios, y al Presidente de la Corporación de la Cámara de Turismo de Pedro Moncayo que representa a los prestadores de servicios (restaurantes), que brindan un panorama claro de la gastronomía ancestral que aún se realiza dentro de la parroquia, cuál es su historia y qué están dispuestos a hacer para promover el desarrollo turístico con la pérdida paulatina de su identidad culinaria.

De la misma manera, las encuestas fueron aplicadas a la muestra de la población de la parroquia y de los turistas que visitan Tabacundo ya sean nacionales o extranjeros, ya que aporta significativamente datos precisos de la situación actual y la probabilidad de actuar en la propuesta para mejorar o solucionar el problema.

Población y Muestra

Se aplicó directamente a todos los actores involucrados en la cultura ancestral, y a los que hacen posible dinamizar este tipo de patrimonio cultural, es decir, se enfocó principalmente a la comunidad, los turistas, miembros del GAD Municipal (técnica de turismo y patrimonio, y coordinador de educación y cultura), presidente de la Corporación de la Cámara de Turismo de Pedro Moncayo y algunos prestadores de servicios de alimentos y bebidas que reabrieron sus puertas por la situación actual.

Debido a la situación de la pandemia que se presentó, en esta investigación se aplicó un muestreo tanto de la población como de los turistas. Según el (Censo de Población y Vivienda (CPV-2010), Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010), elaborado por: Unidad de Procesamiento de la Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos (DESAE)-INEC, la población total de la cabecera cantonal es de 16.403 entre población urbana y rural. La fórmula para calcular el tamaño de muestra es:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

En donde, N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción). Entonces, reemplazando todos los valores en la fórmula, quedaría de la siguiente manera

$$n = \frac{16403 \times 2^2 \times 0.5 \times 0.5}{5^2 \times (16403 - 1) + 2^2 \times 0.5 \times 0.5} \quad n = 263$$

Por lo tanto se realizó 263 encuestas vía on line y físicamente en la parroquia.

De igual manera se realizó también el muestreo a los visitantes, ya que según un informe otorgado por la Lic. Mery Espinosa (Técnica de la Unidad de Turismo y Patrimonio) los visitantes a eventos culturales en el Cantón Pedro Moncayo del año 2019 fueron 13.400 personas, de los cuales el 15% acuden exclusivamente a la parroquia Tabacundo; se aplicó la misma fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{13400 * 2^2 * 0.5 * 0.5}{5^2 * (13400 - 1) + 2^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 238$$

Por lo tanto se aplicó 238 encuestas a los turistas de manera virtual y física.

Por otro lado, se realizó entrevistas a dos miembros del GAD Municipal de Pedro Moncayo, al Presidente de la Corporación de la Cámara de Turismo de Pedro Moncayo y dos establecimientos de alimentos y bebidas (el restaurante “El Rancho Manabita” y el restaurante “Intiraymi”).

Instrumentos

Dentro de los instrumentos básicos de aplicación se tomó en cuenta: dos formatos de cuestionario de entrevistas, que facilitan la obtención de la información actual de la situación, así mismo dos formatos de cuestionario de encuestas, cuya función es guiar a que el proyecto cumpla con los objetivos propuestos.

Resultados

Resultados del formato 1. Encuesta dirigida a la comunidad

a. Identifique su género

Tabla 5.

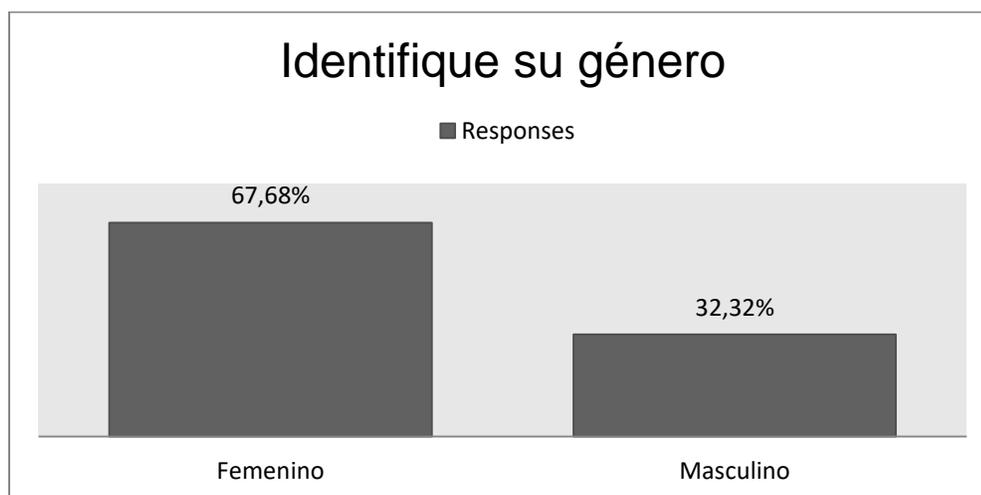
Género

Identifique su género		
Opciones		Respuestas
Femenino	67,68%	178
Masculino	32,32%	85
	Respondido	263

Interpretación: El 67,68% de la población encuestada de Tabacundo son mujeres, mientras que el 32,32% corresponde a los hombres, es decir que el género femenino es el más abundante en la parroquia y estuvo más predispuesto a que se le realice la encuesta.

Figura 19.

Género

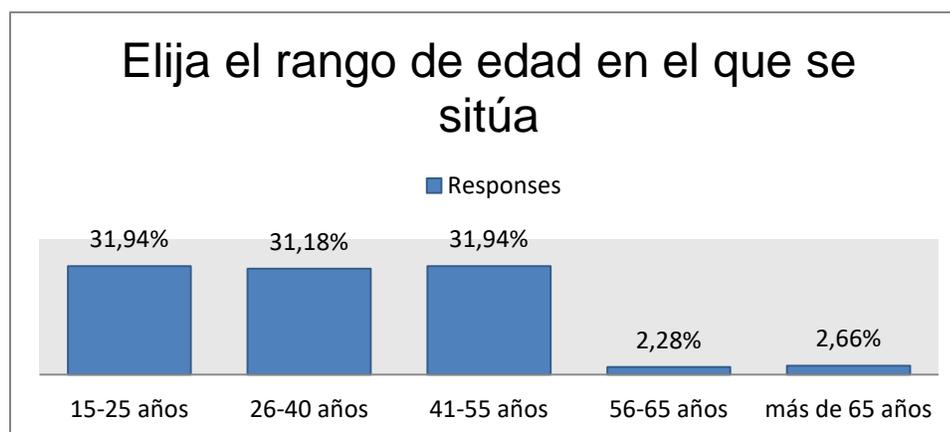


b. Elija el rango de edad en el que se sitúa

Tabla 6.*Edad*

Opciones	Respuestas	
15-25 años	31,94%	84
26-40 años	31,18%	82
41-55 años	31,94%	84
56-65 años	2,28%	6
más de 65 años	2,66%	7
Respondido		263

Interpretación: La edad de la población encuestada oscila entre los 15 a 25 años y 41 a 55 años con un porcentaje de 31,94% cada uno, lo que quiere decir que es una población relativamente joven, lo que a la vez vendría a ser negativo porque esta población no tiene los conocimientos ancestrales suficientes en relación a la gastronomía, misma que provoca la pérdida más rápida de estas tradiciones y secretos culinarios. Por otro lado también fue un limitante para la obtención basta de la información ancestral, sin embargo esto hace entender que esta propuesta es muy buena para rescatar lo que aun dispone la parroquia.

Figura 20.*Edad*

c. Nivel de Instrucción

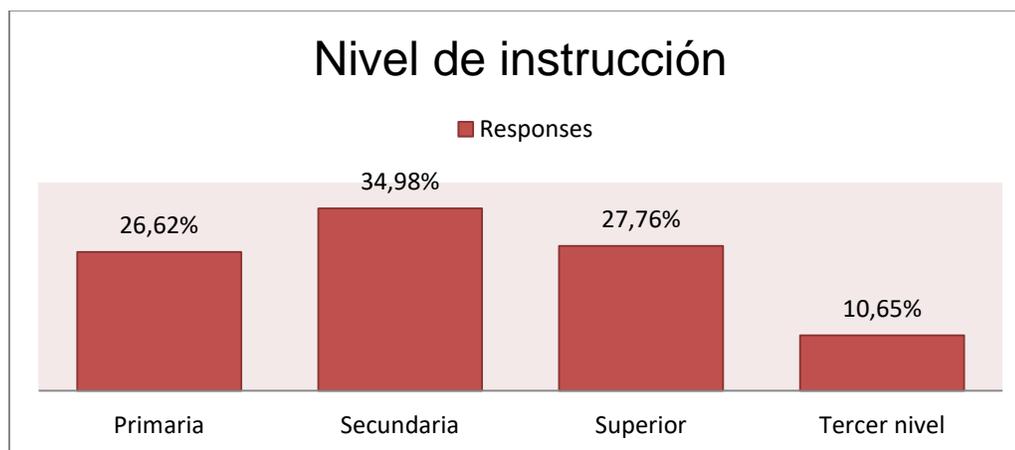
Tabla 7.
Nivel de Instrucción

Opciones	Respuestas	
Primaria	26,62%	70
Secundaria	34,98%	92
Superior	27,76%	73
Tercer nivel	10,65%	28
	Respondido	263

Interpretación: El 34,98% de los encuestados han completado la secundaria como su nivel de instrucción académica, seguido del nivel superior con un 27,76%, es decir que la población cuenta con un nivel académico de medio- bajo, y tan sólo el 10,65% tienen un nivel de estudio alto o tercer nivel.

Figura 21.

Nivel de instrucción



1. ¿Cree usted que la gastronomía de Tabacundo es muy reconocida?

Tabla 8.

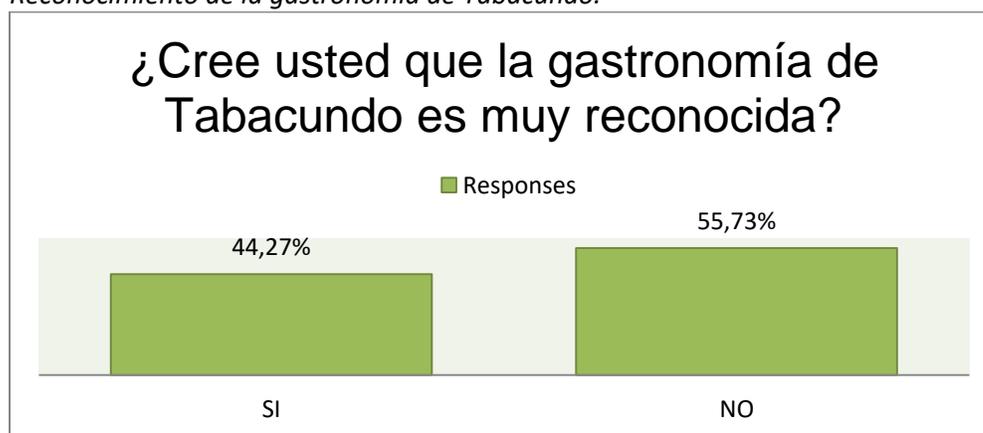
Reconocimiento de la gastronomía de Tabacundo

Opciones	Respuestas	
SI	44,27%	116
NO	55,73%	146
Si su respuesta es No especifique el por qué:		117
	Respondido	262
	Omitido	1

Interpretación: El 55,73% de los encuestados piensan que a Tabacundo NO se lo reconoce mediante su gastronomía, lo que quiere decir que la mayoría de los encuestados reconoce que su gastronomía no está posicionada en lo absoluto y algunas de las razones son porque es debido a la falta de promoción y falta de información de los organismos administradores de la población. Esto implica que al tener el mayor porcentaje con una opinión negativa de los pobladores esta investigación sea una pieza clave para aportar más conocimiento y estrategias para fortalecer este ámbito.

Figura 22.

Reconocimiento de la gastronomía de Tabacundo.



2. Elija qué platos propios de Tabacundo conoce usted.

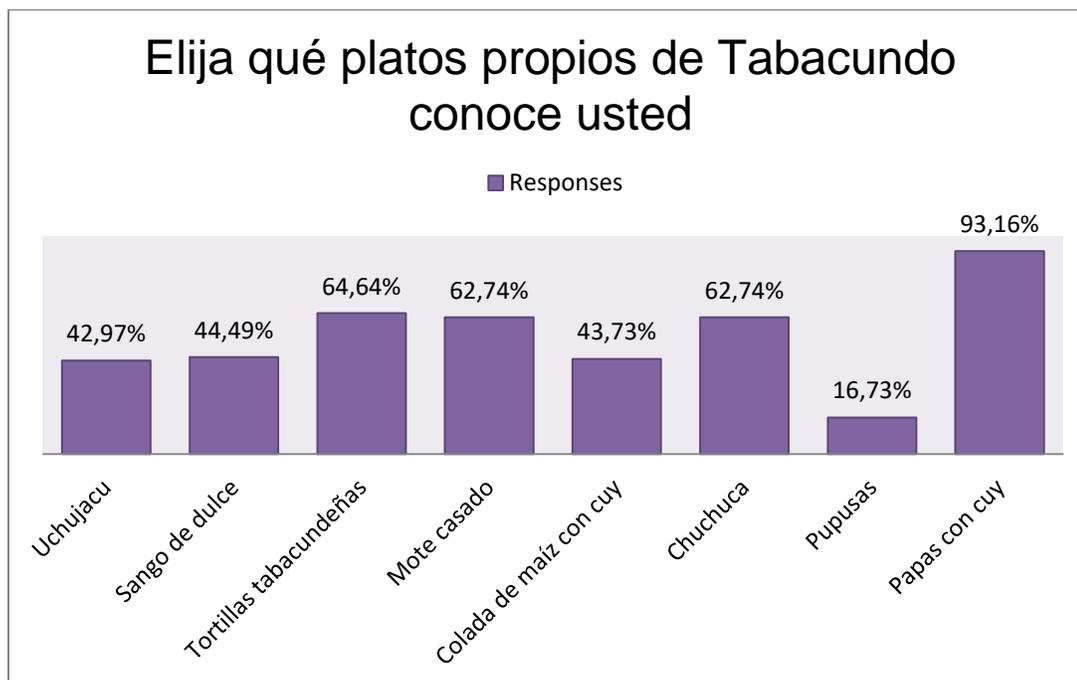
Tabla 9.

Platos propios de Tabacundo

Opciones	Respuestas	
Uchujacu	42,97%	113
Sango de dulce	44,49%	117
Tortillas tabacundeñas	64,64%	170
Mote casado	62,74%	165
Colada de maíz con cuy	43,73%	115
Chuchuca	62,74%	165
Pupusas	16,73%	44
Papas con cuy	93,16%	245
	Respondido	263

Interpretación: Las papas con cuy es el plato más conocido por los comuneros con un 93,16%, seguido por las tortillas tabacundeñas con el 64,64%, el mote casado y la chuchuca ocupan el tercer lugar de conocimiento en la población con el 62,74%; por el contrario, los platos menos conocidos son la colada de maíz con cuy, el uchujacu y las pupusas que son platos propios de la zona, por lo que al ver que la población desconoce algunos de sus platos propios, hace falta dar a conocer con mayor énfasis en la parroquia mediante la propuesta.

Figura 23.
Platos propios de Tabacundo



3. ¿Considera que Tabacundo cuenta con gastronomía ancestral?

Tabla 10.

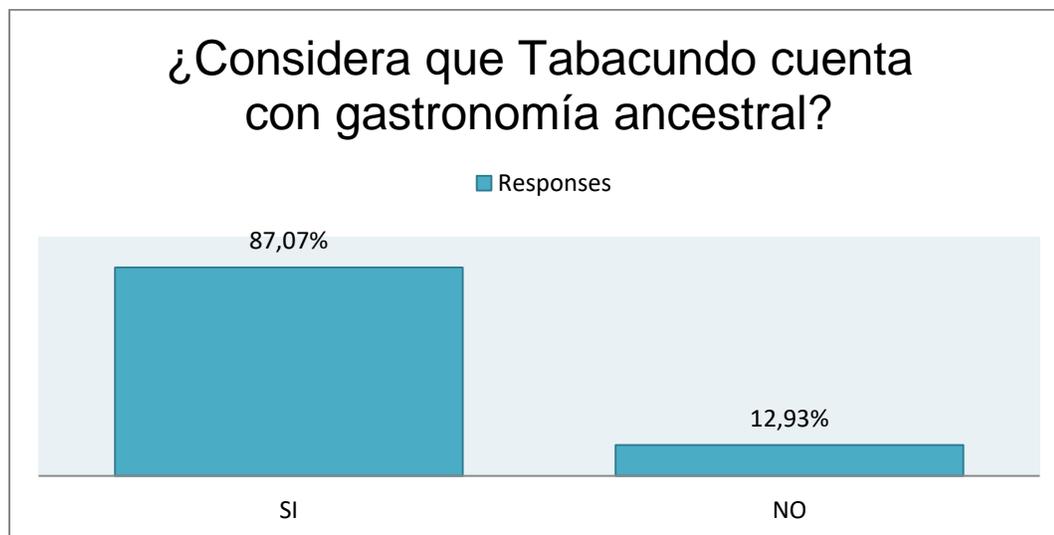
Gastronomía ancestral en Tabacundo

Opciones	Respuestas	
SI	87,07%	229
NO	12,93%	34
Respondido		263

Interpretación: El 87,07% de la población reconoce que Tabacundo sí cuenta con gastronomía ancestral, sin embargo el 12,93% piensa que su parroquia carece de la gastronomía ancestral, lo que se traduce que quizá por falta de conocimiento la minoría no se identifica con su gastronomía aun teniéndola en sus alrededores.

Figura 24.

Gastronomía ancestral en Tabacundo



4. ¿Está de acuerdo que a través de la gastronomía se puede dar a conocer a Tabacundo?

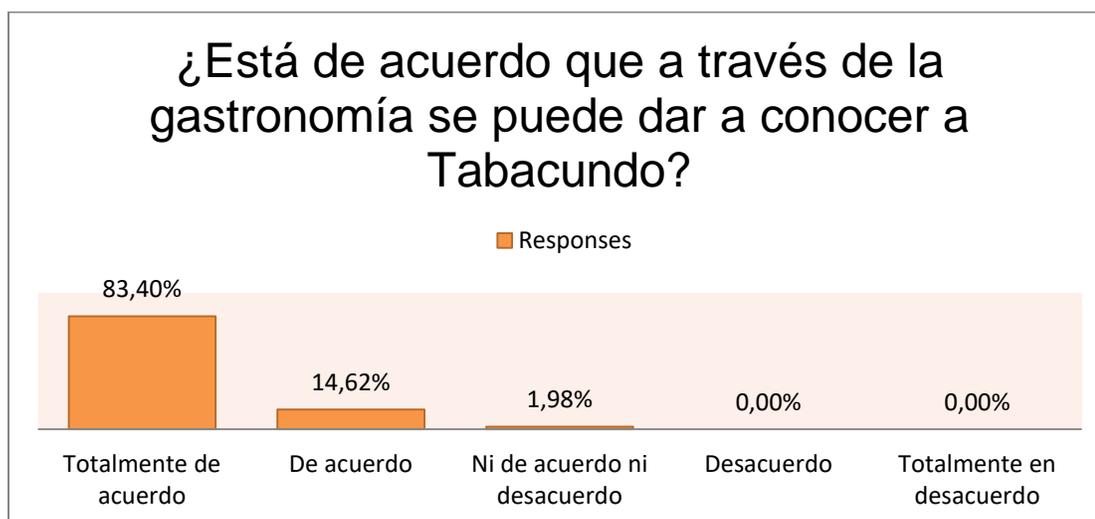
Tabla 11.

La gastronomía como medio de difusión

Opciones	Respuestas	
Totalmente de acuerdo	83,40%	211
De acuerdo	14,62%	37
Ni de acuerdo ni desacuerdo	1,98%	5
Desacuerdo	0,00%	0
Totalmente en desacuerdo	0,00%	0
	Respondido	253
	Omitido	10

Interpretación: La gran mayoría de la población, considera que la gastronomía es un factor importante mediante la cual se puede dar a conocer a Tabacundo, en contraste con el 1,98% que tiene una opinión imparcial sobre el tema. Efectivamente la población deduce que a través de la gastronomía SI se puede dar a conocer Tabacundo turísticamente.

Figura 25.

La gastronomía como medio de difusión

5. Siendo 1 el más alto y 5 el más bajo, califique del 1 al 5, los platos de Tabacundo según su nivel de recomendación.

Tabla 12.

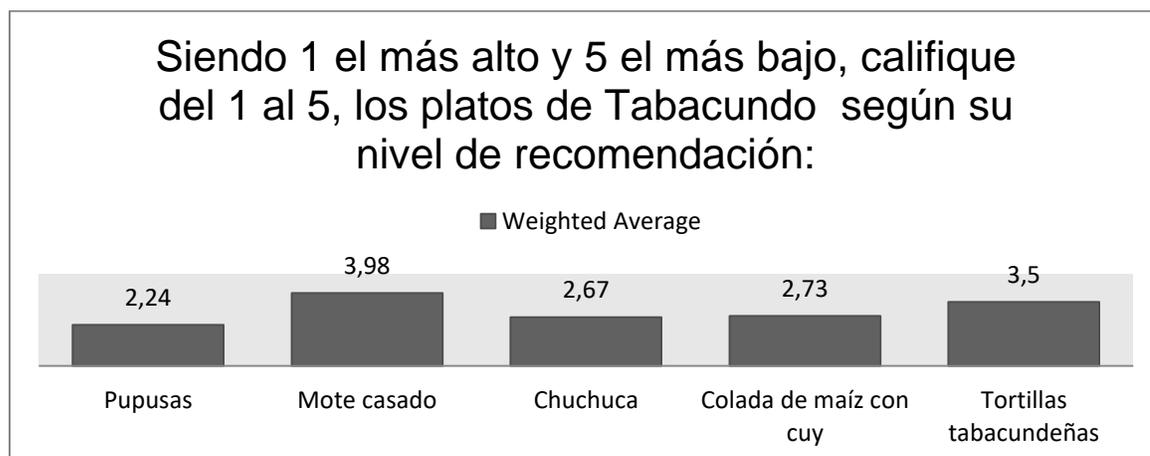
Recomendación de platos fuertes

	1	2	3	4	5	Total	Resp					
Pupusas	35,81%	82	28,82%	66	15,72%	36	14,85%	34	4,80%	11	229	2,24
Mote casado	10,36%	23	7,66%	17	16,22%	36	4,95%	11	60,81%	135	222	3,98
Chuchuca	15,15%	35	35,93%	83	20,78%	48	23,38%	54	4,76%	11	231	2,67
Colada de maíz con cuy	26,43%	60	15,42%	35	22,47%	51	29,96%	68	5,73%	13	227	2,73
Tortillas tabacundeñas	9,52%	22	9,96%	23	26,41%	61	29,00%	67	25,11%	58	231	3,5
											Resp Omi	253 10

Interpretación: La población de Tabacundo recomienda en primer lugar el mote casado con una ponderación de 3,98 sobre 5 puntos, en segundo lugar recomiendan las tortillas tabacundeñas con 3,5 puntos, en tercer lugar la colada de maíz con cuy; la chuchuca se encuentra en cuarto lugar de recomendación por los pobladores y en último lugar se encuentran las pupusas.

Figura 26.

Recomendación de platos fuertes



6. Siendo 1 el más alto y 5 el más bajo, califique del 1 al 5, las bebidas y postres de Tabacundo según su nivel de recomendación

Tabla 13.

Recomendación de bebidas y postres

	1	2	3	4	5	Total	Resp
Guarango	26,43% 60	29,07% 66	25,11% 57	14,10% 32	5,29% 12	227	2,43
Rosero	39,66% 94	24,47% 58	13,50% 32	8,44% 20	13,92% 33	237	2,32
Champús	10,50% 23	24,20% 53	31,05% 68	21,92% 48	12,33% 27	219	3,01
Caca de perro	10,76% 24	10,31% 23	17,04% 38	26,01% 58	35,87% 80	223	3,66
Chicha de jora	8,89% 20	8,44% 19	12,89% 29	32,89% 74	36,89% 83	225	3,8
						Resp. Omit	253 10

Interpretación: De igual manera entre las bebidas y postres, la población tabacundeña recomienda con 3,8 puntos en primer lugar la chicha de jora, pues piensan que la chicha de jora es una bebida milenaria; por otro lado la caca de perro o maíz dulce tiene 3,66 puntos de recomendación por lo que ocupa el segundo lugar; el champús se lo recomienda en tercer lugar, en cuarto lugar el guarango y por último el rosero. La finalidad es concientizar más el consumo de estas últimas bebidas que tienen gran identidad cultural.

Figura 27.

Recomendación de bebidas y postres



7. Seleccione las técnicas de cocina ancestral de la parroquia Tabacundo que usted conozca:

Tabla 14.

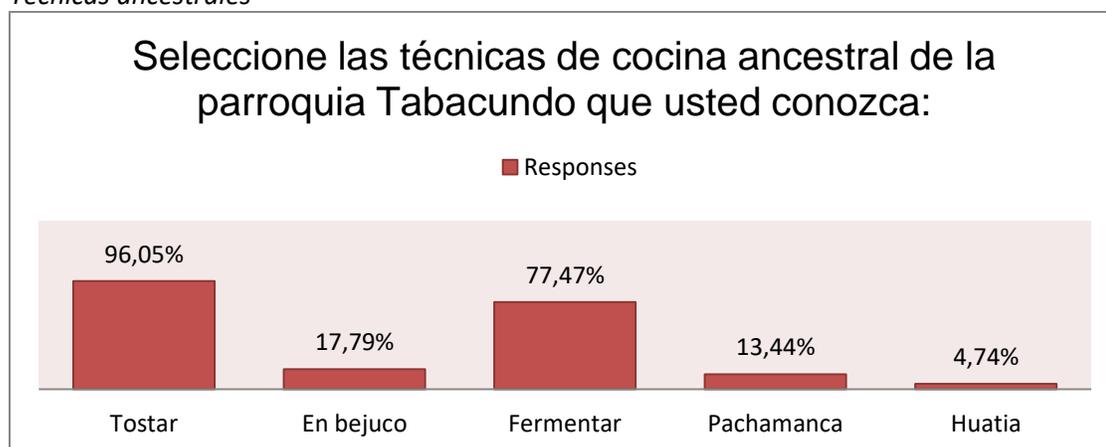
Técnicas ancestrales

Opciones	Respuestas	
Tostar	96,05%	243
En bejuco	17,79%	45
Fermentar	77,47%	196
Pachamanca	13,44%	34
Huatia	4,74%	12
	Respondido	253
	Omitido	10

Interpretación: La técnica más conocida por la población de Tabacundo con un 96,05% es la técnica del tostar, seguido de la técnica del fermentar, pues estas dos técnicas acompañadas de otras pocas son las que más se utilizan como la técnica del asado, horneado, hervido y molido; mientras que las técnicas de asado en bejuco, en huatia y la pachamanca están discontinuadas en la parroquia, en cambio la técnica de a la piedra y en tiesto, son muy poco realizadas, lo que sería optimo fomentar la práctica de estas técnicas ancestrales para que no se pierdan.

Figura 28.

Técnicas ancestrales



8. Escoja los utensilios ancestrales de la parroquia Tabacundo que usted conozca

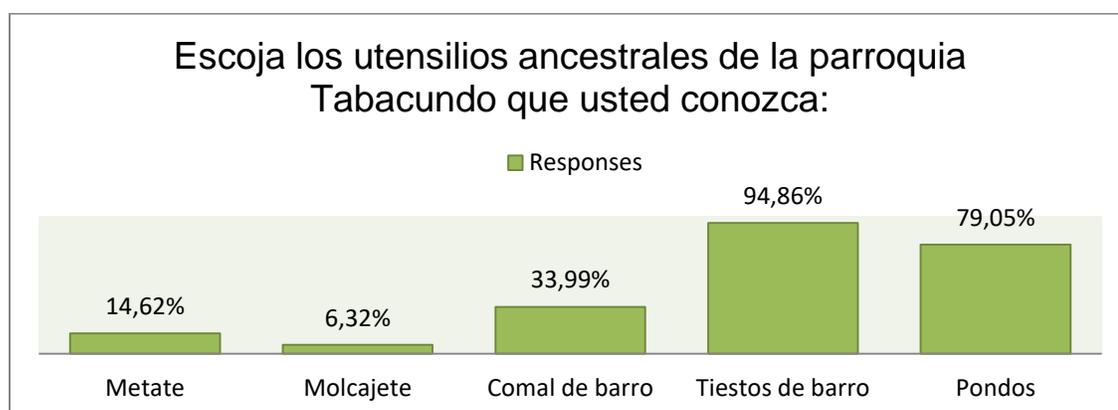
Tabla 15.

Utensilios ancestrales

Opciones	Respuestas	
Metate	14,62%	37
Molcajete	6,32%	16
Comal de barro	33,99%	86
Tiestos de barro	94,86%	240
Pondos	79,05%	200
	Respondido	253
	Omitido	10

Interpretación: El 94,86% de la población encuestada menciona que los tiestos de barro, los pondos u ollas de barro con un 79,05%, junto con las pailas de bronce son los utensilios más conocidos en la parroquia Tabacundo, seguido del comal de barro en tercer lugar con 33,99%. El metate y el molcajete (con esos nombres) son los menos conocidos a nivel parroquial, pero como “mortero” si les resulta familiar, por lo mismo, los pobladores piensan que las pocas existencias de los utensilios ancestrales deberían ser difundidas.

Figura 29.

Utensilios ancestrales

9. ¿Cuáles de los siguientes son los productos que usted utiliza más?

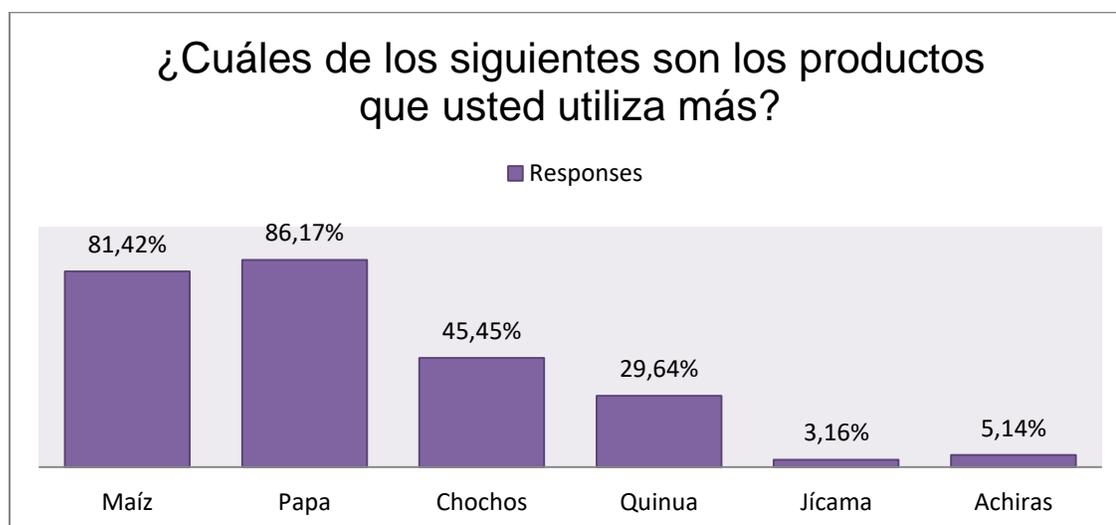
Tabla 16.

Productos más utilizados

Opciones	Respuestas	
Maíz	81,42%	206
Papa	86,17%	218
Chochos	45,45%	115
Quinua	29,64%	75
Jícama	3,16%	8
Achiras	5,14%	13
	Respondido	253
	Omitido	10

Interpretación: Con un 86,17 % la papa resultó ser el producto más utilizado por los comuneros de la parroquia, seguido por el maíz con un 81,42%, siendo los chochos el tercer lugar en ocupación de la población tabacundeña. Así mismo la jícama es un producto prácticamente perdido e inutilizado seguido de las achiras, lo que se pretende dar a conocerlas para que sigan siendo consumidas por la población en diferentes recetas.

Figura 30.

Productos más utilizados

10. ¿Qué técnicas y utensilios cree usted que se ha perdido a través del tiempo o está por desaparecer?

Tabla 17.

Técnicas y utensilios perdidos

Opciones	Respuestas
Utensilios: Mates	48,41% 122
Cantaros de cerámica	40,87% 103
Batanes de piedra	51,19% 129
Pailas de bronce	62,30% 157
Rallador de piedra	67,46% 170
Técnicas: Molido	45,24% 114
Horno de tierra	59,52% 150
A la piedra	49,21% 124
Envueltos	13,10% 33
Pachamanca	11,90% 30
	Respondido 252
	Omitido 11

Interpretación: en cuanto a los utensilios, según la población, con un 67,46% el rallador de piedra es el instrumento que más se ha perdido a través del tiempo, seguido de las pailas de bronce y de los batanes de piedra o molina de piedra, que están prácticamente discontinuados.

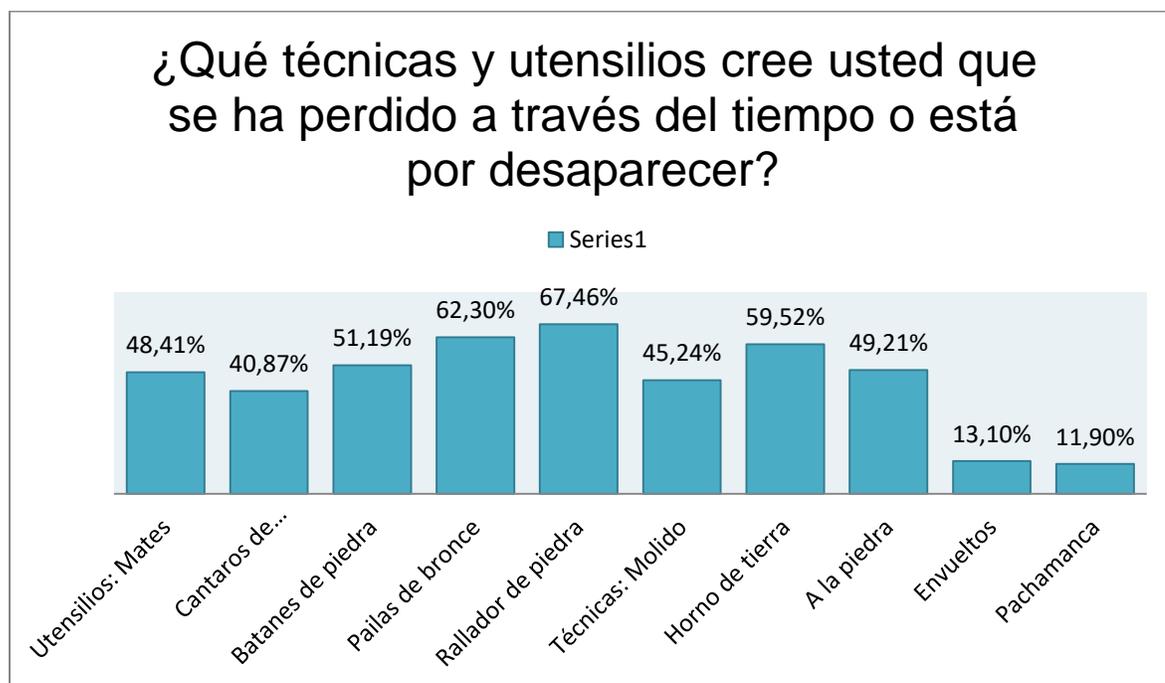
Así mismo, los hornos de tierra y la técnica a la piedra son las que más se han perdido en el tiempo; la técnica del molido y a vapor por medio de los envueltos aún se encuentran vigentes y son realizados todavía en la parroquia, mientras que la pachamanca ha tenido un poquísimos porcentaje, no por ser la que más ha perdurado en el tiempo, si no que por ser la menos conocida por la población y por ende la menos practicada, ya que manifiestan que la pachamanca se lo realiza más en Perú.

Esto que quiere decir que las técnicas y utensilios que más han desaparecido son las que están elaboradas en piedra, barro y cerámica, junto con las de bronce y piedra pómez adicionalmente,

lo cual resulta importante rescatar estos utensilios y técnicas para motivar a las personas a que sigan practicando y utilizándolos y fomentar la gastronomía propia de la zona.

Figura 31.

Técnicas y utensilios perdidos

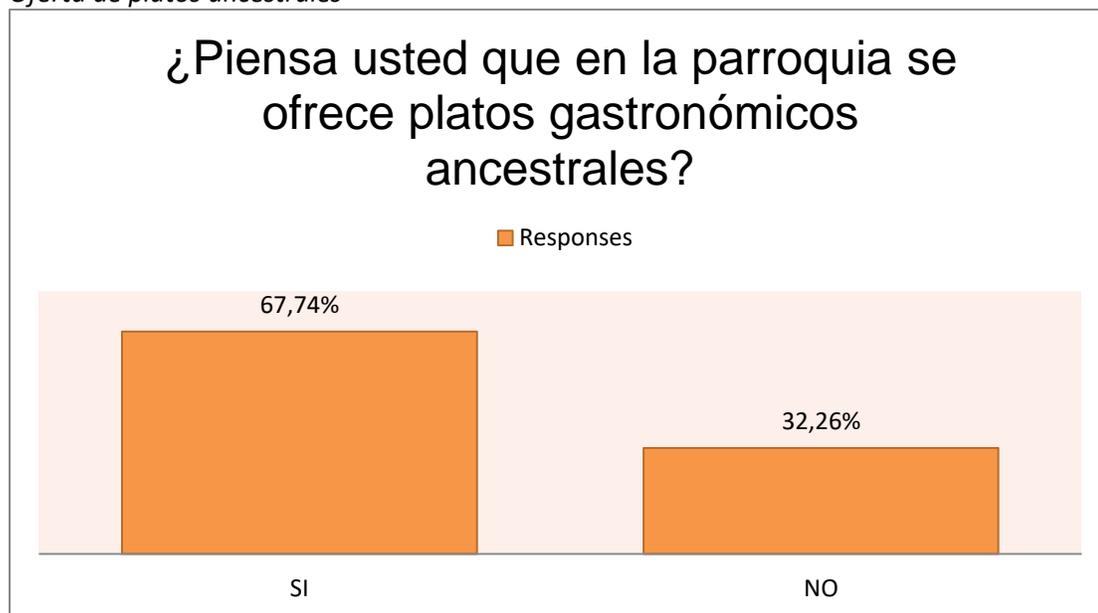


11. ¿Piensa usted que en la parroquia se ofrece platos gastronómicos ancestrales?

Tabla 18.*Oferta de platos ancestrales*

Opciones	Respuestas	
SI	67,74%	168
NO	32,26%	80
	Respondido	248
	Omitido	15

Interpretación: La mayoría de la población encuestada piensa que la parroquia sí oferta platos gastronómicos ancestrales que representa el 67,74% de la comunidad, sin embargo la diferencia que corresponde al 32,26% piensan que Tabacundo no cuenta con oferta de gastronomía ancestral dentro de ella, pues las familias solamente preparan platos ancestrales para su consumo interno, mas no para la comercialización a visitantes o turistas.

Figura 32.*Oferta de platos ancestrales*

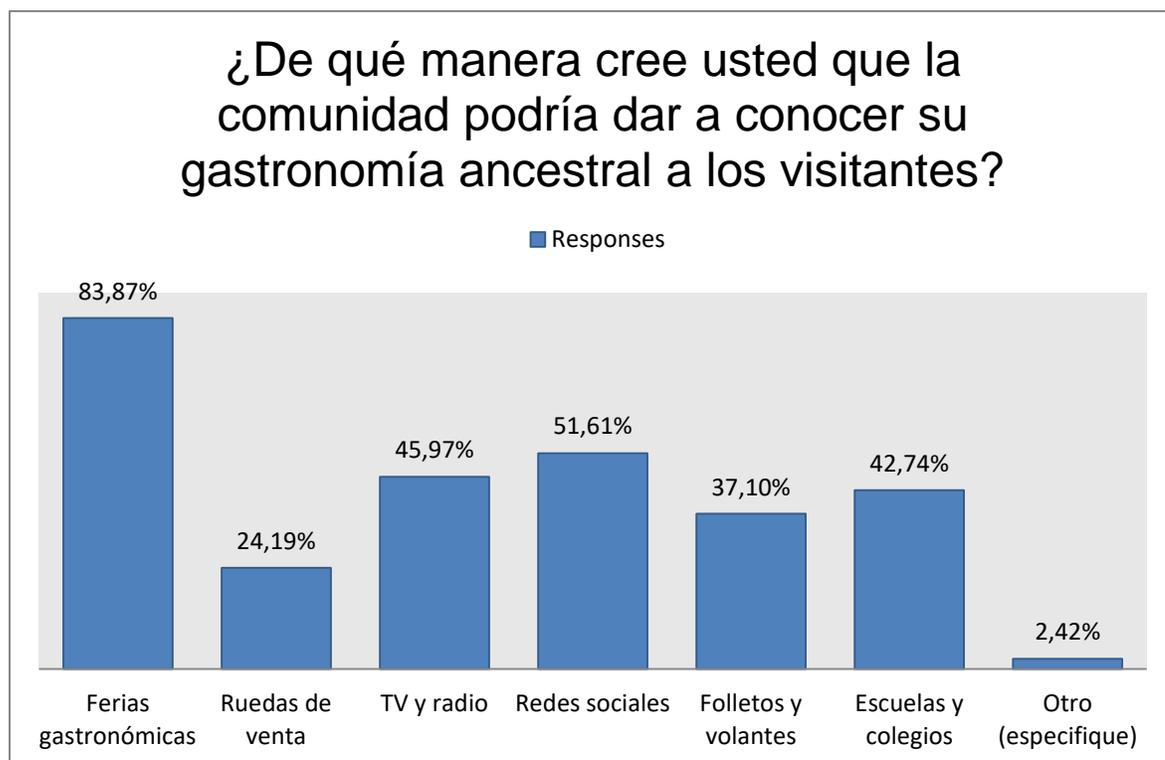
12. ¿De qué manera cree usted que la comunidad podría dar a conocer su gastronomía ancestral a los visitantes?

Tabla 19.

Formas de publicitar la gastronomía

Opciones	Respuestas	
Ferias gastronómicas	83,87%	208
Ruedas de venta	24,19%	60
TV y radio	45,97%	114
Redes sociales	51,61%	128
Folletos y volantes	37,10%	92
Escuelas y colegios	42,74%	106
Otro (especifique)	2,42%	6
	Respondido	248
	Omitido	15

Interpretación: El 83,87% de los comuneros creen que las ferias gastronómicas son el medio más adecuado para dar a conocer la gastronomía ancestral de Tabacundo, otra alternativa son la redes sociales con el 51,61%, mientras que la promoción por medio de las escuelas y colegios es la tercera opción para que se dé a conocer la gastronomía ancestral de la parroquia, sin embargo otra alternativa es realizar charlas con las personas interesadas dentro de la parroquia. Entonces sin duda alguna, las ferias gastronómicas son las que se van a utilizar para fomentar y difundir la gastronomía ancestral, estas se pueden propagar a través de las redes sociales para que tengan más alcance, otra opción es aplicar alguna feria a nivel educativo para integrar a las escuelas y colegios de la parroquia, o incluso externos.

Figura 33.*Formas de publicitar la gastronomía*

13. ¿Considera usted que la gastronomía ancestral es una alternativa de ingreso económico para el turismo de la localidad?

Tabla 20.

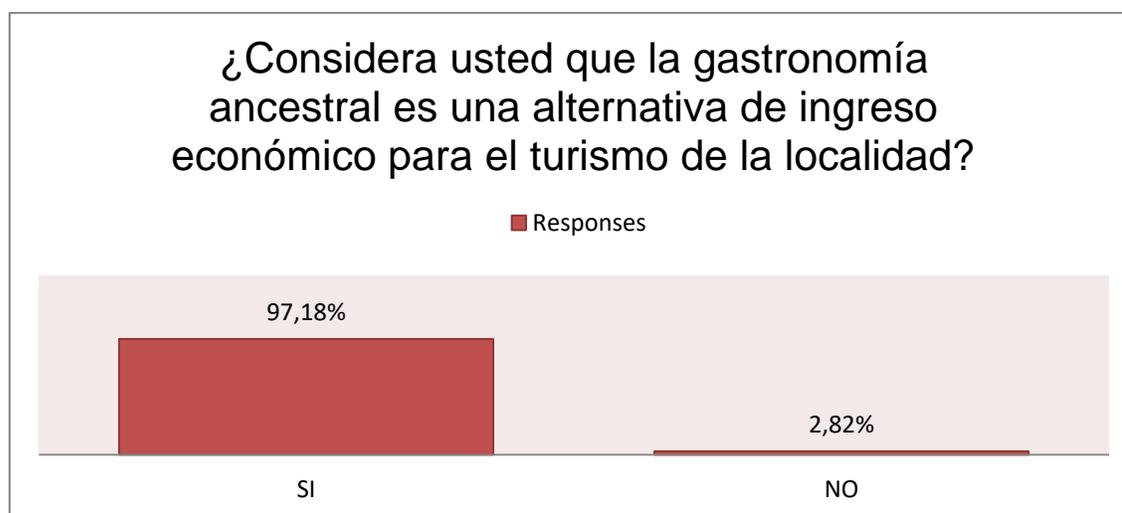
Alternativa de ingreso económico

Opciones	Respuestas	
SI	97,18%	241
NO	2,82%	7
Si su respuesta es NO especifique el por qué:		2
	Respondido	248
	Omitido	15

Interpretación: La gran mayoría representada por el 97,18% de la población encuestada considera que la gastronomía ancestral es sin duda una alternativa de ingreso económico para la parroquia Tabacundo, por otro lado tan solo el 2,82% piensa lo contrario, por no ser un tema relevante para ellos. Por el hecho de tener una respuesta favorable por la gran mayoría de los encuestados, esta investigación sería indispensable para mejorar la calidad de vida de la población. .

Figura 34.

Alternativa de ingreso económico



14. ¿Estaría dispuesto a emprender un negocio de gastronomía ancestral?

Tabla 21.

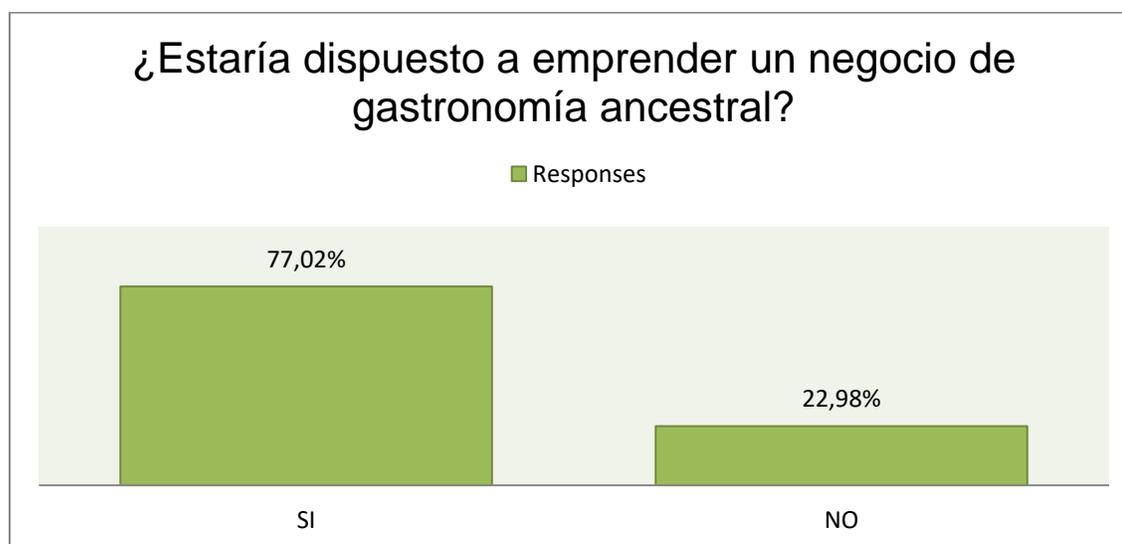
Emprendimiento de negocio

Opciones	Respuestas	
SI	77,02%	191
NO	22,98%	57
Si su respuesta es NO, especifique el por qué:		46
	Respondido	248
	Omitido	15

Interpretación: Según los comuneros, el 77,02% están dispuestos a emprender un negocio de gastronomía ancestral, pues creen que es un tema importante para atraer a turistas y conozcan su cultura, mientras que el 22,98% no están dispuestos debido a que no es su tipo de actividad, o no disponen de tiempo o dinero para emprender este tipo de negocio. Sin embargo, es una buena opción para que las empresas públicas y/o privadas quieran invertir para dar a conocer la gastronomía.

Figura 35.

Emprendimiento de negocio



15. ¿Qué beneficios considera que habrá para Tabacundo, aplicando un Plan de Acción de recuperación de la gastronomía ancestral?

Tabla 22.

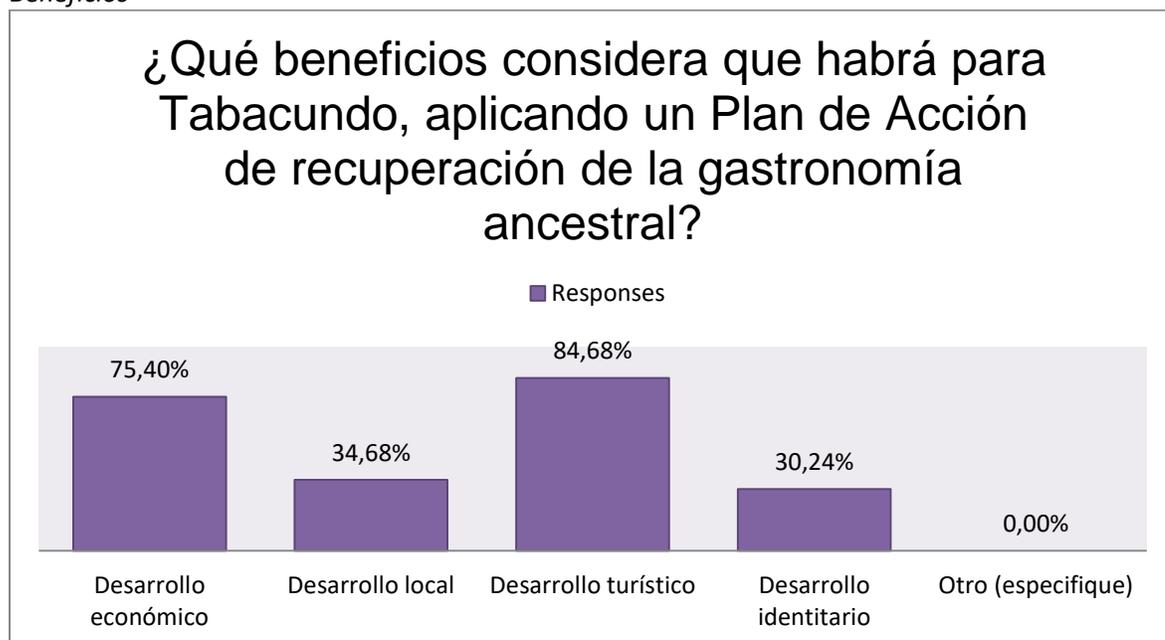
Beneficios

Opciones	Respuestas	
Desarrollo económico	75,40%	187
Desarrollo local	34,68%	86
Desarrollo turístico	84,68%	210
Desarrollo identitario	30,24%	75
Otro (especifique)	0,00%	0
	Respondido	248
	Omitido	15

Interpretación: Según la opinión de los encuestados, el 84,68% consideran que la aplicación de un plan de acción de recuperación y fortalecimiento de la gastronomía ancestral beneficiará directamente en el desarrollo turístico para la parroquia, mientras que el 75,40% piensa que el desarrollo económico será el principal beneficio para Tabacundo.

Quiere decir que la población no toma en cuenta el desarrollo local como un beneficio principal con la aplicación del plan, y más aún el desarrollo identitario, pues tan solo el 30,24% considera que el plan fortalecerá su identidad tabacundeña. En este punto es necesario concientizar a la gente que la gastronomía es una parte importante de la identidad cultural y provocar en ellos el sentido de pertenencia y amor a lo suyo.

Figura 36.
Beneficios



16. ¿Qué tan importante cree usted que sería aplicar dicho plan para incrementar las visitas /turistas a Tabacundo?

Tabla 23.

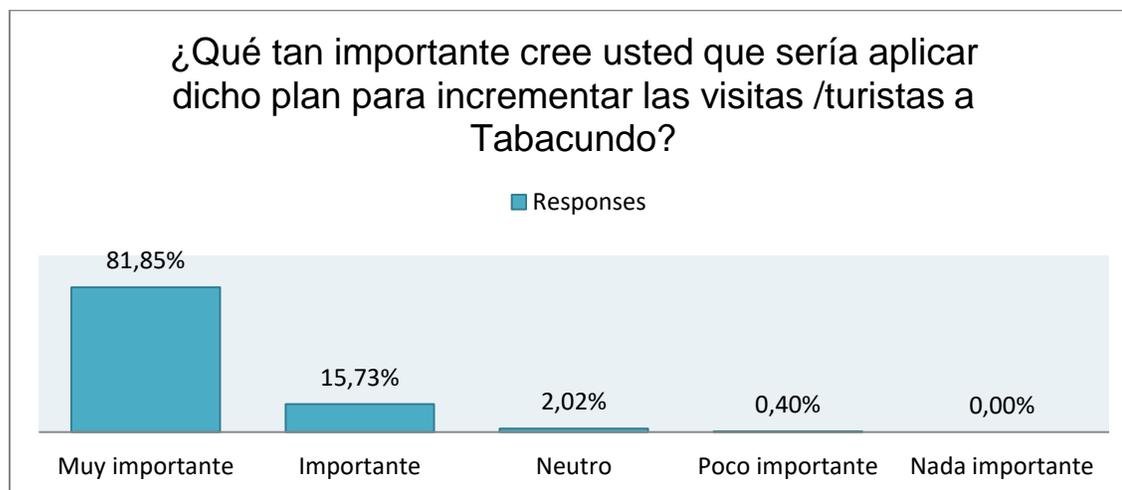
Importancia del Plan

Opciones	Respuestas	
Muy importante	81,85%	203
Importante	15,73%	39
Neutro	2,02%	5
Poco importante	0,40%	1
Nada importante	0,00%	0
	Respondido	248
	Omitido	15

Interpretación: El 81,85% considera que es muy importante la aplicación del plan de fortalecimiento y recuperación, mientras que el 15,73% piensa que el plan está dentro de la categoría “importante” para el incremento de los turistas o visitantes a la parroquia. Entonces se resume que es sumamente necesario tener una planificación para permitir sacar a flote la gastronomía de la localidad y que la misma sea un motivo de turismo y paradero de consumo en un viaje.

Figura 37.

Importancia del plan



Resultados del Formato 2. Encuesta dirigida a los turistas

a. Identifique su género

Tabla 24.

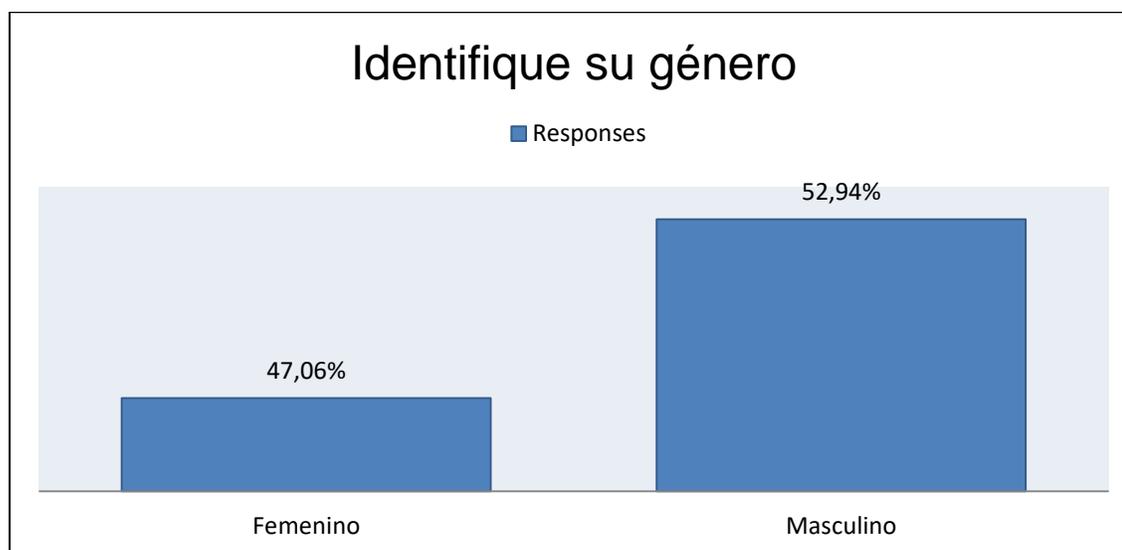
Género

Opciones	Respuestas	
Femenino	47,06%	112
Masculino	52,94%	126
	Respondido	238
	Omitido	0

Interpretación: Del total de la muestra encuestada, el 52,94 % de los turistas son de género masculinos, mientras que la diferencia, el 47,06% corresponden a mujeres, es decir los hombres pertenecientes a otros lugares ajenos a Tabacundo, y que han visitado, estuvieron mas predispuestos a contestar la encuesta.

Figura 38.

Género



b. Elija el rango de edad en la que se sitúa

Tabla 25.

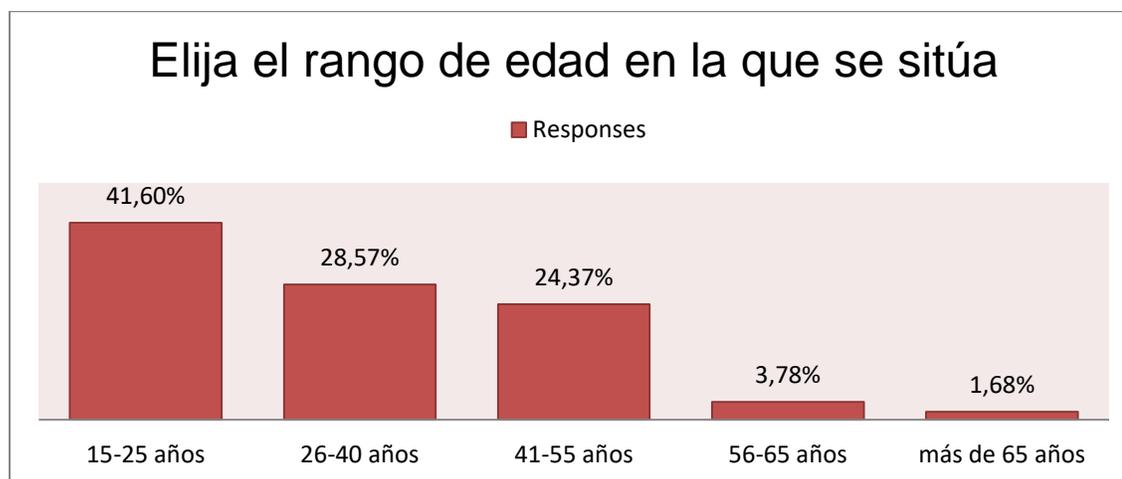
Edad

Opciones	Respuestas	
15-25 años	41,60%	99
26-40 años	28,57%	68
41-55 años	24,37%	58
56-65 años	3,78%	9
más de 65 años	1,68%	4
	Respondido	238
	Omitido	0

Interpretación: El 41,60% de los visitantes se encuentran dentro del rango de edad de 15-25 años, así mismo los que pertenecen a la edad de entre 26-40 años registran el 28,57%, lo que quiere decir que el 70,17% (más de la mayoría) de los encuestados son de una edad de adulto joven, mientras que el 24,37% son personas pasado de los 40 años, pero no pertenecientes a una tercera edad; por lo que parece ser que tan solo el 5,46% son turistas de tercera edad.

Figura 39.

Edad



c. Procedencia

Tabla 26.

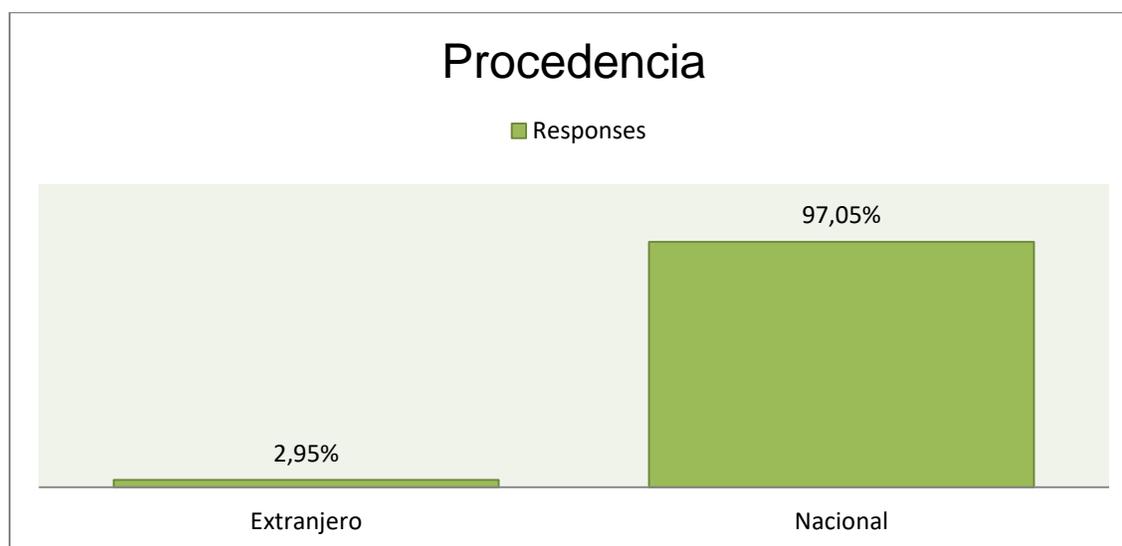
Procedencia

Opciones	Respuestas	
Extranjero	2,95%	7
Nacional	97,05%	230
Ciudad:		225
	Respondido	237
	Omitido	1

Interpretación: Sin duda el 97,05% refleja que 230 personas son visitantes de origen nacional, pues de ese valor, 144 personas son oriundas de la capital, 24 de Latacunga, 10 personas de Riobamba, 8 de Cuenca, y 44 personas del resto del país. Por otro lado tan solo el 2,95% son de origen extranjero pertenecientes a los países de Colombia y Venezuela. Lo que quiere decir que Tabacundo generalmente no cuenta con turistas extranjeros y menos aún en esta temporada de crisis mundial.

Figura 40.

Procedencia



1. ¿Cuál es el motivo principal de su visita a Tabacundo?

Tabla 27.

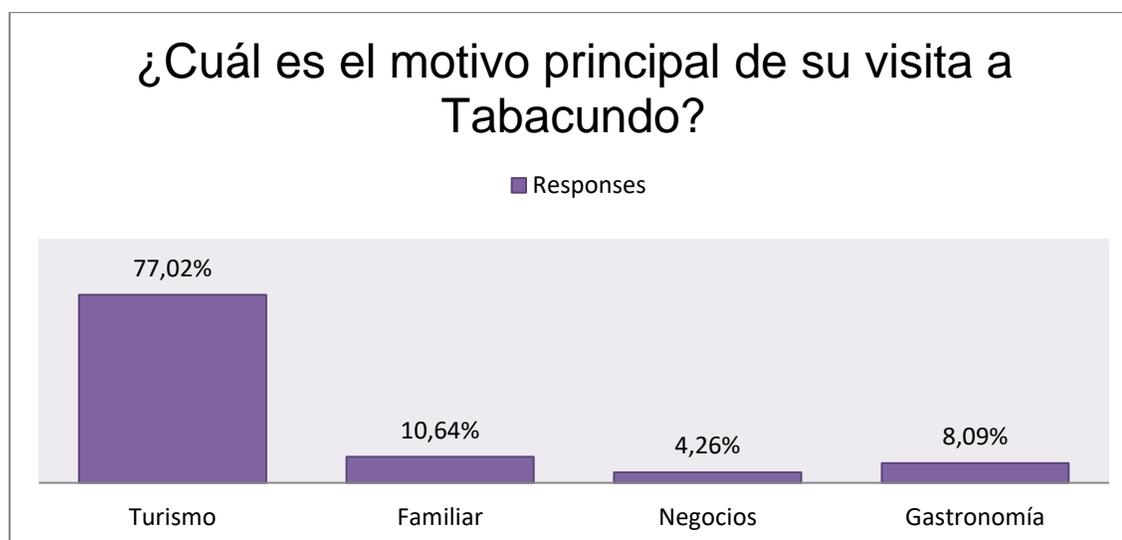
Motivo de Visita

Opciones	Respuestas	
Turismo	77,02%	181
Familiar	10,64%	25
Negocios	4,26%	10
Gastronomía	8,09%	19
	Respondido	235
	Omitido	3

Interpretación: Con 77,02% se traduce que la gran mayoría de los visitantes acuden al lugar por motivos de turismo y viaje, en unos valores similares está que las personas viajan por motivos familiares y gastronómicos, y por ultimo tan solo el 4,26% van por negocios. Quiere decir que la gastronomía es motivo irrelevante para los turistas, por lo que se debe potencializar el campo gastronómico y re direccionarlo como estrategia de desarrollo dándolo a conocer para que este a la par con el turismo.

Figura 41.

Motivo de Visita



2. Habitualmente usted viaja

Tabla 28.

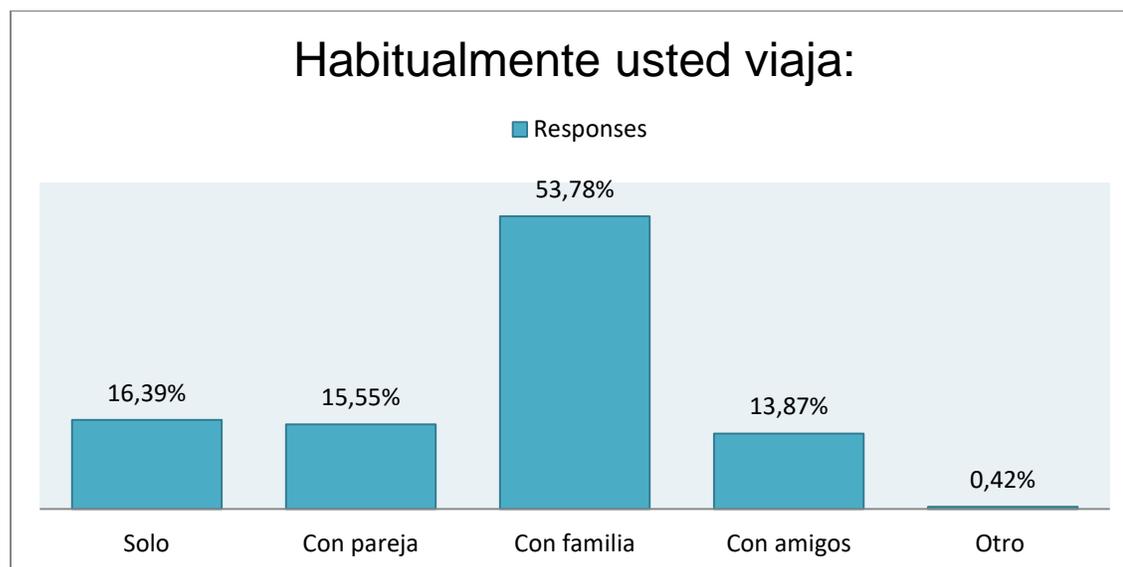
Con quien viaja

Opciones	Respuestas	
Solo	16,39%	39
Con pareja	15,55%	37
Con familia	53,78%	128
Con amigos	13,87%	33
Otro	0,42%	1
	Respondido	238

Interpretación: Más de la mitad de los encuestados (53,78%) respondieron que viajan junto con su familia, por otro lado otros turistas mencionan que viajan solos, con su pareja o con amigos, estos valores son similares y suman el 45,81% restante de la muestra. Esto quiere decir que el segmento de mercado al que se debe dirigir en Tabacundo es al segmento familiar, por lo que una necesidad básica al viajar en familia es alimentarse.

Figura 42.

Con quien viaja



3. Mencione el número de días promedio de su visita en Tabacundo

Tabla 29.

Tiempo de visita

Opciones	Respuestas	
Máximo 1 día	50,63%	120
1-2 días	35,02%	83
2-3 días	8,86%	21
más de 3 días	5,49%	13
	Respondido	237
	Omitido	1

Interpretación: El tiempo promedio que los turistas se quedan en Tabacundo es máximo un día, el 50,63% menciona que no hay mayor atracciones dentro de la parroquia para pernoctar en ella, por otro lado el 35,02% permanece de 1 a 2 días en la parroquia, siendo de alguna manera muy poco probable que los visitantes pernocten más de 2 días en la parroquia. Esto conlleva a dar apertura a proyectos futuros para diseñar rutas con actividades turísticas complementarias para motivar al visitante a pernoctar 1 o más días.

Figura 43.

Tiempo de visita



4. ¿Sabe usted que es el turismo gastronómico?

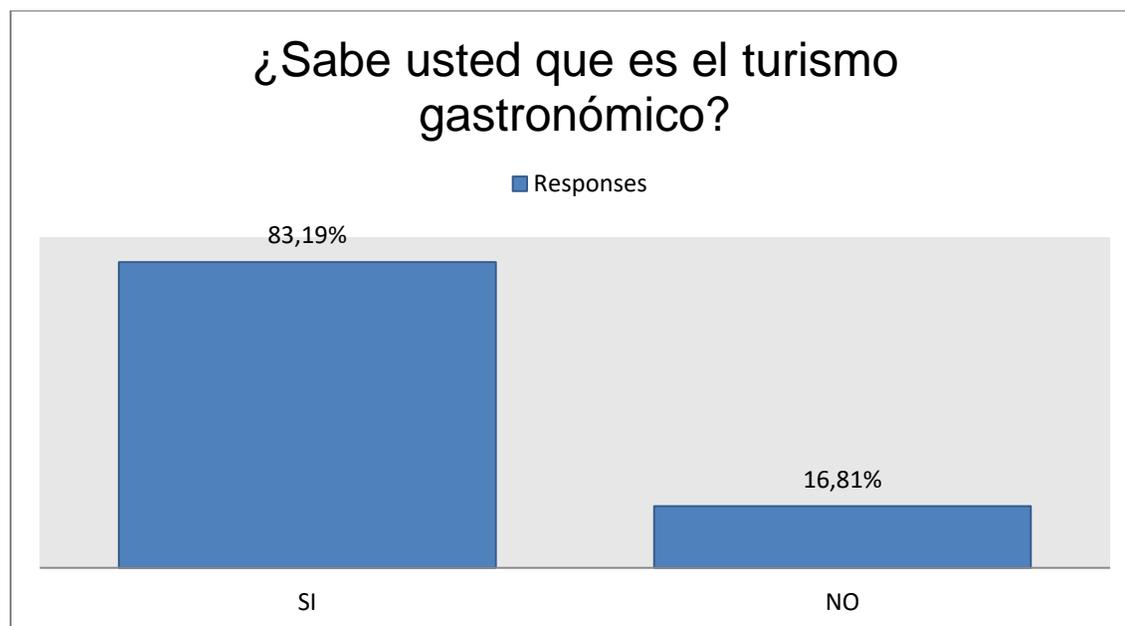
Tabla 30.

Turismo gastronómico

Opciones	Respuestas	
SI	83,19%	193
NO	16,81%	39
	Respondido	232
	Omitido	6

Interpretación: El 83,19% de las personas encuestadas mencionan que si tienen conocimiento de que es el turismo gastronómico, mientras que el 16,81% respondieron negativamente a esta pregunta, por lo que se les explicó lo que era el turismo gastronómico para que entendieran el fin de la encuesta. Esto quiere decir que no será difícil implementar la idea de un turismo gastronómico local ya que la gran mayoría si entiende el término y el contexto.

Figura 44.

Turismo gastronómico

5. ¿Considera que la gastronomía es causa importante para visitar una localidad?

Tabla 31.

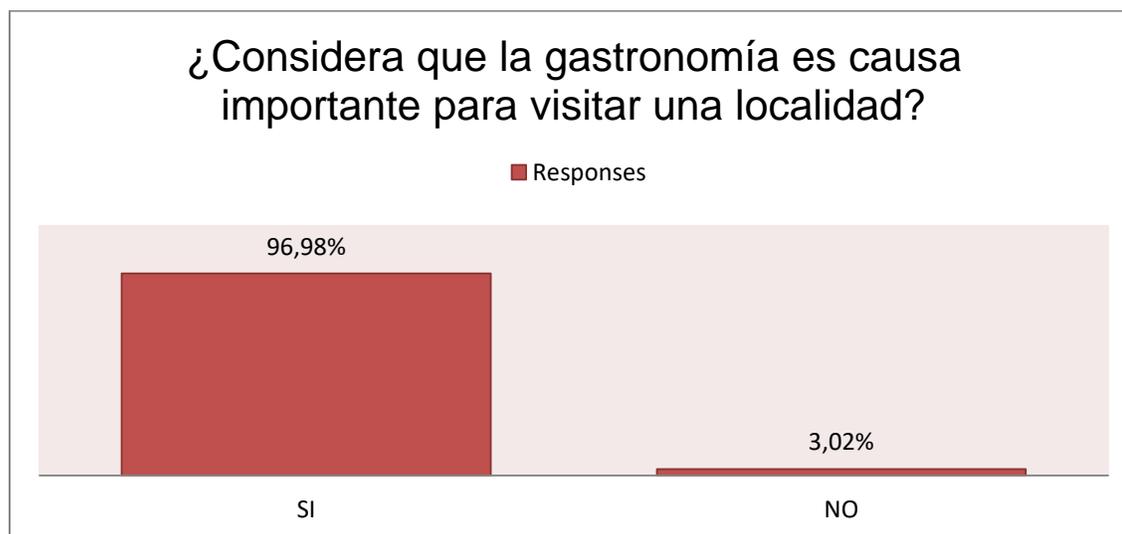
Importancia de la gastronomía

Opciones	Respuestas	
SI	96,98%	225
NO	3,02%	7
Si su respuesta es No, especifique el por qué:		13
	Respondido	232
	Omitido	6

Interpretación: Casi la totalidad de los turistas consideran que la gastronomía es una causa de importancia para acudir directamente a una localidad, pues el 96,98% respondieron afirmativa a esta interrogante, mientras que tan solo el 3,02% consideran que la gastronomía es irrelevante para visitar un territorio, pues mencionan que no suele haber sitios para comer o que la gastronomía es secundaria. Este resultado positivo afirma la necesidad de potencializar la gastronomía ancestral.

Figura 45.

Importancia de la gastronomía



6. ¿Cree usted que Tabacundo se identifica con su gastronomía?

Tabla 32.

Identidad gastronómica

Opciones	Respuestas	
SI	65,52%	152
NO	34,48%	80
	Respondido	232
	Omitido	6

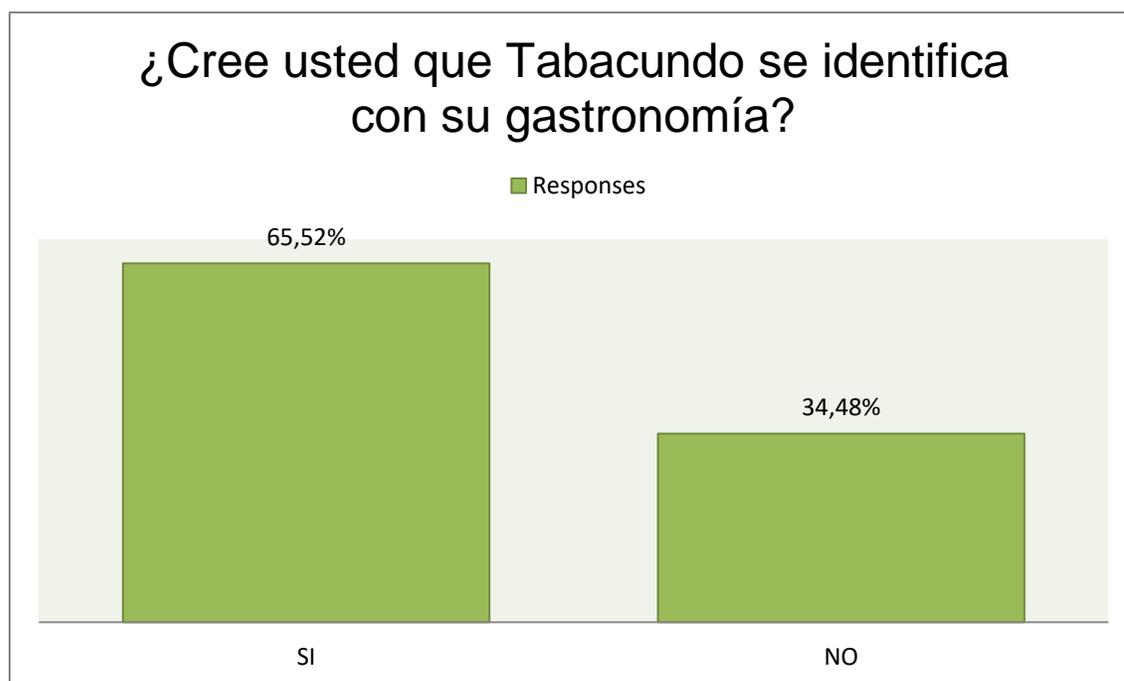
Interpretación: El 65,52% de los visitantes que conocen a fondo la localidad piensan que

Tabacundo sí cuenta con gastronomía que la identifica, pero no la dan a conocer, por ello el

34,48% consideran la parroquia no se identifica con platos gastronómicos determinados.

Figura 46.

Identidad gastronómica



7. Señale los platos ancestrales propios de Tabacundo que usted conozca

Tabla 33.

Conocimiento de platos ancestrales

Opciones	Respuestas
Mote casado	36,96% 85
Chuchuca	30,87% 71
Chicha de jora	53,04% 122
Caca de perro	48,70% 112
Papas con cuy	24,78% 57
Pupusas	7,39% 17
Musguitas	6,09% 14
Rosero	11,30% 26
Mojicones	14,78% 34
Choclo cancha	12,17% 28
Tortillas tabacundeñas	56,96% 131
Colada de maíz con cuy	28,70% 66
Uchujacu	12,61% 29
Guarango	15,22% 35
Champús con mote	33,48% 77
Respondido	230
Omitido	8

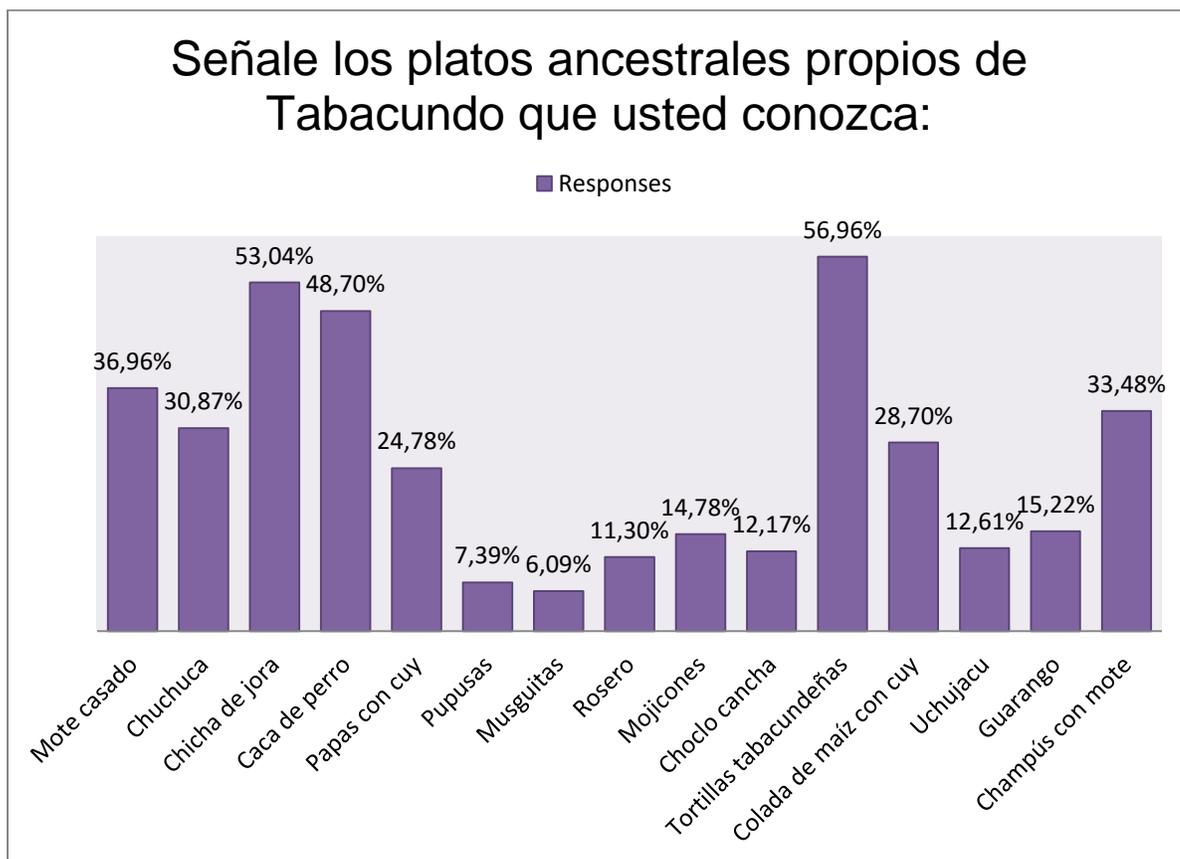
Interpretación: De los quince platos ancestrales que se expuso en la encuesta, las tortillas tabacundeñas son el plato más conocido con el 56,96% de respuestas por los visitantes, al igual que una bebida sumamente conocida, con 53,04% la chicha de jora ocupa el segundo puesto, y la caca de perro el tercer lugar.

Así mismo siguiendo el orden de los platos más conocidos por los visitantes están: el mote casado, el champús con mote, la chuchuca, la colada de maíz con cuy, papas con cuy, guarango, los mojicones en décimo lugar, dejando en los últimos cinco puestos al uchujacu, choclo cancha, rosero, pupusas y musguitas.

Es decir, el uchujacu que ocupa el puesto número décimo primero en la mente del consumidor debería ser parte de los primeros lugares ya que ese es un plato emblemático de Tabacundo así como las mojicones y las pupusas, que la mayoría inclusive los mismos pobladores no lo conocen así sino como “cositas finas”.

Figura 47.

Conocimiento de platos ancestrales



8. Señale los platos que ha consumido en Tabacundo

Tabla 34.

Platos consumidos

Opciones	Respuestas
Mote casado	30,81% 65
Chuchuca	27,01% 57
Chicha de jora	53,55% 113
Caca de perro	47,87% 101
Guarango	9,00% 19
Pupusas	5,69% 12
Musguitas	2,37% 5
Rosero	11,85% 25
Mojicones	9,48% 20
Choclo cancha	7,11% 15
Tortillas tabacundeñas	51,18% 108
Colada de maíz con cuy	17,54% 37
Uchujacu	11,85% 25
Tamales	12,32% 26
Champús con mote	20,85% 44
Papas con cuy	42,18% 89
Sango de sal / dulce	4,27% 9
Otro (especifique)	5,69% 12
	Respondido 211
	Omitido 27

Interpretación: Como complemento de saber cuáles de los platos que las personas conocen, han consumido, se les planteó esta pregunta, de los cuales se obtiene respuestas similares a la anterior, en este caso, el primer lugar de las comidas consumidas en Tabacundo es con 53,55% la chicha de jora, seguida por las tortillas tabacundeñas con el 51,18%, el tercer lugar lo ocupa la caca de perro o maíz dulce con 47,87%.

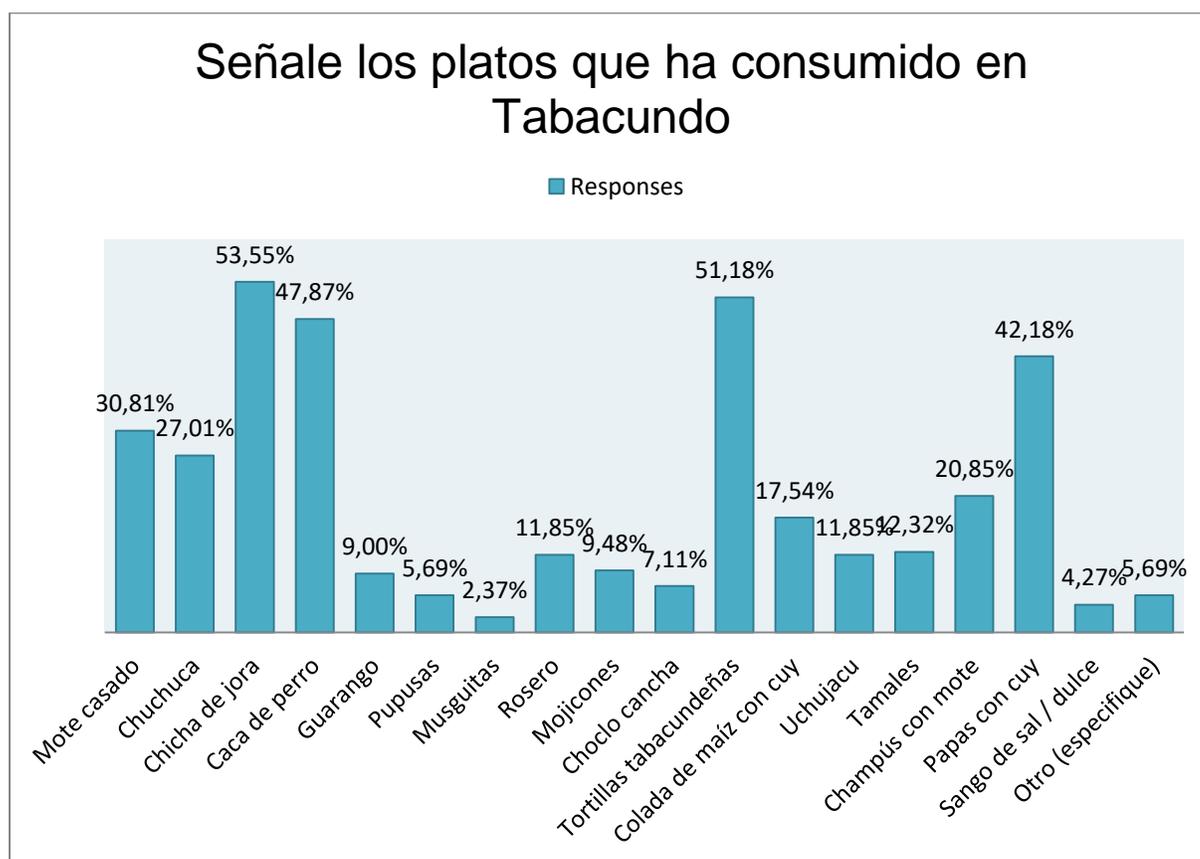
De la misma forma, siguiendo el orden de los platos más consumidos están: las papas con cuy, el mote casado, la chuchuca, champús con mote, colada de maíz con cuy, tamales, teniendo

un empaje en el décimo lugar por el rosero y el uchujacu, y dejando en los últimos lugares a los mojicones, al guarango, choclo cancha, pupusas, sango se sal o dulce y musguitas.

Lo que denota que existen también platos relevantes para Tabacundo que los turistas no tienen o no han tenido la oportunidad de probarlos y reconocerlos como el mote casado, el guarango, el uchujacu, los mojicones y más. Otros platos mencionados por los encuestados son: yahuarlocro, fritada colorada, bizcochos con queso y caldo de gallina criolla.

Figura 48.

Platos consumidos



9. ¿Cuál es su grado de interés por conocer la gastronomía ancestral de Tabacundo?

Tabla 35.

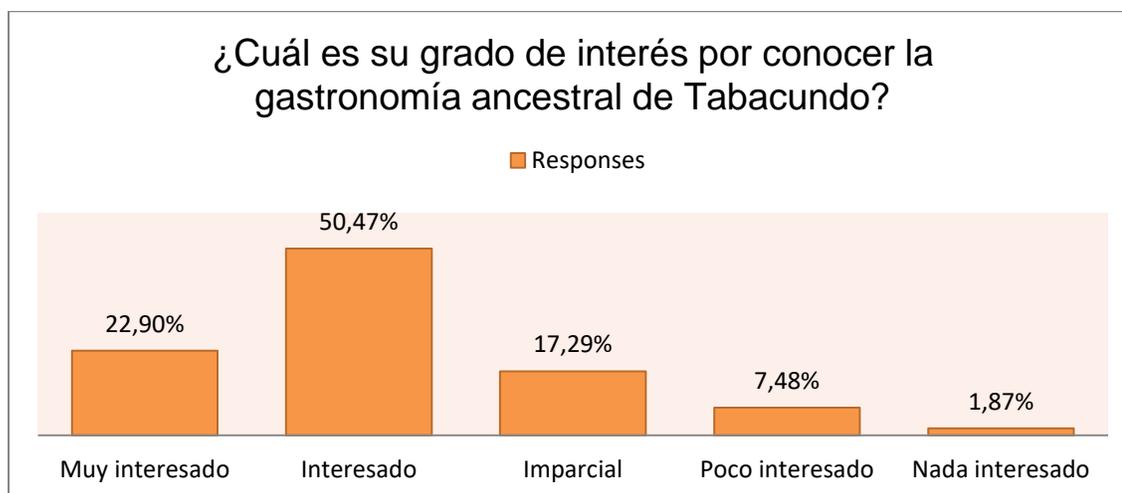
Interés por la gastronomía ancestral

Opciones	Respuestas	
Muy interesado	22,90%	49
Interesado	50,47%	108
Imparcial	17,29%	37
Poco interesado	7,48%	16
Nada interesado	1,87%	4
	Respondido	214
	Omitido	24

Interpretación: La mitad de los encuestados representados por el 50,47% creen estar “interesados” por conocer la gastronomía ancestral de Tabacundo, mientras que 22,90% está “muy interesado”, por otro lado el 17,29% tiene un criterio imparcial, y tan solo el 9,35% no está interesado en la gastronomía ancestral. Entonces, al no tener un resultado totalmente favorable, esto nos obliga a establecer estrategias para que se dé a conocer.

Figura 49.

Interés por la gastronomía ancestral



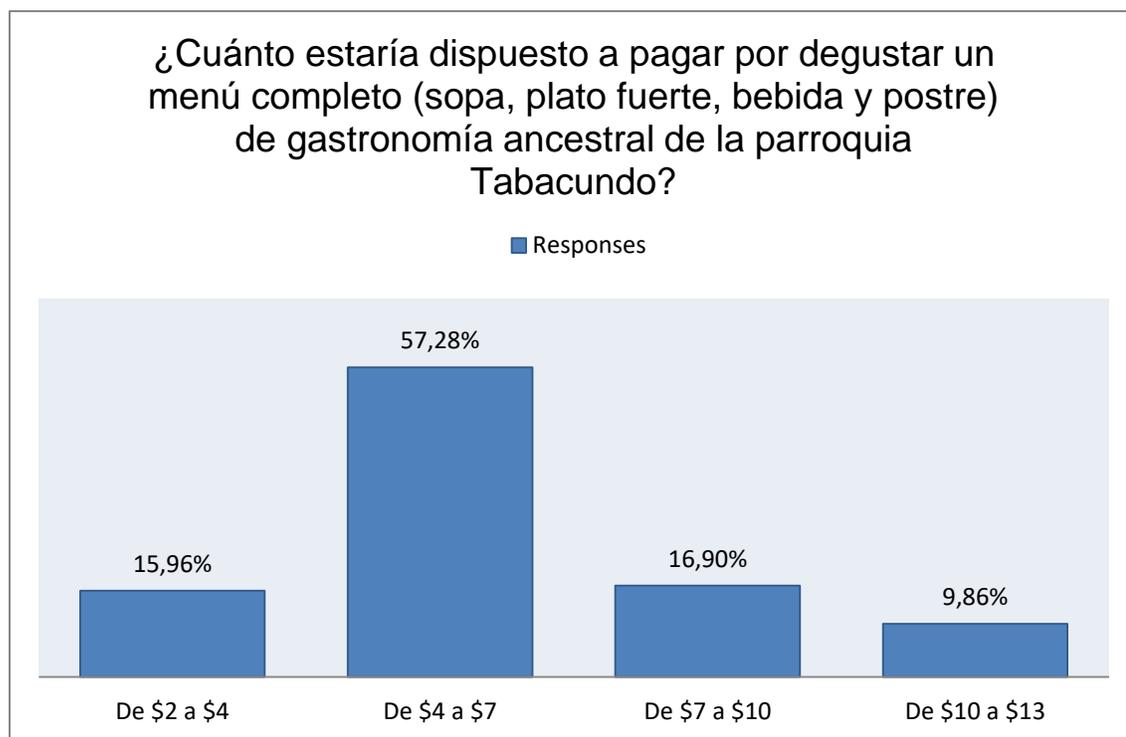
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por degustar un menú completo (sopa, plato fuerte, bebida y postre) de gastronomía ancestral de la parroquia Tabacundo?

Tabla 36.

Valor de menú ancestral

Opciones	Respuestas	
De \$2 a \$4	15,96%	34
De \$4 a \$7	57,28%	122
De \$7 a \$10	16,90%	36
De \$10 a \$13	9,86%	21
	Respondido	213
	Omitido	25

Interpretación: Más de la mayoría de los visitantes estiman que el valor de un menú completo de gastronomía ancestral comprendido por sopa, plato fuerte, bebida y postre debe ser de \$4 a \$7, mientras que el 16,90% de las respuestas fue que debe costar de \$7 a \$10, y tan solo el 9,86% consideran que su valor debe ser de \$10 a \$13. Lo que sería adecuado analizar qué valor sería el acorde para el tipo de menú que se pueda ofertar, ya que las personas desconocen el tiempo de preparación empleado y la materia prima utilizada en este tipo de gastronomía, y por ello se debe fomentar a que los turistas hagan conciencia de estos factores para reconocer su valor.

Figura 50.*Valor de menú ancestral*

11. Cuando usted ha visitado Tabacundo ¿ha tenido la oportunidad de visitar establecimientos de alimentos y bebidas de gastronomía propia del sector?

Tabla 37.

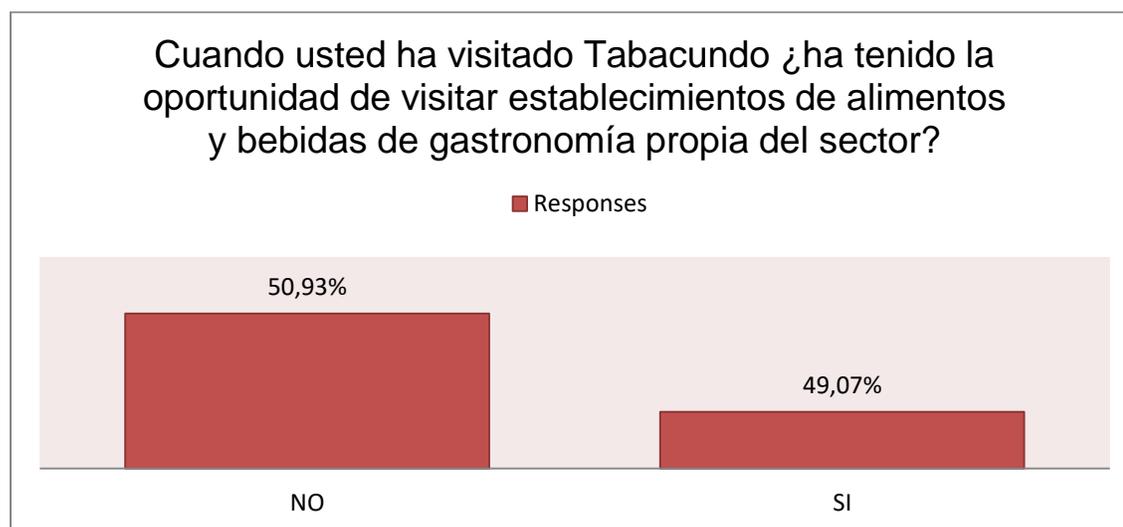
Restaurantes de comida ancestral

Opciones	Respuestas
NO	50,93% 109
SI	49,07% 105
	Respondido 214
	Omitido 24

Interpretación: El 50,93% reconoce que en Tabacundo no ha podido acudir a establecimientos de alimentos y bebidas que ofrezcan gastronomía propia de la localidad cuando ha visitado la parroquia, mientras tanto el 49,07% menciona que si ha tenido la oportunidad de ingresar a restaurantes que ofertan gastronomía ancestral. Por lo que se pretende impulsar la implementación de negocios con oferta gastronómica ancestral.

Figura 51.

Restaurantes de comida ancestral



12. ¿Estaría dispuesto a visitar Tabacundo para conocer sus secretos culinarios y degustar su gastronomía ancestral?

Tabla 38.

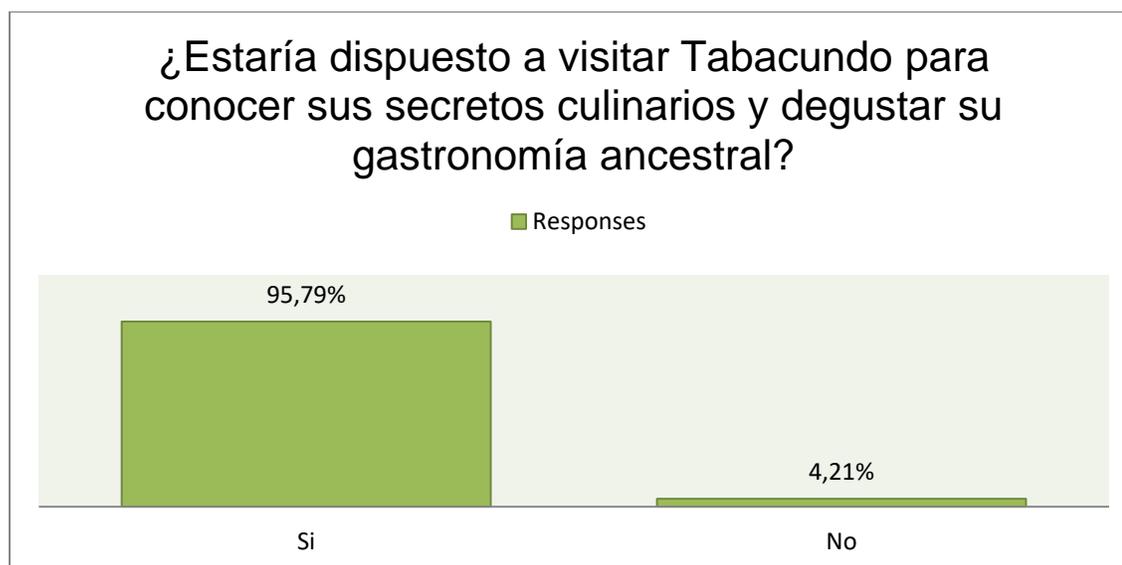
Interés de conocer y degustar

Opciones	Respuestas	
Si	95,79%	205
No	4,21%	9
Si su respuesta es No, especifique el por qué:		6
	Respondido	214
	Omitido	24

Interpretación: Casi la totalidad de la muestra encuestada coincide con que sí está dispuesto a visitar la parroquia Tabacundo, pues el 95,79% está interesado en conocer los secretos culinarios y en degustar su gastronomía, lo que quiere decir que es muy factible planificar actividades para dar a conocer esta temática.

Figura 52.

Interés de conocer y degustar



13. ¿Por cuál medio le gustaría conocer la gastronomía ancestral de Tabacundo?

Tabla 39.

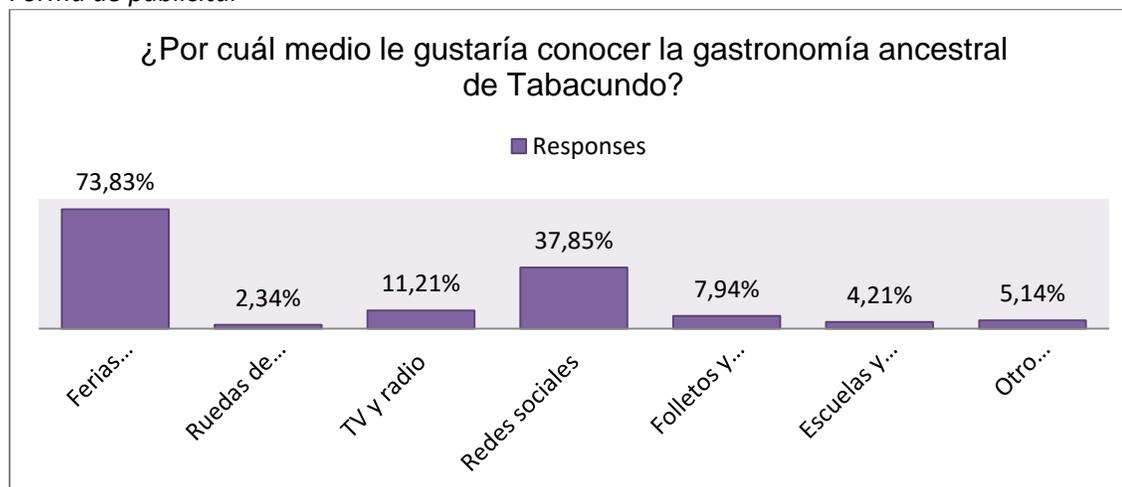
Forma de publicitar

Opciones	Respuestas	
Ferias gastronómicas	73,83%	158
Ruedas de venta	2,34%	5
TV y radio	11,21%	24
Redes sociales	37,85%	81
Folleto y volantes	7,94%	17
Escuelas y colegios	4,21%	9
Otro (especifique)	5,14%	11
	Respondido	214
	Omitido	24

Interpretación: Las ferias gastronómicas sin duda son el medio más directo y eficaz para dar a conocer la gastronomía ancestral, pues el 73,83% de los turistas prefieren acudir específicamente a ferias donde tengan variedad de opciones para degustar. Por otro lado el segundo medio más factible son las redes sociales, ya que en la actualidad todas las personas disponen de redes sociales y su forma de publicitar es más rápida y económica.

Figura 53.

Forma de publicitar



Resultados del Formato 3. Entrevista dirigida a Planta Turística (hoteles y restaurantes)

Figura 54.

Cuadro Comparativo del Formato 3

N.	Pregunta	Corporación de Turismo	Rancho Manabita	Inti Raymi
1	¿Tiene conocimiento sobre qué es la gastronomía ancestral?	El conocimiento sobre la gastronomía ancestral aquí en el sector de Tabacundo Pedro Moncayo no es muy extenso.	La idea la tengo, nuestros abuelos, nuestras herencias nos han dejado enseñanzas.	Más o menos, lo que se trata de la gastronomía ancestral lo que se trata de la cultura de nuestra comida, de nuestros antepasados.
2	¿Considera usted que la parroquia Tabacundo dispone de gastronomía ancestral?	Si tenemos una gastronomía ancestral, el cual desde hace dos años hemos hecho el lanzamiento de un plato ancestral llamado mote casado	Si, y por tener 50 años es una de las razones por la que conozco y aplico la comida ancestral.	Si, si hay lugares que aportan con su conocimiento por ejemplo aquí hacen las ferias frente al local mismo, entonces aquí hay acogida.
3	¿Cuáles son los platos ancestrales que usted conoce de cada tipo dentro de un menú (sopas, fuerte, bebida y postre) propios de la parroquia Tabacundo, que recomendaría para una oferta gastronómica?	La más la colado de uchujacu con cuy, la colada con cuy en cuanto a sopas. En cuanto a fuertes el mote casado, en la bebida tenemos la chicha de jora, el guarango, y de postre los tamales de harina de maíz con fritada y también hay los mojicones.	Tenemos el uchujacu con una presa de cuy, a veces lo hacemos con carne de chanco, dentro de los fuertes, las tortillas, los mojiocnes, la fritada, el cuy. En bebidas la chicha de jora, el dulce de zambo, el dulce de oca.	La sopa de uchujacu, dentro de los fuertes, el cuy, los llapingachos, las truchas. Entre bebidas la chicha y de postres la verdad me falta conocimiento.
4	¿Qué técnicas, utensilios y productos ancestrales de la parroquia Tabacundo conoce usted?	Las ollas grandes, las bateas, las mama cucharas, los arneros los cedazos, los tiestos, ollas de barro; en cuanto a técnicas el cocinar en leña, asar al carbón y al tiesto. La pachamanca no se hace aquí.	La paila de bronce, la cuchara de palo, los tiestos de barro.	El horno de leña, o en la piedra rojiza para hacer asados.
5	¿Qué técnica, utensilio o producto ancestral cree usted	Los de barro, las mama cucharas, los tiestos, los arneros, los	Las ollas de barro, los tiestos.	La olla de barro que artesanalmente nuestros

N.	Pregunta	Corporación de Turismo	Rancho Manabita	Inti Raymi
	que se ha perdido a través del tiempo o está por desaparecer?	cedazos, los tiestos mismo, la piedra de moler el maíz, los morteros y todo eso se está perdiendo.		abuelitos ellos sabían utilizar.
6	¿Considera usted que la gastronomía ancestral es una alternativa de desarrollo económico y social para el turismo de la localidad?	Si, a eso es lo que hemos estado apuntando la corporación, a rescatar el plato mote casado, pero no ha habido acogida con la parte del municipio porque ellos deben también apoyar en la parte promocional como plato ancestral y típico de Pedro Moncayo.	Con todas las técnicas y salubridad que debe hacerse si, si hay mucha gente al menos al turista le encanta esta comida, le gusta mucho el sabor el aseo, y la forma de preparación.	Sí, es una alternativa, hoy en día hay muchos lugares que se están especializando tanto en las plantas como en la comida mismo, hoy como quien dice aceptan lo que nuestros abuelos hacían.
7	¿Piensa que mediante la difusión de la gastronomía ancestral se podría fortalecer la identidad cultural de la comunidad tabacundeña?	Sí, estoy más que seguro porque todo el mundo tiene que saber qué es lo que tiene este pueblo, tenemos en lo cultural y en lo gastronómico.	Así es, la gente metería ñeque y trabajaría comunitariamente.	Si, bastante, llama la atención.
8	¿Qué beneficios considera que habrá para Tabacundo, aplicando un Plan de Acción de fortalecimiento de la gastronomía ancestral?	Que tengamos clientela tanto nacional como internacional, porque eso llega a todo el mundo y les gusta.	Se promocionaría más, se daría alimentación sustentable, agradable a la gente a nivel internacional y nacional.	Lo que es el turismo, por ejemplo las visitas a las lagunas, a los museos que tienen bastante historia, pero falta de dedicación, y de motivación.
9	Usted como emprendedor/microempresario, ¿qué actividades ha realizado para fortalecer la identidad cultural de Tabacundo mediante la oferta de la gastronomía?	Hemos estado ofreciendo este plato, salido a ferias, también para llamar la atención, entonces nos encontramos en un proceso.	He promocionado con nuestro servicio, nuestra calidez y hospitalidad capacitando a nuestro personal, creado un paquete de desayuno, almuerzo buffet, implementar servicios complementarios de masajes, mascarillas, piscina, danza, coctel de chahuarmishque, etc.	Se ha participado en ferias presentando los platos conocidos de aquí, igual tiene sus propios menús.

N.	Pregunta	Corporación de Turismo	Rancho Manabita	Inti Raymi
10	¿Cree usted que a través de la gastronomía se puede implementar ingresos económicos que beneficiarán la calidad de vida de la población?	Sí	Por supuesto.	Si, si se puede.
11	¿Existe afluencia de turistas a quienes les interese la gastronomía ancestral de la parroquia?	Si hay algunos, ahorita estamos en turistas nacionales, no hemos estado en internacionales, a más de los chefs que yo traje y si pasa gente, pero necesitamos abrimos.	Si, bueno yo he tenido israelitas, también tengo estadounidenses, de florida, cada año tenia grupos de 20 cada 3 meses, en mayo, junio, agosto y septiembre para las fiestas siempre tenía extranjeros acá.	Si, especialmente la gente de afuera, ellos lo que buscan es la comida natural, los chochos, vienen de todos los lugares tanto de afuera como de otras ciudades.
12	¿Considera usted que la gastronomía ancestral es una oportunidad de desarrollo turístico para la parroquia Tabacundo?	Sí	Así es.	Sí
13	¿Considera que existe la debida participación de los propietarios de los demás establecimientos para potencializar la gastronomía ancestral de la parroquia?	Hemos pedido que el resto de locales se integren, pero no creen en el proyecto la verdad esto tenemos que socializar, convencerles a ellos mismo que si vale tener un plato de identidad, ellos mismo están perdiendo clientes y eso no se dan cuenta.	No mucho porque cada uno jala lo suyo y no le interesa unificarse y esa es una situación un poco complicada.	Sí
14	¿Estaría dispuesto a recibir capacitaciones de alimentos y bebidas y atención al cliente para usted o su personal para mejorar la industria alimentaria en la parroquia?	Sí	Si y si lo hacen aquí mejor, que es lo que yo les he ofertado siempre.	Por su puesto si estaría dispuesto.

N.	Pregunta	Corporación de Turismo	Rancho Manabita	Inti Raymi
15	¿De qué forma cree usted que apoya el GAD municipal al desarrollo turístico de la comunidad?	Son algunas administraciones que cada quien hace a su conveniencia sin hacer una socialización, no hay una inversión en la que todos salgamos ganando para todos emprender un emprendimiento turístico, entonces no hay tanto apoyo, parece que los de ahora no tienen interés o no saben.	Veo un desenvolvimiento bastante bueno, una buena iniciativa, yo soy muy apegada a esta administración porque ya lo viví, con el hijo del actual alcalde, con ellos adquirimos la marca, veo el interés no solo de un restaurante si no el de todos, de mejorar, de caminar hacia adelante, de que la gente se interese por mejorar.	Mediante los impuestos, el uso del establecimiento también, si permiten realizar ferias o eventos en las instalaciones del GAD.
16	A parte de las ferias gastronómicas, ¿Qué acciones recomendaría para fortalecer la identidad cultural y desarrollo turístico mediante la gastronomía ancestral?	Esto de las ferias es bastante interesante porque se puede llegar directamente a los turistas ya la gente, pero también hay que reforzar con videos, con propaganda, con señalética, en la radio, en los medios, venderle a la gastronomía ancestral, empoderarnos de nosotros.	La principal herramienta son las vías, aparte de eso, que sea una invitación con bastante tiempo porque aquí si demandamos de eso, de oportunidades de trabajo, de cosecha de elaboración, de proceso, para ver que se va a ofertar, los espacios y todo eso.	Pues que brinden más capacitación, más apoyo en este caso sí debería ser de los municipios porque si hay gente que busca y necesita, y no tiene los recursos. Por medio de las redes sociales y los colegios y las instituciones que es lo más práctico.

Resultados del Formato 4. Entrevista dirigida a GAD Municipal Pedro Moncayo.

Figura 55.

Cuadro Comparativo de Resultados del Formato 4

N.	Pregunta	Lic. Mery Espinosa	Lic. Gabriel Churuchumbi
1	¿Considera usted que Tabacundo tiene identidad cultural en gastronomía ancestral?	Pedro Moncayo y Tabacundo tiene potencial cultural con respecto a la gastronomía.	Si, Pedro Moncayo y particularmente Tabacundo tienen gastronomía ancestral.
2	¿Cuáles son los platos ancestrales que identifican a la parroquia Tabacundo?	Mote casado, uchujacu, dulce de agave, guarango, chicha de jora, dulce de zambo.	Mote casado, llapingachos o papa tortilla, caldo de gallina de campo, y papas con cuy.
3	¿Cuáles son las técnicas, utensilios, y productos ancestrales que conoce usted?	Utensilios a base de puro, ollas y platos de barro, piedras de moler. Como productos: quinua, maíz, mote, frejol, y papa.	Técnica de asado en piedra o pachamanca, en utensilios, los pondos y vasijas de barro, pailas de bronce, y el horno de leña.
4	¿Qué técnica, utensilio o producto ha desaparecido o está por desaparecer?	Los puros que le menciono porque ya no crecen.	Todos los de barro, pailas de bronce.
5	¿Cree usted que los comuneros estarían dispuestos en mostrar a los visitantes sus técnicas, utensilios, productos y platos gastronómicos ancestrales?	Si, los comuneros quieren rescatar esa parte cultural y mostrar todos sus productos, utensilios y productos.	Si estarían dispuestos, se puede trabajar con organizaciones de segundo grado.
6	¿Piensa que Tabacundo tiene el potencial para ser reconocida por los turistas nacionales y extranjeros por su gastronomía ancestral?	Por supuesto que sí, tiene bastante potencial en esto de la gastronomía.	Si, lo que hace falta es un paradero exclusivo donde el turista pueda deleitar la gastronomía ancestral.
7	¿Considera que Tabacundo cuenta con planta turística (hoteles y restaurantes) que promuevan la gastronomía ancestral?	Nos falta potenciar esta parte de la planta turística, en temporadas principalmente se ve la deficiencia de la planta turística.	Casi no mucho, no hay mucha planta turística en restaurantes o paraderos exclusivos.

N.	Pregunta	Lic. Mery Espinosa	Lic. Gabriel Churuchumbi
8	¿Considera usted que las personas involucradas en la oferta gastronómica ancestral deben estar totalmente capacitados en el área de alimentos y bebidas?	Como Corporación de Turismo y desde el GAD Municipal se les exige que tengan capacitaciones permanentes, pero por supuesto hay que irles fortaleciendo más.	Por supuesto, la capacitación debe ser uno de los elementos principales de los que hacen el quehacer gastronómico, de los que están dentro de la cocina o en la atención al servicio.
9	¿Ha contemplado la gastronomía ancestral como una alternativa de desarrollo turístico y fortalecimiento de la identidad cultural de la localidad?	La gastronomía en si es muy fuerte para el desarrollo turístico los turistas llegan exclusivamente para consumir su gastronomía entonces sí, sin duda.	Por supuesto, la gastronomía ancestral debería ser una de las fortalezas y uno de los potenciales para que el turista tenga motivos de quedarse.
10	¿Cuál es el número de turistas que visitan Tabacundo por motivos gastronómicos?	Tenemos alrededor de 106,000.00 visitantes de los cuales el 15% de ellos pernoctan dentro de nuestro cantón que son más o menos unos 14,000 ese es nuestro de ingreso de turistas anuales.	En estas épocas de festividades de San Juan, San Pedro, Inti raymi, solsticios si hay la concurrencia de 7 mil 8 mil visitantes.
11	¿Cuánto es la inversión dirigida a la promoción de la gastronomía de Tabacundo?	En realidad no se le separa, tenemos un monto para lo que es promoción donde ingresa los atractivos turísticos, gastronomía, lo cultural, todo, aprox. son \$5 mil dólares anuales, pero eso es únicamente para material impreso, todo lo que es material digital y de comunicación.	Toda la inversión que se hace más es desde la empresa privada, porque la empresa privada, sin embargo desde la municipalidad, también se están haciendo autogestiones, articulaciones con instituciones con la finalidad al menos de apoyar con el asunto de promociones turística.
12	¿Conoce cuánto es el gasto promedio de los visitantes en gastronomía dentro de la parroquia?	El gasto promedio es de aprox. de \$10 a \$30 dólares diarios, en varias actividades en esta caso en gastronomía, hospedaje, diversión, actividades deportivas, actividades lúdicas, entre otros.	Oscila entre \$20 a \$30 si se quedara al menos una noche un turista, entonces sería beneficioso para los que están realizando el asunto de la economía a través del turismo.

N.	Pregunta	Lic. Mery Espinosa	Lic. Gabriel Churuchumbi
13	Como parte de las autoridades principales, ¿Qué actividades ha realizado para fortalecer la gastronomía ancestral y la identidad cultural de la parroquia?	Se incursionó en la promoción, de un plato que identifica a Pedro Moncayo, tenemos bastante cultura en este caso de Quitukara, de ahí se sacó el mote casado, se ha ido fortaleciendo anualmente, mediante ferias a nivel local y provincial por la corporación de turismo.	A través del plan de salvaguardia que tiene el cantón Pedro Moncayo, en este plan de salvaguardia hay 4 ejes importantes que nosotros podemos fortalecer al asunto gastronómico de aquí del cantón Pedro Moncayo y particularmente de Tabacundo
14	¿Existe algún manual, estrategias, plan, entre otros, que fomenten la gastronomía ancestral propia de la localidad?	Tenemos un proyecto macro que se le conoce como proyecto de fortalecimiento del corredor turístico de Pedro Moncayo y está inmerso dentro de eso toda la parte turística, ancestral y gastronómica, la actividad principal es impulsar a que se siga investigando más los demás platos, nos estamos manejando únicamente con un solo plato, pero queremos sacar más.	El plan de salvaguardia mediante el cual podemos nosotros inyectar recursos a los que realizan por lo menos la gastronomía local, tenemos el POA elaborado para post pandemia, hay que buscar otras estrategias y medidas para apoyar a la gastronomía de la localidad.
15	¿Considera necesario aplicar un plan de acción de fortalecimiento y rescate de la gastronomía ancestral de Tabacundo?	El plan de acción de fortalecimiento es muy importante, ir rescatando lo que significa la gastronomía ancestral antiguamente esa era la base fundamental para nuestros pobladores, lastimosamente se ha ido perdiendo cada vez más y es nuestro trabajo ir rescatando y salvaguardando.	Es sumamente importante que nosotros consideremos en este plan, tenemos un POA planificado pero frente a eso nosotros tenemos que conversar con los gestores del asunto cultural y dentro de ese asunto también está la gastronomía, entonces tenemos que hacer a manera de consulta para priorizar actividades.
16	¿Qué componentes considera que son importantes en un plan de acción de fortalecimiento de la gastronomía ancestral para fortalecer la identidad cultural y el desarrollo turístico?	Debemos iniciar con un diagnostico exhaustivo, seguir con estrategias en esta caso promocionales, como pueden ser guías, videos, en si la propuesta, y eso hacerlo realidad.	Primero sería la investigación y recopilación de información, seguido del recetario de toda la gastronomía, el siguiente componente seria ya la información de ida y vuelta, generar un plan de negocio a largo y mediano plazo, con la finalidad de hacer una inversión planificada.
17	¿Cree que con dicho plan se incrementarán las visitas a la parroquia?	Por su puesto, siempre y cuando el plan lo aterricemos en algo real, de esta manera se va a ir transmitiendo por la curiosidad mismo ellos van a venir por experimentar, conocer y ellos van a ser nuestra promoción directa, sabemos	Por supuesto, si hacemos una muy buena información utilizando todos los medios tecnológicos, todas las herramientas que nos permitan y sobre todo también la difusión en diferentes operadoras de turismo que eso a

N.	Pregunta	Lic. Mery Espinosa	Lic. Gabriel Churuchumbi
		que esto del boca a boca es mucho más efectivo que cualquier material impreso o digital	veces también nos ha faltado mucho hay que hacer alianzas estratégicas con operadores de turismo ofreciendo lo que tenemos.
18	¿Considera que el plan de acción gastronómico debe contener una base sólida de sostenibilidad?	Por su puesto si nosotros no consideramos el enfoque de sostenibilidad lastimosamente nos quedamos ahí como en el inicio, debe tener claro que debe ser sostenible, si nosotros hacemos un proyecto que no es sostenible prácticamente no estamos haciendo nada.	Por supuesto porque si nosotros no hacemos una planificación apropiada que sea sostenible de nada nos serviría estar aventurando y haciendo una inversión sin que tenga réditos, sobre todos para que sea sostenible tenemos que ver en el aspecto social, económico y ambiental.
19	¿Cuáles cree usted que son las falencias o carencias que existe en Tabacundo en cuanto a la gastronomía, que impidan el desarrollo turístico?	El desconocimiento y el desinterés de la población muchas personas no sé si por vergüenza no quieren rescatar tal vez algún plato ancestral que ellos conocen. El desconocimiento, muchas personas estamos muy interesadas, pero no sabemos y esa parte también hay que irle fortaleciendo.	Una de las falencias puede ser que no tenemos el parador turístico, y otra puede ser que no tomamos la importancia que es la gastronomía para la difusión o el fortalecimiento y la promoción del turismo.
20	¿Qué actividades recomendaría incluir en el plan de acción de la gastronomía ancestral como alternativa de desarrollo turístico de Tabacundo	La guía de gastronomía ancestral, obviamente ese material es de mucha ayuda, yo le veo muy viable porque cuando tenemos una guía completa podemos expandir a nuestros visitantes y turistas.	El recetario gastronómico, tener la información suficiente de cómo hacer las preparaciones que utensilios utilizar o como va a ser la preparación, otra sería poner un paradero exclusivamente de la gastronomía ancestral.

Capítulo III

Propuesta

Diagnóstico General de Pedro Moncayo

Pedro Moncayo es uno de los ocho cantones de la provincia Pichincha, a la vez se divide administrativamente en cinco parroquias, cuatro parroquias rurales (La Esperanza, Tupigachi, Tocachi y Malchinguí) y Tabacundo, que es la cabecera cantonal, misma que será objeto de diagnóstico en todos los ámbitos involucrados.

Ubicación Geográfica

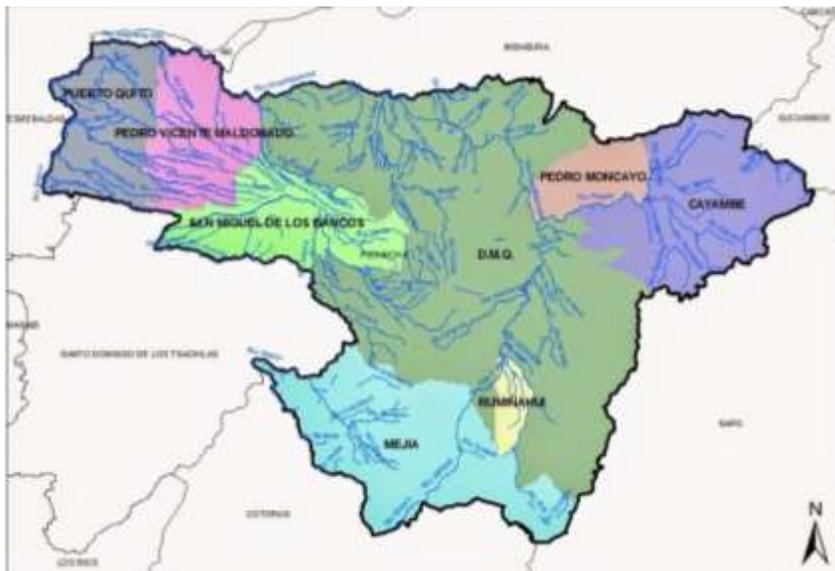
La parroquia Tabacundo se encuentra ubicado en el cantón Pedro Moncayo, en la Provincia Pichincha, mismo que, el Cantón Otavalo (provincia Imbabura) es el límite en la zona norte, el Distrito Metropolitano de Quito limita al sur y oeste, y el Cantón Cayambe limita al sur y al este. Así mismo la parroquia Pedro Moncayo se ubica:

Dentro de la hoya de Guayllabamba, asentada en la vertiente sur del nudo de Mojanda, al nororiente de la Provincia de Pichincha. Forma parte de la cuenca hidrográfica del río Esmeraldas, conformada por los ríos Guayllabamba, San Pedro, Pita, Pisque y Blanco que desembocan en el Pacífico. La altitud va desde 1730m.s.n.m; los centros poblados están ubicados en las laderas medias del volcán Mojanda entre las cotas de los 2848m.sn.m, a los 2952m.s.n.m. Existe una diversidad de climas, asociadas a los distintos pisos ecológicos, encontrándose temperaturas que oscilan entre 3 grados centígrados en las cumbres del Fuya-Fuya, 13°C, en los centros poblados hasta 18°C en Jerusalén y Tanda. Tabacundo está limitada al norte con Otavalo, al sur con Cayambe, al este con la

parroquia Tupigachi y al oeste con la parroquia La Esperanza. (GAD Municipal del Cantón Pedro Moncayo, 2018)

Figura 56.

Mapa Político de la Provincia Pichincha



Nota: Ecuador Noticias (2015)

Figura 57.

Mapa Político del Cantón Pedro Moncayo



Nota: GAD Municipal del Cantón Pedro Moncayo (2018)

Demografía

Actualmente los datos de la población del Cantón Pedro Moncayo, según el Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC (2010) reflejan un total de 33,172 habitantes tanto en la parroquia urbana como en las rurales; mientras tanto en la cabecera cantonal, Tabacundo cuenta con 16,403 habitantes, de los cuales el género femenino es predominante en ambos casos, pues el 49,2% pertenecen al género masculino, y el 50,8% al género femenino dentro del canton; en cambio a lo que respecta a Tabacundo, el 49,8% son hombres y el 50,2% son mujeres.

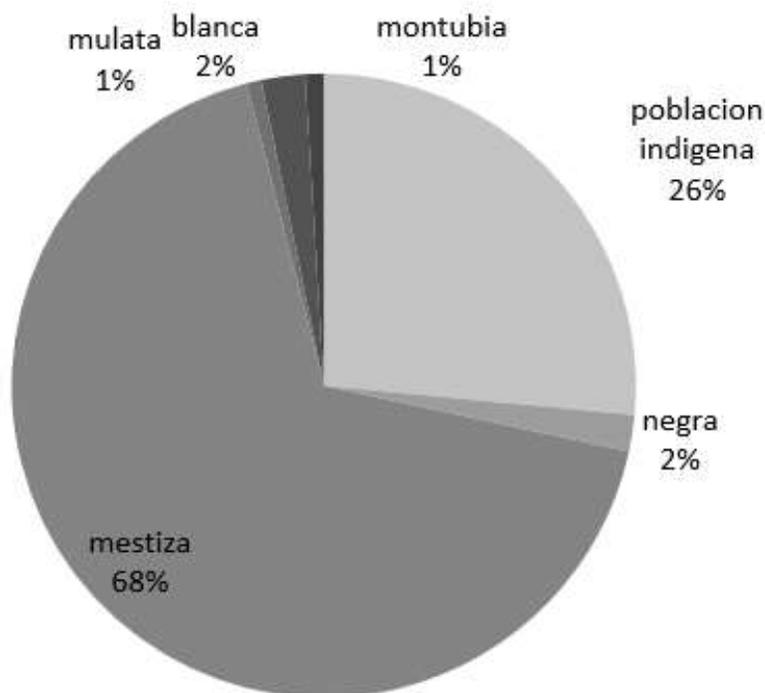
En relación a la edad de la población de Pedro Moncayo es relativamente joven, pues según el Equipo Técnico Municipal del GAD Municipal de Pedro Moncayo (2018) menciona que “para el año 2020, el mayor porcentaje de la población estará comprendido en el grupo de edad de 1 a 24 años” (p. 23), resultado que coincide en parte con el trabajo de campo realizado en Tabacundo.

Referente a la autoidentificación de la población cantonal, el mismo documento establece que:

La población indígena corresponde el 26%, el mayor porcentaje se encuentra localizada en la parroquia Tupigachi, la parte baja de Tabacundo, en las comunidades de Cananvalle, Luis Freire, San Luis Ichisí, Picalquí, Purhuantag y el sur de la parroquia la Esperanza principalmente en el sector de Cubinche. La población mestiza es mayoritaria, representa el 68% del total de la población; en tanto que el 6 % restante conforman los montubios, negra, blanca y mulata (p.23).

Figura 58.

Auto identificación de la población de Pedro Moncayo



Nota: INEC, Censo (2010)

Uso y Cobertura del Suelo

Siendo el 57,19%, la gran mayoría del territorio del Cantón Pedro Moncayo es destinado a las actividades agropecuarias, compartiendo el porcentaje restante del territorio para la vegetación arbustiva y herbácea, bosques, y agua. Según Gobierno Municipal del Cantón Pedro Moncayo (2011-2020) menciona que “el 27.61 % del suelo poseen textura gruesa, el 15.88% moderadamente gruesa, 29.13% textura media y el 26.35% son suelos misceláneos, estos últimos son suelos que se encuentran en pendientes extremadamente fuertes” (p. 53), mismos que se los descarta para las actividades agropecuarias.

Historia

En el territorio en lo que ahora es el cantón Pedro Moncayo, se destacan antiguos asentamientos prehispánicos y preincásicos de la confederación Cayambi-Caranqui y de la parcialidad Cochasquí, cuya evidencia (Pirámides de Cochasquí) se encuentra en el Complejo Arqueológico Cochasquí, en las cercanías de Tabacundo, mismo que fue cuna de resistencia a la invasión incásica por 17 años liderada por la Princesa Quilango, una mujer indígena, razón por la que Tabacundo y Pedro Moncayo conservan su raíz indígena, especialmente en la zona nororiental.

Más tarde, en épocas de la conquista española, siendo el cantón un asentamiento indígena, pasó a formar parte del corregimiento de Otavalo por la distribución administrativa en 1534, incluyendo la totalidad de la época colonial y parte de la vida republicana del Ecuador. Es así que el 26 de septiembre de 1911 por Decreto Legislativo se dio paso a la cantonización de lo que se le conoce como Pedro Moncayo, bautizado así por un ilustre ibarrense, cuya jurisdicción comprendía cinco comunidades (Gobierno Municipal del Cantón Pedro Moncayo, 2011-2020, p. 41).

Gobierno

En la actual administración del GAD Municipal de Pedro Moncayo, lidera el alcalde Virgilio Andrango Cuascota, nacido en Tabacundo, hijo del legendario “Bandola”, líder reconocido en su pueblo; con una gran visión de trabajo y servicio a la comunidad el arte de gobernar lo realiza para un bien común.

Según (GAD Municipal del Cantón Pedro Moncayo, 2018) el Sr. Andrango:

Logró ser el primer ecuatoriano en fabricar la tubería de hormigón armado con juntas flexibles o anillo de neopreno para los grandes proyectos de la Empresa de Agua Potable

de Quito. Como presidente de la Liga Deportiva Cantonal realizó un gran trabajo, unificando y masificando todas las disciplinas en beneficio de la juventud y el deporte de nuestro cantón.

Como Concejal tuvo la oportunidad de legislar y fiscalizar la obra pública y la correcta utilización de los recursos que nos pertenecen a todos los pedromoncayenses. Como Alcalde, en su administración anterior, logró la recuperación del patrimonio cultural y turístico de las bellas y encantadas Lagunas del Mojanda. Fue el mentalizador del proyecto de designar a Pedro Moncayo, Capital Mundial de la Rosa, acontecimiento de gran relevancia que quedará guardado en la historia.

Ahora nuevamente, como Alcalde del Pueblo y Consejero Provincial de Pichincha y además como un hombre de gran visión y experiencia en la obra pública, trabaja incansablemente para convertir a Pedro Moncayo como un cantón moderno, turístico y productivo.

Símbolos Patrios

Himno al Cantón Pedro Moncayo

Todo territorio dispone de un himno representativo, en donde manifiesta todas las hazañas que tuvo que pasar el mismo para lograr libertad, independencia y emancipación, el himno cantonal de Pedro Moncayo fue escrito con ocho estrofas por Lola Orbe Carrera y su música fue compuesta por Alcibiades Cilio A.

Figura 59.
Himno al Cantón Pedro Moncayo

Letra: Lolá Orbe Carrera
Música: Alcibiades Cilio A.

Coro
¡Salve, egregio Cantón de Pichincha,
engastado en las quebras del Ande,
que de Pedro Moncayo, el más grande,
luces, nombres y acción, hechos luz
fervorosos, tus hijos te aclaman
al clarear cada aurora, ¡Salud!

ESTROFAS

<p style="text-align: center;">I</p> <p>La genuina belleza que ostenta Tabacundo, tu gran Cabecera, sabe al beso de la primavera, amasado de brisa y de sol; el Mojanda le tiende su lecho, el Granobles, le ciñe su talle, y ella digna señora del valle es remanso de paz y de amor.</p>	<p style="text-align: center;">II</p> <p>Cochasquí, invaluable joyero, de presuntas culturas de antaño, con sus tolas, que propios y extraños, anhelaron por sí, traducir, hoy es ya, Nacional Patrimonio, con Museo Etnográfico austero, de la ciencia, en lenguaje señeros, sus tesoros podrá descubrir.</p>
<p style="text-align: center;">III</p> <p>Te confieren bucólica encanto, Tupigachi, tu fértil granero, Malchinguí, con razón el primero, del trabajo y progreso adalid mirador apacible, Tocachi, La Esperanza, de fe relicario pueblos todos, de blanco idealio al terruño y la Patria, servir.</p>	<p style="text-align: center;">IV</p> <p>El trabajo, la acción cotidiana, son del pueblo, razón de su vida la plegaria al buen Dios ofrecida en demanda de su bendición, colmenares humanos, tejendo, el primor de la paja toquilla, otros, mieses, ahogando en la trilla, son tributo al esfuerzo, canción.</p>
<p style="text-align: center;">V</p> <p>Desde tiempos remotos, tu ancestro, tiene sitio de honor en la Historia, del gran Quito, Atahualpa y la gloria y el valor, se forjaron aquí fue tu suelo, camino obligado de Bolívar y Sucre, prohombres, que dejaron brillando sus nombres, ya en la paz o el fragor de la lid.</p>	<p style="text-align: center;">VI</p> <p>Del terruño traspasa lo límites, tu tesoro, en valores humanos distinguidas legiones de hermanos, adalides de la Educación, dentro y fuera de la Patria amada, te dan lustre, entregando cultura, cooperando con fe, con altura, al progreso de nuestra Nación.</p>
<p style="text-align: center;">VII</p> <p>De Jesús Marianita, la Santa, la sin par Azucena de Quito, fue en Granobles su albergue bendito de la flor de su vida vivió, e irradiando fulgares de cielo, de virtud saturando la estancia, derramando exquisita fragancia, por la Patria, de amor, se inmoló.</p>	<p style="text-align: center;">VIII</p> <p>Siempre, ¡oh Pedro Moncayo!, tus hijos quieren verte muy digno, muy grande, cual las prístinas cumbres del Ande Y saberte el Cantón más feliz Muy en alto la frente, pujante, tu leal Juventud, desde ahora, compromete el deber de cada hora, impulsar tu camino cenit.</p>

Nota: www.pedromoncayo.gob.ec

Escudo

Es de tipo español, en el interior se encuentran cinco estrellas que representan las cinco parroquias del cantón, un canal que simboliza el proyecto de Riego Tabacundo, así mismo en la parte inferior izquierda, una rueda representa el trabajo. Sobre el escudo, una antorcha sostenida por una mano, significa la luz que alumbra el progreso, a ambos lados se observa los emblemas Nacional y Cantonal, junto a dos espigas de trigo y cebada.

Figura 60.

Escudo del Cantón Pedro Moncayo



Nota: www.pedromoncayo.gob.ec

Bandera

La bandera del cantón está compuesta de tres franjas horizontales con los colores representativos al cantón, y de cinco estrellas blancas, una ubicada en el color azul que representa a la cabecera cantonal y las cuatro restantes en la mitad representando a las parroquias rurales.

Figura 61.

Bandera del Cantón Pedro Moncayo



Nota: www.pedromoncayo.gob.ec

Diagnostico económico

El Cantón Pedro Moncayo y la parroquia Tabacundo tienen ingresos económicos gracias a diversas actividades dentro del sector primario, secundario y terciario, como el turismo, ganadería, comercio, transporte y sobre todo la agricultura por tener suelos fértiles en los que se pueden cultivar un sin número de especies de frutos, y vegetales además de una gran variedad de flores y rosas, por lo que es conocida mundialmente como la capital mundial de la rosa.

Trabajo Y Empleo

Según el Equipo Técnico Municipal del GAD Municipal de Pedro Moncayo (2018) “la población ocupada asciende a 14.592 personas (...) la mayor parte de la fuerza laboral se encuentra concentrada en la cabecera cantonal de Tabacundo, el 51,75% de la oferta laboral que corresponde a la PEA empleada en el área urbana” (p. 47). Esto refleja que el cantón y la parroquia tienen un bajo nivel de desempleo ya que del 97% de la población económicamente activa el más de la mitad pertenecen a Tabacundo.

Principales Actividades Económico- Productivas

Como se puede visualizar en la imagen la población económicamente activa representa a 14.592 personas, de las cuales 14.085 personas pertenecen a la categoría ocupadas, teniendo un desempleo alrededor de 3% que representa 407 desempleados. La ocupación es prominente en el sector primario con el 99.80% en el sector agrícola (Equipo técnico municipal de Tabacundo, 2018).

Dentro de los productos principales que se cultivan son el maíz, trigo, cebada, papas, lenteja, entre otros, así como las rosas.

Figura 62.
Población económicamente por sectores

Sectores	Cantón	Urbano	Rural
PRIMARIO	7876	2338	5538
P.O. en agricultura, silvicultura, caza y pesca	7860	2330	5530
P.O. en explotación de minas y canteras	16	8	8
SECUNDARIO	1851	455	1396
P.O. en construcción	1059	179	880
P.O. en industrias manufactureras	745	267	478
P.O. en suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	9	4	5
P.O. en distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	38	5	33
TERCIARIO	3659	1633	2026
P.O. en actividades de alojamiento y servicio de comidas	292	150	142
P.O. en actividades de la atención de la salud humana	213	81	132
P.O. en actividades de los hogares como empleadores	299	86	213
P.O. en actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	3	0	3
P.O. en actividades de servicios administrativos y de apoyo	261	101	160
P.O. en actividades financieras y de seguros	31	13	18
P.O. en actividades inmobiliarias	7	5	2
P.O. en actividades profesionales, científicas y técnicas	95	44	51
P.O. en administración pública y defensa	373	156	217
P.O. en artes, entretenimiento y recreación	30	15	15
P.O. en comercio al por mayor y menor	1052	586	466
P.O. en enseñanza	355	157	198
P.O. en información y comunicación	56	27	29
P.O. en otras actividades de servicios	145	59	86
P.O. en transporte y almacenamiento	447	153	294
NO DECLARADO	799	209	590
Total Población Ocupada	14185	4635	9550
PEA			14592
Desocupación			407
% DESOCUPACIÓN		3%	

Nota: INEC, Censo Económico (2010).

Diagnóstico ambiental

Por estar ubicado en la zona ecuatorial Tabacundo y Pedro Moncayo son privilegiados con una diversidad de factores que benefician la existencia de una gran variedad de especies tanto animales como vegetales, además de paisajes naturales únicos en el mundo.

Climatología

En general en Pedro Moncayo y Tabacundo existen siete tipos de clima, el Ecuatorial Mesotérmico Seco es el predominante con más de la mitad de la superficie de su territorio, es decir que su clima generalmente es frío, pues su temperatura promedio es de 12°C a 19°C y no existen muchas precipitaciones. Además esta diversidad de climas permite manejar diferentes posibilidades de actividades económicas y ambientales que favorecen a la sociedad y a la naturaleza (Gobierno Municipal del Cantón Pedro Moncayo, 2011-2020, p. 47).

Figura 63.
Tipos de clima

TIPO DE CLIMA	TEMPERATURA (grados C) °	PRECIPITACION msnm	SUPERFICIE (ha)	%
ECUATOR FRIOHUMEDO	8-12	>1000	3496	10,91
ECUATORIAL FRIO	8-12	500-1000	4174	13,03
SEMI-HUMEDO				
ECUATORIAL	12-20	1000-2000	1686	5,26
MESOTERMICO				
HUMEDO				
ECUATORIAL	12-19	<500	2218	6,92
MESOTERMICO SECO				
ECUATORIAL	12-18	500-1000	17781	55,50
MESOTERMICO SEMI-HUMEDO				
ECUTORIAL DE ALTA MONTAÑA	4-8	>500	2619	8,19
TEMPLADO SECO	18-22	<500	62	0,19
TOTAL CANTONAL			32036	100

FUENTE: SIGAGRO, Ministerio de Agricultura y Ganadería
ELABORACIÓN: Municipalidad de Pedro Moncayo

Nota: Plan estratégico de desarrollo 2011-2020. Gobierno Municipal del Cantón Pedro Moncayo.

Flora y fauna

A pesar de que en la parroquia Tabacundo no existen muchos atractivos turísticos donde se puede encontrar variedad de especies de flora y fauna, las Lagunas de Mojanda es uno de los atractivos icónicos y estratégicos del cantón Pedro Moncayo, tiene un clima frío que su temperatura puede llegar en las noches hasta los -5°C .

En lo que respecta a la flora se puede encontrar diversas especies como: romero de monte, wicundo, achupalla, totora, caucho, chocho de monte, quishuar, zarcillejo, puya fichana, zitzí, arrayán, mora, cerote, yagual (árbol de papel), chuquiragua, pajonal y licopodio, siendo las tres últimas plantas endémicas, entre otras. En cuanto a la fauna, “podemos encontrar diferentes especies como: perdís de páramo, mirlos, quilicos, quinde de cola larga, quinde real, quinde café, torcazas, pava de monte, lobo de páramo, conejo de páramo, chucuri, zorrillo, zacha cuy, puma, entre otras” (Para un planeta mejor, 2017), además de truchas que es el principal motivo para la pesca deportiva.

Diagnóstico turístico

El turismo en el cantón es muy amplio tanto en el ámbito natural como en el cultural, pues el Bosque Protector y Parque Recreacional Jerusalem es una de las Áreas Protegidas en Pichincha que brinda diferentes actividades para todo gusto y edad como cabalgatas, tren turístico por los 8 senderos, mirador, piscina, viveros, y más; el Parque Arqueológico Cochasquí, que en sentido histórico sobresale las pirámides preincaicas junto con su museo; el Mirador “El Campanario”, el “Capac Ñan” o el Camino del Inca, son de los más conocidos a nivel cantonal.

Mientras que en el patrimonio cultural, el Molino del Cucho y las diversas festividades culturales brindan año a año orgullo e identidad a Pedro Moncayo, sin embargo Tabacundo es

muy diverso también no solo en atractivos naturales y culturales, sino también en festividades, tradiciones, gastronomía, y mucho más.

Planta turística

Tabacundo cuenta con una planta turística básica, que cubre en cierto punto las necesidades de los turistas, se encuentra detallado cada establecimiento dentro del catastro turístico expedido por la anterior administración de Tabacundo la Ing. Graciela Tulcanaza (2018).

En la parte de alojamiento existen cinco establecimientos en los que se pueden nombrar a tan solo uno que está dentro de la categoría hotel de 2 estrellas, dos en la categoría hostería y dos en la categoría hostel. Con respecto al área de alimentos y bebidas, Tabacundo dispone de cafeterías, fuentes de soda y restaurantes que ofertan almuerzos, encebollados, fritadas, comida rápida entre otros; por lo consiguiente Tabacundo no dispone de lugares o paraderos turísticos que oferten exclusivamente comida típica o ancestral.

Los restaurantes principales donde ofertan comida local son:

Figura 64.
Restaurante Inti Raymi

Restaurante Inti Raymi			
			
Provincia:	Pichincha	Parroquia:	Tabacundo
Cantón:	Pedro Moncayo	Teléfono:	(02)2366003
Servicios:			
Restaurante con especialidades locales, andinas y mariscos. Restaurante con cocina internacional Estacionamiento Alojamiento Bar			
Ubicación:	Cabecera cantonal, Panamericana Norte y Vicente Estrella		
Categoría:	Hostal y restaurante		

Figura 65.
Parador Cochasquí

Parador Cochasquí			
			
Provincia:	Pichincha	Parroquia:	Tabacundo
Cantón:	Pedro Moncayo	Teléfono:	(02) 2365319
Servicios:			
Restaurante con especialidades locales, almuerzos. Estacionamiento Bar: solo se abre para recepciones.			
Ubicación:	Sector la Quinta, Panamericana Norte Km. 42.5		
Tipo:	Cafetería		

Figura 66.
Hostería El Rancho Manabita

Hostería El Rancho Manabita			
			
Provincia:	Pichincha	Parroquia:	Tabacundo
Cantón:	Pedro Moncayo	Teléfono:	(02) 2365845/0983505430
Servicios:			
Restaurante con especialidades locales, andinas y mariscos.		Piscina	
Restaurante con cocina internacional		Áreas recreativas	
Estacionamiento		Salones para reuniones	
Alojamiento		Juegos para niños	
Bar		Otros: danza, masajes, etc.	
Ubicación:	Cabecera cantonal, Panamericana Norte y Vicente Estrella		
Categoría:	Hostería		

Así mismo, la parroquia también dispone de dos operadoras turísticas:

- Agroturismojanda
- Turismo Andes Ecuatoriales Cerón & Tapia) y una cooperativa

Y de una Compañía de Transporte Turístico: TEXASTOUR SA.

Oferta turística

Tabacundo es el centro no solo del cantón, sino también de varios atractivos igual de importantes que del resto del cantón, también de fiestas tradicionales que año tras año se festejan dando gracias al dios Sol o “Inti raymi” y a la madre tierra o “Pachamama” por las cosechas; en Tabacundo además se practican juegos lúdicos, se entonan instrumentos

ancestrales, los cuales algunos de ellos ya son reliquias ancestrales elaboradas con los huesos del Cóndor.

Atractivos turísticos naturales

El Sistema Lacustre “Las Lagunas de Mojanda” son el atractivo principal de la parroquia que brinda una vista espectacular de sus cuatro lagunas color azul turquesa, aquí se permite realizar camping, caminatas alojamiento en cabañas y refugio, recorrido en ciclo senderos, y avistamiento de flora y fauna, estas lagunas están asentadas en el cráter de un volcán, que se dice que anteriormente tenía una dimensión similar a la del Cotopaxi, y hace miles de años sufrió una enorme erupción que provocó la destrucción en su cono y dió lugar a la aparición de cuatro lagunas (Equipo Tecnico Municipal del GAD Municipal de Pedro Moncayo, 2018, p. 34).

Figura 67.

Lagunas de Mojanda



No hay que dejar de lado las Florícolas, que sin duda alojan el producto icónico de la “Capital Mundial de la Rosa”

Figura 68.
Flores de Tabacundo



Atractivos turísticos culturales

En la parte cultural destaca la Iglesia y museo de la Virgen de la Natividad o “Mama Nati” que rinde homenaje a la patrona de Tabacundo y del cantón, data del 8 de septiembre del año 1887, fue inicialmente construido en donde actualmente se encuentra el Municipio. La edificación cuenta con una estructura muy peculiar, típica de la época de la colonia, que se dice que pertenecen a artistas de la escuela Quiteña (Equipo tecnico municipal de Tabacundo, 2018, p. 34).

En el Santuario de Nuestra Señora de la Natividad se encuentra la imagen de la patrona que sobrepasa los 400 años, y “fue declarada Santuario Diocesano "dedicado en honor de Nuestra Señora de la Natividad" por el arzobispo Antonio González, en 1987”.

Así mismo, el museo que lleva el mismo nombre es de entrada gratuita y “cuenta con 8 salas que muestran esculturas y objetos de importante valor histórico así también se observa piezas religiosas costumbres y manifestaciones populares del Cantón Pedro Moncayo también existe una sala de exposiciones de obras de arte y fotografías” (GAD Municipal del Cantón Pedro Moncayo, 2018).

Ilustración 1.*Iglesia de la Mama Nati****Fiestas tradicionales***

Las festividades principales que se realizan en Tabacundo son varias y se desarrollan a lo largo del año, empezando con el mes de marzo, en domingo de resurrección específicamente que se rinde homenaje a los guioneros cuya representación es un campesino cristiano que cambia su atuendo tradicional por una forma de vestir elegante de corte occidental acompañado de un ritmo alegre entonado en pífano.

Cabe resaltar una festividad sumamente ancestral llamada la “Mushuk Nina”, traducido como “Nuevo Fuego” en donde cada 21 de marzo, la tradición es ayunar y hacer un ceremonia para proveerse del nuevo fuego ya que el día y noche tienen el mismo tiempo de duración y el sol cae perpendicular, lo que se llama el día del equinoccio, mismo que las personas tienen contacto con el fuego que representa al dios sol y cocinan los primeros granos tiernos que la pachamama los da, así nace el plato denominado Ushukuta acompañado con un trozo de cuy.

El 28 y 29 del mes de junio se realiza la “toma de la plaza” en la noche San Pedrina cuya fiesta acompañada coplas, música al sonido de las campanillas, guitarras y rondines propios y visitantes bailan alegremente en homenaje a San Pedro. La algarabía continúa en septiembre

con las fiestas de la cosecha para agradecer a la Pachamama y al Inti Raymi por las cosechas recibidas en el año, disfrutando junto con diversidad de comida, música, toros populares y artesanías.

Figura 69.

Fiestas de San Pedro



Nota: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

Y para terminar el año en noviembre se celebran las fiestas de la Virgen de la Mama Nati en honor a la madre de los Tabacundeños se disfruta en el parque central acompañado de bandas de pueblo, danzas y castillos. En la figura 70 se puede observar las diferentes festividades que se celebran en Tabacundo y en todo el territorio cantonal.

Figura 70.*Patrimonio Intangible del Cantón Pedro Moncayo*

Patrimonio Intangible	
FESTIVIDADES DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO	
Descripción	Parroquia
Baile de los inocentes	Tabacundo
Fiesta de Difuntos	Todo el cantón
Fiesta de la Cosecha	Tabacundo
Fiesta de la Virgen del Rosario	La Esperanza y Tocachi (Cochasquí)
Fiesta Niña María	Tocachi
Jornadas culturales	Todo el cantón
Mama Nati, Patrona de Tabacundo	Tabacundo
Equinoccio	Todo el cantón, dando connotación diferente en cada parroquia y entre la población indígena y mestiza.
Inti Raymi	
Solsticio	
San Juan	
San Pedro	
Santiago	
Semana Santa, Guioneros	Tabacundo.

Nota: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2018-2025.

Gastronomía ancestral

Los distintos nichos ecológicos con los que cuenta el cantón hacen que se tenga una gastronomía extremadamente variada y llena de proteínas, minerales y cargas nutricionales bastante altas, y eso se lo comprueba en las osamentas encontradas en el territorio preincaico Cochasquí, pues este tipo de gastronomía se caracteriza por ocupar los granos y tubérculos en prácticamente todas las preparaciones, acompañadas de carnes de cuy, conejos, camellos, alpacas, y todos los animales andinos, es por ello que los platos que contienen res, borrego, u otra carne de otro animal no son considerados ancestrales.

Así mismo, las técnicas y utensilios que se empleaban en esos tiempos tienen contacto directo con la naturaleza, son de materiales rudimentarios como la piedra, el bronce, el barro, la madera, entre otros, de los cuales actualmente si bien la mayoría está discontinuada o prácticamente perdida, aún hay unos pocos ejemplares de utensilios que algunas comunidades o familias las utilizan, por otro lado también algunas técnicas están desaparecidas y ya no se

practican, estos detalles de cual producto, técnica, utensilio o plato ancestral aún se consume o se produce se las menciona a continuación.

Productos ancestrales

Son demasiadas las especies de productos que se cultivan en el cantón y en la parroquia en sus distintos nichos ecológicos producidos por los distintos pisos climáticos, tales como:

- Frutas, verduras y hortalizas como la chirimoya, la col, lechuga, zanahoria, brócoli, tomate, berenjena y muchas especies más, destacando la uvilla como fruta principal de Tabacundo.
- Jícama, tubérculo alargado similar a la papa en su consistencia y visualmente como la zanahoria blanca.
- Miso, parecida a la yuca andina tubérculo de una planta de flores rosadas que se puede comer como chifles.
- Mashwa o mashua, es una especie de oca.
- Taca, amaranto o sangoracha, es un producto similar a la quinua que no se cultiva en todas partes este tiene el mayor cantidad de proteína que cualquier otro vegetal, su flor se toma en infusiones para recobrar energía, aliviar los cólicos menstruales, ayudar en infertilidad en los hombres, además se los puede hacer como canguil.
- Maíz, es el producto símbolo en la zona andina, habiendo más de 100 especies de maíz en toda la región.
- La papa, es un tubérculo con más de 100 clases de papa en toda la región andina dependiendo de cada nicho ecológico, la especie que se está perdiendo es la papa ara.
- Zambo, zapallo, frijoles, chochos, ají, habas, mellocos, y muchos más.

Figura 71.
Comida Ancestral



Nota: mishyhuarmy.wordpress.com

Técnicas ancestrales

De las técnicas mencionadas anteriormente, las que se siguen practicando son la mayoría de técnicas por ser muy útiles, fáciles y necesarias para la producción en la cocina, exceptuando unas pocas.

Tabla 40.

Técnicas que se mantienen en Tabacundo

Técnica ancestral	Se practica actualmente	Técnica ancestral	Se practica actualmente
Asado es brasas	SI	Tostado	SI
Asado en cenizas	NO	Hervido	SI
Asado en bejuco	NO	Fermentado	SI
Asado en huatia	NO	A vapor	SI
Pachamanca	NO	Horneado	SI
Molido	SI	A la piedra	SI

El asado en cenizas que se utilizaba para cocinar el maíz y las papas específicamente, ya está discontinuado por el motivo de higiene, de tiempo y de salud, así como el asado en bejuco donde se utilizaba la caña guadua, ya no se practica ya que en la región andina ya no se cultiva

caña guadua. Por otro lado, la pachamanca es otra técnica perdida en el Ecuador desde hace muchos años, pues ésta se la realiza más bien en Perú y Bolivia y consiste de hacer un hueco en la tierra, poner piedras, y mucho fuego para cocinar generalmente carnes, sin embargo nuestros antepasados en vez de cocinar las carnes mediante la pachamanca, la realizaban con la técnica del Charki, que es similar al proceso de la cecina donde la carne se la abre y se la deja secar al sol ahumándose.

Utensilios ancestrales

Al igual que las técnicas, algunos utensilios también han desaparecido con el pasar del tiempo y el aumento de la tecnología y la modernización, por ello en la tabla 47 se detalla cuáles de estos utensilios aún se mantienen vigentes en la actualidad y cuales no en el territorio de la parroquia Tabacundo.

Tabla 41.

Utensilios que aún se utilizan en Tabacundo

Utensilio ancestral	Se lo sigue utilizando	Utensilio ancestral	Se lo sigue utilizando
Mates	SI	Piedra de moler	SI
Pilches	SI	Molcajete de piedra	NO
Ollas de barro	SI	Metate de piedra	NO
Cantaros de barro	NO	Cucharas de palo	SI
Tinajas de barro	NO	Bateas de madera	SI
Comal de barro	SI	Paila de bronce	SI
Tiesto de barro	SI	Coladeras	SI
Cazuelas de barro	SI	Sacos	SI

Solamente las cucharas y cucharones de palo son los utensilios que actualmente se utiliza permanentemente por no causar daño en los sartenes y ollas, otros de los utensilios que aún se ven y aunque no se utiliza a diario se lo sigue teniendo en las cocinas de algunas familias son las ollas de barro, los pilches, los tiestos de barro, comal de barro, piedra de moler, bateas de

madera pailas de bronce, coladeras y sacos. Lo que quiere decir que indudablemente los cántaros, las tinajas, el molcajete y el metate de piedra están totalmente perdidos por temas de tiempo y facilidad de producción en la cocina.

Figura 72.

Cazuelas de Barro



Platos ancestrales

En cuanto a los platos ancestrales de Tabacundo mencionados anteriormente se determina cuál es su nivel de conocimiento de cada uno por parte de la población tabacundeña y de los turistas en general, con la finalidad de dar una visión panorámica de los platos que hacen falta reforzarlos en la parroquia. El mote casado actualmente está despuntando entre los platos íconos de lo ancestral, mismo que guarda un gran valor nutricional y de identidad cultural.

El mote casado es un plato, se dice que el mote se casa con el fréjol, siendo los invitados del esposo las papas, y de la esposa el tostado o el chulpi, y se acompaña con cuy. Otro de los platos símbolo es el uchujaku que se traduce como “vamos al ají”, se trata de una harina de ocho granos preparado como colada y servido con una presa de cuy, así mismo, estos granos incluidos otros más forman la uchukuta que viene a ser la fanesca ancestral sin el pescado.

Tabla 42.*Nivel de conocimiento de la comida ancestral de Tabacundo*

SOPAS/ CALDOS/ COLADAS	NIVEL DE CONOCIMIENTO	PRICIPALES /SEGUNDOS	NIVEL DE CONOCIMIENTO
Locro de papa	Alto	Choclos con queso y habas	Alto
Ají de carne	Medio	Mote pila con frejol	Bajo
Colada de zapallo con choclo tierno y papas	Medio	Papas con salsa de maní o salsa de pepas de zambo	Alto
Colada de churos	Bajo	Llapingachos	Alto
Colada de haba	Alto	Chuchuca con maíz	Medio
Timbushca (con papas)	Bajo	Cucayo	Bajo
Colada de maíz con cuy	Medio	Ají de cuy	Bajo
Uchujacu con cuy	Medio	Habas con mellocos y papas	Alto
Arroz de cebada	Alto	Papas con cuy asado	Alto
Colada de oca	Bajo	Mote casado	Medio
Locro de zambo	Medio		
Uchukuta (fanesca)	Bajo		
Sopa de quinua	Alto		

Con respecto a las bebidas y dulces, en el Inti Raymi destaca la llamada chicha de jora, pues es la harina de maíz fermentado, que se calienta al sol y se le cocina dejándolo por varios días al ambiente, es una bebida ancestral mágica que unía a los pueblos andinos en honor a los Dioses que controlan la fuerza de los vientos, las lluvias y el sol.

Tabla 43.*Nivel de conocimiento de las bebidas y postres ancestrales en Tabacundo*

ENTRADAS /POSTRES	NIVEL DE CONOCIMIENTO	BEBIDAS	NIVEL DE CONOCIMIENTO
Pupusas o cositas finas	Bajo	Chicha de jora	Alto
Tortillas de trigo al tiesto	Alto	Chahuarmishque	Bajo
Tortillas de maíz con papa (bonitísimas)	Alto	Guarango	Bajo
Tortillas de verde	Alto	Chicha de morocho	Bajo
Tortillas de yuca	Alto	Rosero	Bajo
Tamales	Alto	Champús con mote	Medio
Choclotandas (humitas)	Alto		
Empanadas de viento rellenas	Alto		
Empanadas de morocho	Alto		
Empanadas de plátano maqueño y queso	Alto		
Catzos blancos	Alto		
Cuzos con maíz	Medio		
Mojicones	Bajo		
Tostado de sal y dulce	Alto		
Chochos con tostado o chulpi	Alto		
Chigüiles	Medio		
Tortillas tabacundeñas	Alto		
Dulce de zambo con chaguarmishque	Bajo		

Plan de acción de Fortalecimiento y Rescate de la Gastronomía Ancestral

El plan de acción de fortalecimiento y rescate tiene un formato similar al del plan operativo anual, pero adaptado a un diseño personal en el que está diseñado por bloques, en el primer bloque se describe la base corporativa, seguido de las perspectivas que el modelo de la investigación contempla estratégicamente; por otro lado se detalla los indicadores de gestión por cada objetivo estratégico de cada perspectiva, contiene el bloque de proyectos en donde se proponen varios proyectos para reafirmar el turismo y la identidad cultural junto con cada presupuesto .

Figura 73.

Plan de Acción de Fortalecimiento

PLAN DE ACCIÓN DE FORTALECIMIENTO Y RESCATE DE LA GASTRONOMÍA ANCESTRAL DE LA PARROQUIA TABACUNDO	
MISIÓN	
	Fortalecer la identidad cultural de Tabacundo utilizando el recurso de la gastronomía ancestral para la difusión y reconocimiento turístico nacional y extranjero, y lograr que la población Tabacundeña tenga una mejor calidad de vida en base a la sostenibilidad.
VISIÓN	
	Que Tabacundo sea reconocido gastronómicamente en el ámbito turístico nacional e internacional. Ser un excelente lugar para convivir culturalmente, brindar al mundo una oferta gastronómica completa y acoger a visitantes con profesionalismo, calidez y calidad distinguiendo a Pedro Moncayo como cuna de desarrollo e identidad.
DESCRIPCIÓN	

PLAN DE ACCIÓN DE FORTALECIMIENTO Y RESCATE DE LA GASTRONOMÍA ANCESTRAL DE LA PARROQUIA TABACUNDO

La comida es una parte importante de la cultura, pues es la mejor manera de que los turistas vean la posibilidad de visitar un lugar por conocer su cultura, esto implica una unión con el pasado ya que es un legado de otras civilizaciones; el turismo gastronómico no sólo es el acto de degustar comida, es la manera de integrarse y ser parte de la identidad de aquel determinado lugar y sumergirse en la vida cotidiana de la comunidad.

Pedro Moncayo y por ende Tabacundo es cuna de identidad cultural, la cultura Quito-Cara es la base identitaria de este lugar, desde tiempos antiguos estos pobladores han demostrado tener alto grado de desarrollo económico, social, político y sobretodo en el campo agrícola, es por ello que es evidente afirmar que se abastecían con productos andinos lo que les llevó a utilizarlos para crear platos ancestrales conjuntamente con técnicas y utensilios ancestrales, mismos que de alguna manera fueron y son parte aun de la identidad de este territorio.

Actualmente son muy pocas las personas que tienen estos conocimientos y saberes gastronómicos ancestrales, por lo que es prácticamente una obligación de esta generación el no permitir que se siga perdiendo parte de esta cultura que brinda riqueza y sentido de pertenencia al Ecuador; estos argumentos son la razón de ser del presente plan de acción mismo que contiene varios proyectos establecidos con la finalidad de difundir, fortalecer y rescatar el sentido ancestral de la gastronomía para fomentar la identidad cultural y el desarrollo turístico de Tabacundo.

La aplicación de este plan de acción tiene algunas ventajas que no se deben obviar al momento de tomarlo en cuenta para su desarrollo:

- Identidad cultural en el sistema educativo.
- Puesta en valor de la memoria colectiva.
- Apertura a emprendimientos y desarrollo económico.
- Incremento de turistas y visitantes al Cantón y a la parroquia.
- Sincronización y complemento con otras manifestaciones culturales.

Figura 74.
Perspectivas

PERSPECTIVAS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
1. Social	1.1. Garantizar una mejor calidad de vida de la comunidad tabacundeña, a través del abastecimiento de alimentación saludable con alto grado nutritivo.
	1.2. Brindar la oportunidad equitativa e igualitaria a la población de desarrollar su potencial productiva sin discriminación alguna.
2. Económica	2.1. Maximizar los ingresos de la parroquia Tabacundo por el aumento de turistas y visitantes mediante la difusión idónea de la gastronomía para reforzar la identidad cultural y posicionar a la parroquia turísticamente a nivel nacional.
	2.2. Incrementar la sostenibilidad de las familias Tabacundeñas mediante el emprendimiento de un negocio de gastronomía ancestral para aumentar la rentabilidad de sus hogares.
3. Identitaria	3.1. Influir en la comunidad el orgullo por el sentido de pertenencia a su territorio, destacando fortalezas culturales que permitan a la comunidad arraigarse a sus antepasados y amar su identidad.
	3.2. Fomentar la protección, fortalecimiento, propagación, consumo y uso de las manifestaciones gastronómicas identificadas como ancestrales dentro de la parroquia para aumentar su identidad en el ámbito cultural.

ESTRATEGIAS
<p>1.1. 1. Preparación de platos ancestrales y típicos por parte de los comuneros, con gran valor nutricional.</p> <p>1.1.2. Implementación de este tipo de alimentación en los niños y jóvenes colegiales para su receso, así también como en los adultos.</p>
<p>1.2.1. Apertura a diversidad de puestos de empleo para abarcar a un gran nivel de personas sin distinción de sexo, edad, nivel educativo, etc.</p> <p>1.2.2. Conocimiento, capacitación y profesionalismo, con altos estándares de calidad de servicio en la población que se va a dirigir a los turistas nacionales e internacionales.</p>
<p>2.1.1. Rediseño del plan de marketing turístico del Cantón Pedro Moncayo.</p> <p>2.1.2. Monitoreo permanente de los cambios de las variables micro y macroeconómicas.</p>
<p>2.2.1. Implementación de un sistema de control de costos y gastos del emprendimiento mediante la adquisición de un software.</p> <p>2.2.2. Buen manejo de la materia prima para la obtención de utilidades.</p>
<p>3.1.1. Motivando a la población a identificar y producir los productos y recursos propios que se elaboran en su territorio.</p> <p>3.1.2. Reconocimiento de la historia del pueblo Tabacundeño y fortalezas culturales para posicionar el valor identitario.</p>

<p>3.2.1. Implementación de métodos publicitarios tanto digitales como tradicionales que tengan un gran alcance.</p> <p>3.2.2. Poner a disposición de compra de las técnicas, utensilios y platos ancestrales para la población y turistas en general.</p> <p>3.2.3. Exposición de la gastronomía en eventos culturales donde exista la participación de la comunidad respaldada por alianzas estratégicas interinstitucionales.</p>
RESULTADO ESPERADO DE LAS ESTRATEGIAS
<p>1.1. Desarrollar en la población el hábito de preparación y consumo de este tipo de comida, no solo a nivel familiar sino también para externos, y que la población al estar bien alimentada sea un factor de motivación para brindar también una excelente calidad de vida a otros.</p>
<p>1.2. Brindar la misma oportunidad de obtener un puesto de trabajo fijo y garantizado dentro del emprendimiento una gran cantidad de personas de la parroquia, misma que provoque la superación personal de estándares en el ámbito de servicio, brindando una excelente calidad y atención.</p>
<p>2.1. Incremento de los turistas, de los días de permanencia de los mismos en la parroquia y por ende el gasto promedio diario por turista dentro de ella.</p>
<p>2.2. Aumento de la tasa de empleo dentro de la parroquia Tabacundo mediante la innovación tecnológica y la buena producción.</p>
<p>3.1. Localidad más orgullosa de su cultura y más productiva en sus recursos como artesanías, leyendas, y más, destacando la gastronomía ancestral para potencializar el turismo.</p>
<p>3.2. Lograr un alto posicionamiento nacional e internacional de Tabacundo y Pedro Moncayo en el ámbito cultural destacando el campo gastronómico.</p>

Figura 75.
Indicadores de Gestión

INDICADORES DE GESTIÓN		
Perspectiva	Social	
Objetivo Estratégico	Garantizar una mejor calidad de vida de la comunidad tabacundeña, a través del abastecimiento de alimentación saludable con alto grado nutritivo.	
Indicador	Índice de platos ancestrales elaborados para el consumo/ platos inventariados registrados	
Fórmula	$\left(\frac{PAE}{PIR}\right) * 100$	
Unidad De Medida	Porcentaje (%)	
Objetivo	El indicador permitirá evaluar el número de platos que se elaboran y se consumen con más periodicidad en base a los platos gastronómicos registrados en la parroquia.	
Resultado	El indicador representa el índice porcentual de la variedad y cantidad de platos gastronómicos que se preparan en relación a los existentes.	
Código	Variables componentes	Fuente
<ul style="list-style-type: none"> • PAE • PIR 	<ul style="list-style-type: none"> • Platos Ancestrales Elaborados • Platos Inventariados Registrados. 	Encuestas realizadas por la Corporación de Turismo.
Perspectiva	Social	
Objetivo Estratégico	Brindar la posibilidad equitativa e igualitaria a la población de desarrollar su potencial productiva sin discriminación alguna.	
Indicador	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de beneficiarios del emprendimiento/ porcentaje de plazas de trabajo. • Porcentaje de personal capacitado /porcentaje de personal contratado. 	

INDICADORES DE GESTIÓN		
Fórmula	$\left(\frac{BE}{PT}\right) * 40 + \left(\frac{PCA}{PCO}\right) * 60$	
Unidad De Medida	Porcentaje (%)	
Objetivo	Los indicadores permitirán evaluar si se cumple con la estrategia de abarcar con todas las plazas de empleo y de mantener capacitado constantemente al personal.	
Resultado	Los indicadores representan el índice porcentual de las personas beneficiarias que cumplen con las capacitaciones necesarias para brindar un servicio de calidad a los turistas.	
Código	Variables componentes	Fuente
<ul style="list-style-type: none"> • BE • PT • PCA • PCO 	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficiarios del Emprendimiento • Plazas de Trabajo • Personal Capacitad • Personal Contratado 	Corporación de Turismo
Perspectiva	Económica	
Objetivo Estratégico	Maximizar los ingresos de la parroquia Tabacundo por el aumento de turistas y visitantes mediante la difusión idónea de la gastronomía para reforzar la identidad cultural y posicionar a la parroquia turísticamente a nivel nacional.	
Indicador	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje del nivel de satisfacción del turista / Porcentaje de fluctuación de turistas nacionales y extranjeros. • Porcentaje de ingresos económico por turismo/inversión turística. 	
Fórmula	$\left(\frac{NST}{FTNE}\right) * 50 + \left(\frac{IET}{IT}\right) * 50$	
Unidad De Medida	Porcentaje	

INDICADORES DE GESTIÓN		
Objetivo	Los indicadores permitirán evaluar el nivel de satisfacción que tienen los turistas tanto nacionales o extranjeros que llegan por turismo receptivo y el nivel de ingresos económicos acarreados por el turismo.	
Resultado	Los indicadores reflejan el índice porcentual del nivel de satisfacción que tienen los turistas tanto nacionales como extranjeros al visitar Tabacundo y cuanto es el gasto promedio que un turista deja a la localidad por día.	
Código	Variables componentes	Fuente
<ul style="list-style-type: none"> • NST • FTNE • IEST • IT 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de Satisfacción de Turistas • Fluctuación de Turistas Nacionales y Extranjeros • Ingresos Económicos por Turismo • Inversión Turística 	GAD Municipal de Pedro Moncayo Empresa privada
Perspectiva	Económica	
Objetivo Estratégico	Incrementar la sostenibilidad de las familias Tabacundeñas mediante el emprendimiento de un negocio de gastronomía ancestral para aumentar la rentabilidad de sus hogares	
Indicador	<ul style="list-style-type: none"> • Margen de utilidad bruta • Tasa de ocupación 	
Fórmula	<ul style="list-style-type: none"> • $IT - CT * 100$ • $\left(\frac{\#PE}{\#PG}\right) * 100$ 	
Unidad De Medida	Porcentaje	
Objetivo	Los indicadores permitirán evaluar por separado tanto el margen de utilidad bruta que obtienen los	

INDICADORES DE GESTIÓN		
	emprendedores en su negocio, como también la tasa de ocupación de la población comprendida entre 16 y 64 años que tenga un puesto en el emprendimiento, y este indicador valorarlo cada cierto tiempo para verificar si existe un desarrollo económico para la comunidad.	
Resultado	Los indicadores representan el índice porcentual de la tasa de ocupación de la población empleada en la parroquia Tabacundo lo cual debería ir aumentando con el tiempo y a la vez el índice porcentual de la utilidad bruta generada por dicho negocio, misma que debería ser alta.	
Código	Variables componentes	Fuente
<ul style="list-style-type: none"> • IT • CT • PE • PG 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos Totales • Costos Totales • Población empleada • Población General 	GAD Municipal de Pedro Moncayo Corporación de Turismo
Perspectiva	Identitaria	
Objetivo Estratégico	Influir en la comunidad el orgullo por el sentido de pertenencia a su territorio, destacando fortalezas culturales que permitan a la comunidad arraigarse a sus antepasados y amar su identidad.	
Indicador	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de las actividades culturales fuera del hogar. • Participación de actividades culturales fortalecedoras de la identidad. 	
Fórmula	<ul style="list-style-type: none"> • $\left(\frac{PAEM}{PTR}\right) * 100$ • $\left(\frac{PAFL}{PTR}\right) * 100$ 	
Unidad De Medida	Porcentaje	
Objetivo	Estos indicadores permitirán medir los niveles de participación cultural para evaluar los grados de vitalidad	

INDICADORES DE GESTIÓN		
	cultural y de compromiso social. Así mismo proporcionan una visión general de los esquemas de participación cultural de la población con actividades fortalecedoras de la identidad.	
Resultado	Los indicadores reflejan el fortalecimiento de la comunidad con el nivel participación en prácticas culturales fortalecedoras identitarias, ya que cuanto más elevados son los niveles de participación cultural en una sociedad determinada más se robustece su capital social (UNESCO, 2014, p. 86).	
Código	Variables componentes	Fuente
<ul style="list-style-type: none"> • PAEM • PTR • PAFL 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que han Asistido a un espectáculo musical o representación de danza en los últimos 12 meses. • Población Total de Referencia. • Personas que han Asistido a una Festividad Local, o eventos culturales en los últimos 12 meses. 	Encuestas oficiales por GAD Municipal de Pedro Moncayo
Perspectiva	Identitaria	
Objetivo Estratégico	Fomentar la protección, fortalecimiento, propagación, consumo y uso de las manifestaciones gastronómicas identificadas como ancestrales dentro de la parroquia para aumentar su identidad en el ámbito cultural.	
Indicador	<ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad del patrimonio • Estrategia publicitaria más efectiva/ estrategia publicitaria empleada 	
Fórmula	<ul style="list-style-type: none"> • $RI * 30 + PSG * 40 + TMA * 30$ • $\left(\frac{EPEF}{EPEM}\right) * 100$ 	

INDICADORES DE GESTIÓN		
Unidad De Medida	Porcentaje	
Objetivo	Este indicador ofrece una imagen global de los puntos fuertes y débiles de los esfuerzos públicos desplegados para la protección y la promoción de la sostenibilidad del patrimonio inmaterial, con miras a asegurar y fomentar su contribución potencial al desarrollo (UNESCO, 2014, p. 133). Para verificar la estrategia publicitaria más idónea para garantizar el consumo de la gastronomía.	
Resultado	Los indicadores representan cualitativamente en forma de lista de control el grado de desarrollo de un marco público multidimensional para la sensibilización del patrimonio (UNESCO, 2014, p. 136). Así mismo reflejan que estrategia publicitaria empleada ha sido la más efectiva para la atracción de turistas a la parroquia.	
Código	Variables componentes	Fuente
<ul style="list-style-type: none"> • RI • PSG • TMA • EPEF • EPEM 	<ul style="list-style-type: none"> • Registros e Inscripciones • Protección, Salvaguardia y Gestión • Transmisión y Movilización de Apoyo • Estrategia Publicitaria más Eficiente • Estrategias Publicitarias Empleadas 	GAD Municipal Pedro Moncayo

Figura 76.
Proyectos

PROYECTOS	
P1. Guía gastronomía ancestral	La guía gastronómica ancestral estará elaborada con información sobre los productos autóctonos más relevantes y utilizados en la parroquia, será un documento atractivamente visible y de fácil comprensión, dictará recetas preparadas en base a los productos expuestos y contara con espacios estratégicos para la información de técnicas y utensilios ancestrales icónicos que brindan identidad cultural al cantón, así como también los secretos culinarios compartidos por la población que tiene este tipo de saberes.
P2. Paradero gastronómico	Proyecto que brindará un realce gastronómico a la parroquia y un desarrollo social y económico a la población, su finalidad es ampliar la oferta gastronómica local, y ofrecer un servicio de calidad tanto a los turistas nacionales como internacionales, será un paradero exclusivamente de comida típica y ancestral; contará con espacio para estacionamiento, baterías sanitarias, lavabos, y una garita para el personal de seguridad.
P3. Ferias gastronómicas	Son estrategias selectas por la muestra encuestada, tanto de la población como de los turistas, que permite mostrar directamente a la persona asistente la variedad de platos gastronómicos que la parroquia en representación a la identidad cultural del cantón dispone, esta degustación directa es la mejor forma de difusión turística, en la que la misma puede ser mecanismo de promoción de los pequeños emprendedores de la parroquia o del cantón. Así mismo es un método para fomentar la sana alimentación en jóvenes, adultos, y personas de toda edad.
P3.1. Ferias intercantonales	
P3.2. Ferias interuniversitarias	
P3.3. Ferias intercolegiales	

PROYECTOS					
P1. GUÍA GASTRONÓMICA ANCESTRAL					
Actividades	MEDICIÓN DE LAS ACTIVIDADES				
	Indicador de la actividad	Fórmula del indicador	Frecuencia de evaluación	Metas	% de avance de actividades
Recopilar información de las técnicas, productos, utensilios y platos ancestrales de Tabacundo.	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Anual	90%	0%
Inventariar la información recopilada.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Anual	100%	0%
Seleccionar que técnicas, platos, productos y utensilios van a ir en la guía gastronómica	% de ejecución	Información seleccionada /información inventariada	Anual	100%	0%
Estructurar un recetario de los platos seleccionados	% de ejecución	Ejecutado/ planificado	Una sola vez	90%	0%
Diseñar la portada y el cuerpo de la guía con un diseño moderno y atractivo a la vista.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Anual	90%	0%
Verificar las características de formato y fondo de la guía.	% de ejecución	Formato y fondo aprobado / formato y fondo realizado	Una sola vez	100%	0%
Aplicar una encuesta piloto para comprobar si el diseño de la guía gastronómica tiene aceptación con	% de satisfacción	Población satisfecha con el diseño de la	Anual	80%	0%

PROYECTOS					
el público objetivo.		guía gastronómica/ total población encuestada			
Realizar un informe con el resultado obtenido de las encuestas.	% de satisfacción	# de respuestas positivas / # total de respuestas	Una sola vez	100%	0%
Si el resultado es negativo re diseñar la guía gastronómica en base a recomendaciones.	% de actualización	Requerimientos actualizados/ requerimientos en encuesta	Una sola vez	75%	0%
Elegir la o las estrategias publicitarias off line más idóneas para dar a conocer la guía dentro de la parroquia.	% de efectividad	Estrategia publicitaria más efectiva/ estrategia publicitaria empleada	Semestral	90%	0%
Socializar la guía a la población de Tabacundo.	% de ejecución	Programación ejecutada / programación planificada	Semanal	100%	0%
Digitalizar la guía gastronómica ancestral.	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Una sola vez	100%	0%
Socializar la guía gastronómica digital y publicarlo en páginas y en redes sociales oficiales del Cantón.	% de ejecución	Programación ejecutada/	Semanal	90%	0%

PROYECTOS					
		programación planificada			
P2. PARADERO GASTRONÓMICO					
Actividades	MEDICION DE LAS ACTIVIDADES				
	Indicador de la actividad	Fórmula del indicador	Frecuencia de evaluación	Metas	% de avance de actividades
Realizar un diagnóstico general y situacional de la parroquia Tabacundo.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Una sola vez	90%	0%
Diseñar publicidad para dar a conocer a la población de la parroquia el proyecto futuro.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Una sola vez	100%	0%
Publicitar a nivel parroquial el futuro proyecto a realizarse.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Mensual	100%	0%
Verificar si la parroquia está en condiciones físicas y geográficas de implementar el paradero, mediante un estudio por un profesional.	% de factibilidad	Factible / evaluado	Una sola vez	90%	0%
Realizar un estudio para saber cuánto es el presupuesto que se necesita.	% de ejecución	Posible financiamiento /presupuesto total	Una sola vez	90%	0%
Realizar un informe detallando qué y cuánto presupuesto es necesario.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Una sola vez	100%	0%
Realizar alianzas estratégicas con los organismos que	% de ejecución	Posibles empresas	Anual	100%	0%

PROYECTOS					
estén dispuestos a invertir en el proyecto (empresa pública y privada).		aliadas / total de empresas			
Crear y seleccionar un logotipo y slogan que identifique el proyecto con mira en el campo turístico.	% de ejecución	Logotipo y slogan seleccionado / logotipo y slogan creado	Una sola vez	100%	0%
Diseño de planos gráficos del paradero por un experto.	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Una sola vez	100%	0%
Determinar las características, diseño, modelo, material y espacios de cada cubículo para el paradero.	% de satisfacción	Seleccionado /diseñado	Una sola vez	100%	0%
Realizar un informe final con todos los detalles del diseño y estructura del paradero.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Una sola vez	100%	0%
Pedir aprobación de los organismos inmersos en el proyecto.	% de satisfacción	Aprobado / presentado	Una sola vez	100%	0%
Realizar permisos y documentos legales para el funcionamiento del paradero.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Anual	100%	0%
Compra de materiales para la construcción.	% de ejecución	# de materiales comprados/ total de materiales necesarios	Una sola vez	100%	0%

PROYECTOS					
Contratación de personal calificado para la construcción.	% de conocimiento	# de personal calificado /total de profesionales	Una sola vez	100%	0%
Construcción de la obra.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Una sola vez	100%	0%
Implementación de sistemas tecnológicos contra incendios y de seguridad como alarmas y cámaras de vigilancia.	% de eficacia	# de fallas / total de operaciones	Una sola vez	90%	0%
Implementación de señalética y plan de contingencia.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Una sola vez	90%	0%
Implementación de un software de control de costos y gastos para los administradores en el emprendimiento, así como también para el sistema de control de horarios del personal.	% de eficacia del software	# de operaciones fallidas /total de operaciones	Una sola vez	100%	0%
Compra de mobiliario e implementos necesarios (mesas, cocinas, sillas, bandejas, lavabos, etc.)	% de ejecución	#Implementos comprados /total de implementos necesarios	Una sola vez	85%	0%
Diseñar publicidad para solicitar personal que trabaje en el paradero en las áreas de limpieza, seguridad y cocina.	% de ejecución	Ejecutado/ planificado	Una sola vez	95%	0%

PROYECTOS					
Seleccionar una estrategia de publicidad off line u on line para la socialización.	% de satisfacción	Estrategia seleccionada total estrategias publicitarias	Una sola vez	90%	0%
Socializar la publicidad creada a nivel parroquial para distintas áreas (limpieza, seguridad y cocina).	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Semanal por un corto plazo	90%	0%
Reclutamiento con hoja de vida del número de personal requerido que está interesado en trabajar en el emprendimiento.	% de reclutamiento	# Personal interesadas / total población de la parroquia	Una sola vez	100%	0%
Aplicar pruebas psicológicas y psicométricas a todo el personal candidato.	% de ejecución	# Personas asistentes / total de personas reclutadas	Anual	100%	0%
Solicitar certificados de honorabilidad a todos los candidatos.	% de cumplimiento	# de personas cumplidas /total de personas reclutadas	Una sola vez	100%	0%
Solicitar al personal de cocina certificados médicos.	% de cumplimiento	# de personas cumplidas / total de personas reclutadas	Semestral	100%	0%
Firma de contrato laboral del personal reclutado para las áreas de limpieza y seguridad bajo experiencia	% de ejecución	# de personal contratado/ total de	Anual	100%	0%

PROYECTOS					
previa (4 personas por área).		personas reclutadas			
Firma de contrato de arriendo del espacio del paradero con el personal de cocina para laborar.	% de ejecución	# de personal contratado/ total de personas interesadas	Anual	100%	0%
Tramitar los permisos y documentos legales laborales para el personal.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Anual	100%	0%
Capacitar a todo el personal en sus respectivas áreas adicionalmente en las áreas de servicio al cliente, medidas de bioseguridad, etc.	% de personal asistente	Empleados que asistieron/ total de empleados del área	Trimestral	95%	0%
Toma de medidas corporales para la fabricación de uniformes de todo el personal.	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Anual	90%	0%
Diseño y selección de uniformes con modelos y colores que distingan el área de trabajo, con el logotipo del emprendimiento.	% de satisfacción	diseño seleccionado / diseños creados	Anual	95%	0%
Entrega de uniformes al personal correspondiente a cada área.	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Anual	100%	0%
Entrega de insumos de limpieza de bio seguridad al personal	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Mensual	85%	0%
Inauguración del paradero gastronómico con las autoridades cantonales, de los organismos aliados y el personal.	% de ejecución	Ejecutado/ planificado	Una sola vez	100%	0%

PROYECTOS					
P3. FERIAS GASTRONÓMICAS					
P3.1. FERIA GASTRONÓMICA- INTERCANTONAL					
Actividades	MEDICIÓN DE LAS ACTIVIDADES				
	Indicador de la actividad	Fórmula del indicador	Frecuencia de evaluación	Metas	% de avance de actividades
Realizar un diagnóstico general y de la situación actual de la parroquia Tabacundo.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Una sola vez	90%	0%
Reunión para la socialización del proyecto a realizarse con los GAD's Municipales de los diferentes cantones de la provincia Pichincha.	% de asistencia	Representantes de los GAD's asistentes/total representantes de GAD's invitados	Una sola vez	100%	0%
Aprobación de los GAD's Municipales de los diferentes cantones socializados de la provincia Pichincha.	% de satisfacción	# de GAD's que interesados /total de GAD's invitados	Una sola vez	100%	0%
Diseñar publicidad a nivel cantonal de Pedro Moncayo para socializar la feria gastronómica a realizarse.	% de ejecución	Ejecutado /planificado	Semanal	90%	0%
Seleccionar una estrategia de publicidad off line u on line para la socialización.	% de satisfacción	Estrategia seleccionada / total estrategias	Semanal	90%	05

PROYECTOS					
		publicitarias			
Socializar la publicación a nivel cantonal para convocar emprendedores en el área gastronómica que deseen participar en la feria.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Semanal	90%	0%
Reunión con las autoridades de los GAD's Municipales de los cantones participantes para definir detalles generales de la feria (lugar, fecha, capacidad de participantes, etc.)	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Mensual	85%	0%
Reclutamiento de la población interesada en participar en la feria, para informar todos los lineamientos del evento y firmar un compromiso de participación.	% de satisfacción	# población requerida /total población interesada	Una sola vez	100%	0%
Reunión con las personas participantes para establecer cronograma de arreglo y adecuación del lugar donde se efectuará la feria.	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Una sola vez	100%	0%
Diseñar publicidad a nivel cantonal de Pedro Moncayo para invitar a la población en general a la feria gastronómica.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Semanal	90%	0%
Seleccionar una estrategia de publicidad off line u on line para la invitación.	% de satisfacción	Estrategia seleccionada/ total estrategias publicitarias	Semanal	90%	0%

PROYECTOS					
Socializar la publicación a nivel cantonal para invitar a la población en general a asistir a la feria gastronómica.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Semanal	90%	0%
Adecuación de mobiliario (mesas, sillas, carpas, etc.) iluminación y sonido otorgados por los GAD's aliados en el lugar del evento.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Dos o tres días	100%	0%
Asistencia de la población participante un día antes del evento al lugar determinado para organizar, arreglar y adecuar los implementos necesarios para su presentación.	% de asistencia	# de participantes asistentes/ total de participantes	Una sola vez	100%	0%
El día del evento recibir a todos los invitados (autoridades gubernamentales y población en general) y dar inicio al evento.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Anual	100%	0%
P3.2. FERIA GASTRONÓMICA-INTERUNIVERSITARIA					
Actividades	MEDICION DE LAS ACTIVIDADES				
	Indicador de la actividad	Fórmula del indicador	Frecuencia de evaluación	Metas	% de avance de actividades
Realizar un diagnóstico general y de la situación actual de la parroquia Tabacundo.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Una sola vez	90%	0%
Reunión para la socialización del proyecto a realizarse con las autoridades de las Universidades	% de asistencia	Representantes de las universidades	Una sola vez	100%	0%

PROYECTOS					
cuya oferta académica sea Gastronomía, u Hotelería, de los diferentes cantones de la provincia Pichincha.		asistentes /total representantes de las universidades invitadas			
Aprobación de las autoridades de las Universidades socializadas de la provincia Pichincha.	% de satisfacción	# de Universidades interesadas /total de universidades invitadas	Una sola vez	100%	0%
Reunión con las autoridades de las Universidades participantes para definir detalles generales de la feria (lugar, fecha, capacidad de participantes, etc.)	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Una sola vez	85%	0%
Reunión con las autoridades y estudiantes participantes para establecer cronograma de arreglo y adecuación del lugar donde se efectuará la feria.	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Una sola vez	100%	0%
Diseñar publicidad a nivel cantonal de Pedro Moncayo para invitar a la población en general a la feria gastronómica.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Semanal	90%	0%
Seleccionar una estrategia de publicidad off line u on line para la invitación.	% de satisfacción	Estrategia seleccionada/ total estrategias publicitarias	Semanal	90%	0%
Socializar la publicación a nivel cantonal para invitar a	% de ejecución	Ejecutado/planificad	Semanal	90%	0%

PROYECTOS					
la población en general a asistir a la feria gastronómica.		o			
Adecuación de mobiliario (mesas, sillas, carpas, etc.) iluminación y sonido otorgados por el GAD Municipal de Pedro Moncayo en el lugar del evento.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Dos o tres días	100%	0%
Asistencia de las autoridades y estudiantes participante un día antes del evento al lugar determinado para organizar, arreglar y adecuar los implementos necesarios para su presentación.	% de asistencia	# de participantes asistentes/ total de participantes	Una sola vez	100%	0%
El día del evento recibir a todos los invitados (autoridades gubernamentales y población en general) y dar inicio al evento.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Anual	100%	0%
P3.3. FERIA GASTRONÓMICA-INTERCOLEGIAL					
Actividades	MEDICION DE LAS ACTIVIDADES				
	Indicador de la actividad	Fórmula del indicador	Frecuencia de evaluación	Metas	% de avance de actividades
Realizar un diagnóstico general y de la situación	% de ejecución	Ejecutado	Una sola vez	90%	0%

PROYECTOS					
actual de la parroquia Tabacundo.		/planificado			
Reunión para la socialización del proyecto a realizarse con las autoridades de los colegios de las diferentes parroquias de Pedro Moncayo.	% de asistencia	Representantes de los colegios asistentes /total representantes de colegios invitados	Una sola vez	100%	0%
Aprobación de las autoridades de los colegios socializados de Pedro Moncayo.	% de satisfacción	# de colegios interesados /total de colegios invitados	Una sola vez	100%	0%
Reunión con las autoridades de los colegios participantes para definir detalles generales de la feria (lugar, fecha, capacidad de participantes, etc.)	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Una sola vez	85%	0%
Reunión con las autoridades y estudiantes participantes para establecer cronograma de arreglo y adecuación del lugar donde se efectuará la feria.	% de ejecución	Ejecutado / planificado	Una sola vez	100%	0%
Diseñar publicidad a nivel cantonal de Pedro Moncayo para invitar a la población en general a la feria gastronómica.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Semanal	90%	0%
Seleccionar una estrategia de publicidad off line u on line para la invitación.	% de satisfacción	Estrategia seleccionada/ total estrategias publicitarias	Semanal	90%	0%

PROYECTOS					
Socializar la publicación a nivel cantonal para invitar a la población en general a asistir a la feria gastronómica.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Semanal	90%	0%
Adecuación de mobiliario (mesas, sillas, carpas, etc.) iluminación y sonido otorgados por el GAD Municipal de Pedro Moncayo en el lugar del evento.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Dos o tres días	100%	0%
Asistencia de las autoridades y estudiantes participantes un día antes del evento al lugar determinado para organizar, arreglar y adecuar los implementos necesarios para su presentación.	% de asistencia	# de participantes asistentes/ total de participantes	Una sola vez	100%	0%
El día del evento receptor a todos los invitados (autoridades gubernamentales y población en general) y dar inicio al evento.	% de ejecución	Ejecutado/planificado	Anual	100%	0%

Tabla 44.
Presupuestos

PRESUPUESTOS			
ACTIVIDADES - P1_Guia Gastronómica	PROBABLE	OPTMISTA	PESIMISTA
Recopilar información de las técnicas, productos, utensilios y platos ancestrales de Tabacundo.	\$ 1.800,00	\$ 1.500,00	\$ 2.000,00
Inventariar la información recopilada.	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
Seleccionar que técnicas, platos, productos y utensilios van a ir en la guía gastronómica	\$ -	\$ -	\$ -
Estructurar un recetario de los platos seleccionados	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
Diseñar la portada y el cuerpo de la guía con un diseño moderno y atractivo a la vista.	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 800,00
Verificar las características de formato y fondo de la guía.	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
Aplicar una encuesta piloto para comprobar si el diseño de la guía gastronómica tiene aceptación con el público objetivo.	\$ 300,00	\$ 200,00	\$ 400,00
Realizar un informe con el resultado obtenido de las encuestas.	\$ 100,00	\$ 70,00	\$ 120,00
Si el resultado es negativo re diseñar la guía gastronómica en base a recomendaciones.	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 800,00
Elegir la o las estrategias publicitarias off line más idóneas para dar a conocer la guía dentro de la parroquia.	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
Socializar la guía a la población de Tabacundo.	\$ 3.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.500,00
Digitalizar la guía gastronómica ancestral.	\$ -	\$ -	\$ -
Socializar la guía gastronómica digital y publicarlo en páginas y en redes sociales oficiales del Cantón.	\$ 500,00	\$ 350,00	\$ 700,00
Subtotal	\$ 7.300,00	\$ 5.740,00	\$ 8.800,00
Gastos administrativos	\$ 730,00	\$ 574,00	\$ 880,00
10% de imprevistos	\$ 730,00	\$ 574,00	\$ 880,00
Total	\$ 8.760,00	\$ 6.888,00	\$ 10.560,00

PRESUPUESTOS

ACTIVIDADES – P2_ Paradero Gastronómico	PROBABLE	OPTMISTA	PESIMISTA
Realizar un diagnóstico general y situacional de la parroquia Tabacundo.	\$ 1.800,00	\$ 1.500,00	\$ 2.000,00
Diseñar publicidad para dar a conocer a la población de la parroquia el proyecto futuro.	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 800,00
Publicitar a nivel parroquial el futuro proyecto a realizarse.	\$ 3.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.500,00
Verificar si la parroquia está en condiciones físicas y geográficas de implementar el paradero mediante un estudio por un profesional.	\$ 3.500,00	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00
Realizar un estudio para saber cuánto es el presupuesto que se necesita.	\$ 1.800,00	\$ 1.500,00	\$ 2.000,00
Realizar un informe detallando qué y cuánto presupuesto es necesario.	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 200,00
Realizar alianzas estratégicas con los organismos que estén dispuestos a invertir en el proyecto (empresa pública y privada).	\$ 300,00	\$ 200,00	\$ 400,00
Crear y seleccionar un logotipo y slogan que identifique el proyecto con mira en el campo turístico.	\$ 1.000,00	\$ 700,00	\$ 1.300,00
Diseño de planos gráficos del paradero por un experto.	\$ 1.000,00	\$ 700,00	\$ 1.300,00
Determinar las características, diseño, modelo, material y espacios de cada cubículo para el paradero.	\$ 500,00	\$ 400,00	\$ 600,00
Realizar un informe final con todos los detalles del diseño y estructura del paradero.	\$ 150,00	\$ 100,00	\$ 200,00
Pedir aprobación de los organismos inmersos en el proyecto.	\$ -	\$ -	\$ -
Realizar permisos y documentos legales para el funcionamiento del paradero.	\$ 2.000,00	\$ 1.500,00	\$ 2.500,00
Compra de materiales para la construcción.	\$ 30.000,00	\$ 28.000,00	\$ 35.000,00
Contratación de personal calificado para la construcción.	\$ 15.000,00	\$ 13.000,00	\$ 18.000,00
Construcción de la obra.	\$ 35.000,00	\$ 33.000,00	\$ 38.000,00
Implementación de sistemas tecnológicos contra incendios y de seguridad como alarmas y cámaras de vigilancia.	\$ 15.000,00	\$ 13.000,00	\$ 18.000,00
Implementación de señalética y plan de contingencia.	\$ 8.000,00	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00

PRESUPUESTOS

Implementación de un software de control de costos y gastos para los administradores en el emprendimiento, así como también para el sistema de control de horarios del personal	\$ 8.000,00	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00
Compra de mobiliario e implementos necesarios (mesas, cocinas, sillas, bandejas, lavabos, etc.)	\$ 30.000,00	\$ 28.000,00	\$ 35.000,00
Diseñar publicidad para solicitar personal que trabaje en el paradero en las áreas de limpieza, seguridad y cocina.	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 8.000,00
Seleccionar una estrategia de publicidad off line u on line para la socialización.	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
Socializar la publicidad creada a nivel parroquial para distintas áreas (limpieza, seguridad y cocina).	\$ 3.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.500,00
Reclutamiento con hoja de vida del número de personal requerido que está interesado en trabajar en el emprendimiento.	\$ -	\$ -	\$ -
Aplicar pruebas psicológicas y psicométricas a todo el personal candidato.	\$ 500,00	\$ 300,00	\$ 600,00
Solicitar certificados de honorabilidad a todos los candidatos.	\$ -	\$ -	\$ -
Solicitar al personal de cocina certificados médicos.	\$ -	\$ -	\$ -
Tramite de contrato laboral del personal reclutado para las áreas de limpieza y seguridad bajo experiencia previa.	\$ 300,00	\$ 280,00	\$ 330,00
Tramite de contrato de arriendo del espacio del paradero con el personal de cocina para laborar.	\$ 300,00	\$ 280,00	\$ 330,00
Tramitar los permisos y documentos legales laborales para el personal.	\$ 200,00	\$ 150,00	\$ 250,00
Capacitar a todo el personal en sus respectivas áreas adicionalmente en las áreas de servicio al cliente, medidas de bioseguridad, etc.	\$ 1.600,00	\$ 1.400,00	\$ 1.800,00
Toma de medidas corporales para la fabricación de uniformes de todo el personal.	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
Diseño y selección de uniformes con modelos y colores que distingan el área de trabajo, con el logotipo del emprendimiento.	\$ 1.200,00	\$ 100,00	\$ 1.500,00

PRESUPUESTOS

Entrega de uniformes al personal correspondiente a cada área.	\$ -	\$ -	\$ -
Entrega de insumos de limpieza de bio seguridad al personal.	\$ 1.500,00	\$ 1.200,00	\$ 1.700,00
Inauguración del paradero gastronómico con las autoridades cantonales, de los organismos aliados y el personal.	\$ 900,00	\$ 700,00	\$ 1.200,00
Subtotal	\$ 167.100,00	\$ 145.070,00	\$ 202.250,00
Gastos administrativos	\$ 16.710,00	\$ 14.507,00	\$ 20.225,00
10% de imprevistos	\$ 16.710,00	\$ 14.507,00	\$ 20.225,00
Total	\$ 200.520,00	\$ 174.084,00	\$ 242.700,00
ACTIVIDADES - P3.1_Feria Gastronómica Inter Cantonal	PROBABLE	OPTMISTA	PESIMISTA
Realizar un diagnóstico general y de la situación actual de la parroquia Tabacundo.	\$ 1.800,00	\$ 1.500,00	\$ 2.000,00
Reunión para la socialización del proyecto a realizarse con los GAD's Municipales de los diferentes cantones de la provincia Pichincha.	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 300,00
Aprobación de los GAD's Municipales de los diferentes cantones socializados de la provincia Pichincha.	\$ -	\$ -	\$ -
Diseñar publicidad a nivel cantonal de Pedro Moncayo para socializar la feria gastronómica a realizarse.	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 800,00
Seleccionar una estrategia de publicidad off line u on line para la socialización.	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
Socializar la publicación a nivel cantonal para convocar emprendedores en el área gastronómica que deseen participar en la feria.	\$ 3.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.500,00
Reunión con las autoridades de los GAD's Municipales de los cantones participantes para definir detalles generales de la feria (lugar, fecha, capacidad de participantes, etc.)	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 130,00
Reclutamiento de la población interesada en participar en la feria, para informar todos los lineamientos del evento y firmar un compromiso de participación.	\$ -	\$ -	\$ -
Reunión con las personas participantes para establecer cronograma de arreglo y	\$ -	\$ -	\$ -

PRESUPUESTOS

adecuación del lugar donde se efectuará la feria.			
Diseñar publicidad a nivel cantonal de Pedro Moncayo para invitar a la población en general a la feria gastronómica.	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 800,00
Seleccionar una estrategia de publicidad off line u on line para la invitación.	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
Socializar la publicación a nivel cantonal para invitar a la población en general a asistir a la feria gastronómica.	\$ 3.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.500,00
Adecuación de mobiliario (mesas, sillas, carpas, etc.) iluminación y sonido otorgados por los GAD's aliados en el lugar del evento.	\$ 3.500,00	\$ 3.200,00	\$ 3.800,00
Asistencia de la población participante un día antes del evento al lugar determinado para organizar, arreglar y adecuar los implementos necesarios para su presentación.	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
El día del evento receptor a todos los invitados (autoridades gubernamentales y población en general) y dar inicio al evento.	\$ 150,00	\$ 130,00	\$ 170,00
Subtotal	\$ 13.250,00	\$ 11.050,00	\$ 15.360,00
Gastos administrativos	\$ 1.325,00	\$ 1.105,00	\$ 1.536,00
10% de imprevistos	\$ 1.325,00	\$ 1.105,00	\$ 1.536,00
Total	\$ 15.900,00	\$ 13.260,00	\$ 18.432,00
ACTIVIDADES - P3.2_Feria Gastronómica Inter Universitaria	PROBABLE	OPTMISTA	PESIMISTA
Realizar un diagnóstico general y de la situación actual de la parroquia Tabacundo.	\$ 1.800,00	\$ 1.500,00	\$ 2.000,00
Reunión para la socialización del proyecto a realizarse con las autoridades de las Universidades cuya oferta académica sea Gastronomía, u Hotelería, de los diferentes cantones de la provincia Pichincha.	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 300,00
Aprobación de las autoridades de las Universidades socializadas de la provincia Pichincha.	\$ -	\$ -	\$ -
Reunión con las autoridades de las Universidades participantes para definir detalles generales de la feria (lugar, fecha, capacidad de participantes, etc.)	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 130,00

PRESUPUESTOS

Reunión con las autoridades y estudiantes participantes para establecer cronograma de arreglo y adecuación del lugar donde se efectuará la feria.	\$ -	\$ -	\$ -
Diseñar publicidad a nivel cantonal de Pedro Moncayo para invitar a la población en general a la feria gastronómica.	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 800,00
Seleccionar una estrategia de publicidad off line u on line para la invitación.	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
Socializar la publicación a nivel cantonal para invitar a la población en general a asistir a la feria gastronómica.	\$ 3.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.500,00
Adecuación de mobiliario (mesas, sillas, carpas, etc.) iluminación y sonido otorgados por el GAD Municipal de Pedro Moncayo en el lugar del evento.	\$ 3.500,00	\$ 3.200,00	\$ 3.800,00
Asistencia de las autoridades y estudiantes participante un día antes del evento al lugar determinado para organizar, arreglar y adecuar los implementos necesarios para su presentación.	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 120,00
El día del evento receptor a todos los invitados (autoridades gubernamentales y población en general) y dar inicio al evento.	\$ 150,00	\$ 130,00	\$ 170,00
Subtotal	\$ 9.550,00	\$ 8.070,00	\$ 10.940,00
Gastos administrativos	\$ 955,00	\$ 807,00	\$ 1.094,00
10% de imprevistos	\$ 955,00	\$ 807,00	\$ 1.094,00
Total	\$ 11.460,00	\$ 9.684,00	\$ 13.128,00
ACTIVIDADES - P3.2_Feria Gastronómica Inter Colegial	PROBABLE	OPTMISTA	PESIMISTA
Realizar un diagnóstico general y de la situación actual de la parroquia Tabacundo.	\$ 1.800,00	\$ 1.500,00	\$ 2.000,00
Reunión para la socialización del proyecto a realizarse con las autoridades de los colegios de las diferentes parroquias de Pedro Moncayo.	\$ 200,00	\$ 100,00	\$ 300,00
Aprobación de las autoridades de los colegios socializados de Pedro Moncayo.	\$ -	\$ -	\$ -
Reunión con las autoridades de los colegios participantes para definir detalles generales de	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 130,00

PRESUPUESTOS

la feria (lugar, fecha, capacidad de participantes, etc.)				
Reunión con las autoridades y estudiantes participantes para establecer cronograma de arreglo y adecuación del lugar donde se efectuará la feria.	\$	-	\$	-
Diseñar publicidad a nivel cantonal de Pedro Moncayo para invitar a la población en general a la feria gastronómica.	\$	600,00	\$	400,00
Seleccionar una estrategia de publicidad off line u on line para la invitación.	\$	100,00	\$	80,00
Socializar la publicación a nivel cantonal para invitar a la población en general a asistir a la feria gastronómica.	\$	3.000,00	\$	2.500,00
Adecuación de mobiliario (mesas, sillas, carpas, etc.) iluminación y sonido otorgados por el GAD Municipal de Pedro Moncayo en el lugar del evento.	\$	3.500,00	\$	3.200,00
Asistencia de las autoridades y estudiantes participantes un día antes del evento al lugar determinado para organizar, arreglar y adecuar los implementos necesarios para su presentación.	\$	100,00	\$	80,00
El día del evento receptor a todos los invitados (autoridades gubernamentales y población en general) y dar inicio al evento.	\$	150,00	\$	130,00
Subtotal	\$	9.550,00	\$	8.070,00
Gastos administrativos	\$	955,00	\$	807,00
10% de imprevistos	\$	955,00	\$	807,00
Total	\$	11.460,00	\$	9.684,00
	\$		\$	13.128,00

Conclusiones

- La situación actual de la gastronomía ancestral de la parroquia Tabacundo se encuentra en un estado de renacimiento, es decir que después de tantos años de haber dejado de lado la parte gastronómica en el ámbito cultural, ya sea por el desconocimiento por ser una población relativamente joven o por despreocupación de las autoridades y de la población en sí, recientemente los organismos actores están tomando cartas en el asunto e interés en difundir y ejercer actividades para fortalecer la gastronomía, y rescatar lo poco que aún queda en la memoria de los comuneros acerca de los platos ancestrales, del conocimiento histórico que los identifica, de las técnicas y utensilios que si bien es cierto han cambiado y modernizado por la constante dinamización tecnológica y cultural en el mundo, pero son secretos culinarios que no podrían ser reemplazados para ofertar una gastronomía realmente ancestral a los turistas nacionales y extranjeros.
- Se ha podido identificar varios platos ancestrales andinos que no se preparan con el fin de promover el consumo externo, sino más bien solamente para el consumo familiar, como el mote casado, el uchujaku, la timbushka, caldo de churos y muchos más, platos con una gran carga nutricional y cultural que son preparados con productos andinos que hoy en día casi ya no se los consume e incluso algunas especies de ellos ya se han perdido o están por desaparecer como la uchukuta que hoy se lo conoce a nivel mundial como fanesca, así mismo pasa con las técnicas ancestrales, se ha determinado cuáles de ellas aún siguen vigentes en las prácticas diarias o comunes de la población, mismas que son las técnicas del asado en brasas, molido, hervido, tostado, fermentado, al vapor, horneado y a la piedra, siendo este último no muy practicado. Y cuáles de los utensilios

ancestrales son considerados prácticamente reliquias o un lujo poseerlos como las piedras de moler, pailas de bronce y los utensilios de barro.

- Se ha evidenciado que en el ámbito gastronómico existen escasos programas y actividades desarrolladas conjuntamente con la súper estructura que tomen en cuenta los factores culinarios de la parroquia Tabacundo en representación al Cantón Pedro Moncayo, lo que provoca pérdida de identidad cultural gastronómica, y por lo que al proponer dichos programas se podrá facilitar un futuro desarrollo local y turístico fomentando a que los enfoques seleccionados del sincretismo de la teoría del desarrollo local y sostenible que son el enfoque social, económico e identitario sean cubiertos en las necesidades de los mismos, con la finalidad de hacer conocer y apropiarse de lo suyo a la población tabacundeña para transmitir ese orgullo identitario al turista nacional y extranjero.

Recomendaciones

- Por parte del GAD Municipal de Pedro Moncayo, se debe seguir avanzando con la promoción y difusión turística de la gastronomía, productos, técnicas y utensilios conjuntamente con rutas turísticas y actividades turísticas que sean complemento de la oferta de la gastronomía con la finalidad de que Tabacundo sea considerada además de un paradero de comida local, un sitio estratégico para realizar turismo comunitario con las comunidades en las parroquias aledañas, o agroturismo con las florícolas de Tabacundo.
- Se debe poner empeño en fortalecer la identidad cultural desde el núcleo que viene a ser la parroquia y el cantón, ya que la población no se siente parte de una cultura ancestral, ni identificado con su gastronomía, y el GAD Municipal junto con la empresa privada y la planta turística juegan un papel preponderante para fomentar el emprendimiento en la sociedad mediante alianzas estratégicas para realizar inversión y autogestión con las demás parroquias o incluso con los demás cantones de la provincia.
- Actuar de forma mancomunada con los organismos secundarios y la planta turística en general para unificar y fomentar un servicio de calidad para los turistas, contemplando además de los tres ejes o perspectivas seleccionadas, la perspectiva ambiental, política y sistémica para brindar más apoyo como GAD Municipal del Cantón Pedro Moncayo en marketing y publicidad y como gestor cultural y gastronómico, mediante la participación constante, directa y amena con la sociedad.

Referencias Bibliográficas

- Aikawa, N. (2004). *An historical overview of the preparation of the UNESCO International Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1350-0775.2004.00468>
- Altieri, A. (2001). ¿Qué es la cultura? *La lámpara de Diógenes*, 15-20. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/1903>
- Alvarez, T. (2013). La planificación turística: un aspecto clave para el desarrollo sostenible y regional de Boyacá. *Revista Investigación, desarrollo e innovación*, 101-110. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6763068>
- Arévalo, J. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. 925-956. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1125260>
- Arocena, J. (2002). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. Taurus. https://flacso.edu.ec/cite/media/2016/02/Arocena-J_2002_El-desarrollo-local-un-desafio-contemporaneo-Capitulo-I.pdf
- Bambibre, C. (10 de marzo de 2010). *Definición ABC, tu diccionario hecho fácil*. Definición de costumbres: <https://www.definicionabc.com/social/costumbres.php>
- Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo sostenible: importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 50-56. Doi: <http://dx.doi.org/10.4067/riatvol8iss1pp50-56%250718-235X>
- Bembibre, C. (10 de marzo de 2010). *Definición ABC, tu diccionario hecho fácil*. Definición de costumbres: <https://www.definicionabc.com/social/costumbres.php>
- Borbor, S. (2017). *La gastronomía ancestral y su influencia en el desarrollo turístico de la parroquia Anconcito del cantón Salinas, año 2017*. <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4122>

- Camilo Andrade, A. C. (2007). *Inventario de Recursos Gastronomicos con potencial turistico en Jipijapa - Manabì*. ESPOL.
<http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1623>
- Caracterización de las manifestaciones culturales en Clemencia y María la Baja (Bolívar). (2015).
Implementación de una estrategia para el uso y apropiación de la cultura como generadora de conocimiento e innovación social, a traves de laboratorios sociales de investigación y creación en el departamento de Bolívar .
<http://hdl.handle.net/20.500.12010/2367>.
- Cárdenas, N. (2002). El desarrollo local, su conceptualización y procesos. *Provincia*, 53-76.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5719079>
- Castellon, L., & Fontecha, J. (2018). La gastronomía: una fuente para el desarrollo del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander. *Turismo y Sociedad* , 167-193.
 Doi:<https://doi.org/10.18601/01207555.n22.09>.
- Castro, J. (2010). *Investigacion de la cultura gastronòmica del cantòn arenilla, Provincia del Oro para el fortalecimiento del sector turistico*.
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/1693>
- Cestino, E., Díaz, D., Gallego, C., Gozalbes, C., Martín, J., Martínez, D., . . . solero, E. (2011).
 Fiestas, tradiciones y costumbres de Archidona. *Aproximación al Patrimonio Natural y cultural de Archidona*, 161-177.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4754710>
- Constitución de la República del Ecuador . (20 de octubre de 2008). *Lexis*.
https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Coque, M. (2013). *La gastronomía ancestral y su influencia en el que turismo cultural del Cantónm Ambato, Provincia de Tungurahua*.
<https://repositorio.uta.edu.ec/jsui/handle/123456789/5177>
- Correira, M. (2007). Teoria de la conservacion y su aplicacion al patrimonio en tierra. *Apuntes*, 202-2019.

https://www.researchgate.net/publication/28228186_Teoria_de_la_conservacion_y_su_aplicacion_al_patrimonio_en_tierra

Curi, M. (25 de octubre de 2017). *ODS Territorio Ecuador*. Slide player:

<https://slideplayer.es/slide/13611286/>

Di Clemente, E., Hernández, J., & López, T. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura. *Monográfico n°9*, 817-833. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5385975>

Díaz, A. (2009). *LA GESTIÓN COMPARTIDA UNIVERSIDAD-EMPRESA EN LA FORMACIÓN DEL CAPITAL HUMANO. SU RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE*. <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2009/amdi/GESTION%20COMPARTIDA%20UNIVERSIDAD%20EMPRESA%20EN%20LA%20FORMACION%20DEL%20CAPITAL%20HUMANO%20OBJETIVOS.htm>

El Expreso. (31 de 03 de 2020). *Expreso*. <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/crisis-coronavirus-economia-ecuatoriana-decreceria-4-6-2020-8179.html>

El Universo. (01 de 10 de 2019). *El Universo*.

[https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/01/nota/7543105/economia-ecuador-crece-03-segundo-trimestre-](https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/01/nota/7543105/economia-ecuador-crece-03-segundo-trimestre-2019#:~:text=Economía%20de%20Ecuador%20crece%200%2C3%20%25%20en%20segundo%20trimestre%20de%202019,-Cortesía&text=%20Respecto%20al%20primer%20trimestre%20)

[2019#:~:text=Economía%20de%20Ecuador%20crece%200%2C3%20%25%20en%20segundo%20trimestre%20de%202019,-](https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/01/nota/7543105/economia-ecuador-crece-03-segundo-trimestre-2019#:~:text=Economía%20de%20Ecuador%20crece%200%2C3%20%25%20en%20segundo%20trimestre%20de%202019,-Cortesía&text=%20Respecto%20al%20primer%20trimestre%20)

[Cortesía&text="Respecto%20al%20primer%20trimestre%20](https://www.eluniverso.com/noticias/2019/10/01/nota/7543105/economia-ecuador-crece-03-segundo-trimestre-2019#:~:text=Economía%20de%20Ecuador%20crece%200%2C3%20%25%20en%20segundo%20trimestre%20de%202019,-Cortesía&text=%20Respecto%20al%20primer%20trimestre%20)

Equipo tecnico municipal de Tabacundo. (2018). *Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial PODT actualizacion 2018-2025*.

http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/ord2018/028_2018%20ANEXO%201%20PDOT%20PEDRO%20MONCAYO.pdf

Equipo Tecnico Municipal del GAD Municipal de Pedro Moncayo. (2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT*. Tabacundo.

http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/ord2018/028_2018%20ANEXO%201%20PDOT%20PEDRO%20MONCAYO.pdf

- Escofier, A. (2005). *Mi cocina*, Garriga, MMV.
- Fernandez, M. (04 de 05 de 2019). *Gastroeconomy*. Obtenido de La radiografía del turismo gastronómico en 2019: <https://www.gastroeconomy.com/2019/05/la-radiografia-del-turismo-gastronomico-en-2019/>
- Fuerez, C. (2013). *Guía gastronómica ancestral de los platos autóctonos de las comunidades kichwas de la parroquia de Quichinche del Cantón Otavalo*.
<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/3275>
- GAD Municipal del Cantón Pedro Moncayo. (2018).
<http://www.pedromoncayo.gob.ec/index.php>
- Gobierno Municipal del Cantón Pedro Moncayo. (2011-2020). *Plan Estratégico de Desarrollo*.
<http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/ord2019/s1%20plan%20estrategico%20desarrollo%20CPM%202011-2020.pdf>
- Gonzalez, K. (2013). *Investigación de la cocina ancestral ecuatoriana en las comunidades de Otavalo y Natabuela, de los cantones de Otavalo y Antonio Ante (Atuntaqui) de la provincia de Imbabura y caracterización de un establecimiento gastronómico como medida de salvaguarda*. <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/13139>
- Guerrero, f. (2014). *Recetario de platos típicos a base de maíz a través del uso de utensilios de barro en la parroquia Tabacundo cantón Pedro Moncayo provincia Pichincha*.
<http://repositorio.iti.edu.ec/handle/123456789/138>
- Harris, M. (1997). *Antropología Cultural*. Alianza Editorial.
<https://diversidadlocal.files.wordpress.com/2012/09/harris-marvin-antropologia-cultural.pdf>
- Harris, M. (2004). *Antropología Cultural*. Alianza Editorial.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1439361>
- Hernández, F. (2015). *Reactivación del restaurante del Centro Turístico de Paquiestancia*.
<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/5267>

- Herrejón, C. (2011). Tradición, esbozo de algunos conceptos. *Relaciones* 59, 135-149.
<https://www.colmich.edu.mx/relaciones25/files/revistas/059/CarlosHerrejonPeredo.pdf>
- Homobono, J. (1979). *Fiesta, tradicion e identidad local*.
[file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-FiestaTradicionElidentidadLocal-144795%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-FiestaTradicionElidentidadLocal-144795%20(2).pdf)
- Instituto Nacional del Patrimonio Cultural. (2014). *Patrimonio cultural Material*. Gráficas Hernández. <https://site.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/atrimcultmaterial-R7.pdf>
- Landeta, M. (2015). *Elaboracion de una ruta turistica enfocada en las fiestas tradicionales de la parroquia de Tabacundo del Canton Pedro Moncayo de la Provincia de Pichincha*.
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1700>
- Ley de Turismo . (24 de diciembre de 2014). *Lexis Finder-www.lexis.com.ec*.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ley Orgánica de Cultura . (29 de diciembre de 2016). *Lexis Finder-www.lexis.com.ec*.
https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf
- Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales . (14 de marzo de 2016). *Lexis Finder-www.lexis.com.ec*. <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Organica-de-Tierras-Rurales-y-Territorios-Ancestrales.pdf>
- Lopez, T., & Margarida, M. (2011). TURISMO, CULTURA Y GASTRONOMÍA. UNA APROXIMACIÓN A LAS RUTAS. *Book of Proceedings*, 916-929.
<https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743867083.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 69-84.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>

- Monge, E. (2015). Imbabura deleite al estilo ancestral. *Kalpana*, 18-27.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5877892>
- Montenegro, E. (2016). *cocina tradicional ecuatoriana*.
<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/5933>
- More than Green. (2012). *More than green*. <http://www.morethangreen.es/ideologia/cuatro-sostenibilidades-sostenibilidad-social-cultural-economica-medioambiental/#sthash.M1FqxvKr.V65Q1Z2b.dpbs>
- Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo primario de un destino. *Estudios y perspectivas en turismo* , 738-752.
<https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717583012.pdf>
- Organizacion de las Naciones unidas para la educacion, la ciencia y la cultura. (s.f.). *que es el patrimonio cultural inmaterial*. <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Organizacion Mundial del Turismo. (2011). *Introducción al turismo*. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Orozco, J., & Nuñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo: en el análisis del turismo sustentable . *Inter Sede: Revista de las sedes regionales*, 144-167.
<https://www.redalyc.org/pdf/666/66627452008.pdf>
- Orozco, J., Núñez, P., & Virgen, C. (2008). *Desarrollo turístico y sustentabilidad social*. Mexico: Miguel angel Porrua.
https://www.researchgate.net/publication/321642616_Desarrollo_Turistico_y_Sustentabilidad_El_caso_de_Mexico
- Ortega, Y., Albán, C., & Vaca, S. (2018). Identidad étnica a través de la cultura gastronómica . *Memorialia*, 161-172.
<http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-I/ARTICULO17.pdf>
- Osorio, M. (2000). Nuevos Caminos para el Estudio del Turismo desde la Teoría de Sistemas. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 219-235.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10502309>

OVACEN. (2015). *OVACEN* . <https://ovacen.com/desarrollo-sustentable-concepto-ejemplos-de-proyectos/>

Para un planeta mejor . (04 de 04 de 2017). *Fauna y flora de las Lagunas de Mojanda*.
http://grupo-no4.blogspot.com/2017/04/v-behaviorurldefaultvmlo_4.html

Pastor, M. J. (2003). El Patrimonio Cultural como opción turística. *Horizontes Antropológicos* , 97-115. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200006>

Pazos, J. (2010). *Cocinas regionales andinas*. Corporación Editora Nacional.
https://www.researchgate.net/publication/305994391_Permanencias_culturales_y_culinarias_ecuatorianas_en_el_Manual_de_Cocina_de_Juan_Pablo_Sanz_Quito_1850-1860_y_en_el_Tratado_de_Cocina_de_Adolfo_Gehin_Quito_1897

Pearce, D. (1991). *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica*. Trillas.
<https://www.iberlibro.com/DESARROLLO-TUR%3%8DSTICO-PLANIFICACI%3%93N-UBICACI%3%93N-GEOGR%3%81FICAS-DOUGLAS/22789502823/bd>

Ramirez, M. (2009). *Cocina ecuatoriana tradicional*. Ineditec.

Regalado, L. (2014). *Manabí y su comida alimentaria*. Ediciones Uleam.
<http://www.munayi.uleam.edu.ec/wp-content/uploads/2019/01/Manab%3%AD-y-su-Comida-Milenaria.pdf>

Riechmann, J. (2005). Sostenibilidad: algunas reflexiones básicas. *Ética y filosofía política*.

Rivera, I. (2018). *Plan de salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la parroquia Matriz, cantón Mocha, provincia de Tungurahua*.
<http://dspace.esoch.edu.ec/handle/123456789/9352>

Roden, C. (2003). *Local food and culture* .

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo . (2012). *Guía Metodológica de Planificación Institucional*. SENPLADES. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/03/GUIA-DE-PLANIFICACION-INSTITUCIONAL.pdf>

- Tapia, T. (2017). *Plan de acción para la recuperación de la tradición ancestral del proceso de elaboración del chocolate artesanal en la zona rural del cantón Naranjal*.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27606>
- Tikannen, I. (2007). Jerarquía de Maslow y el turismo alimentario de Finlandia: cinco casos. *British Food Journal*.
- Tourism&Leisure Europraxis Consulting. (2007). Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible Para Ecuador "PLANDETUR 2020". *T&L Informe Final*, 1-534.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- UNESCO. (2003). *Convención para la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*.
http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- UNESCO. (2014). *Indicadores de Cultura para el Desarrollo Manual Metodológico*. UNESCO.
https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf
- UNESCO. (2015). *Patrimonio Cultural Inmaterial*.
https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf
- Unirrago, C. (2010). *Patrimonio cultural alimentario*. Fondo Editorial Ministerio de Cultura.
[http://biblioteca.udla.edu.ec/client/es_EC/default/search/detailnonmodal/ent:\\$002f\\$002fSD_ILS\\$002f14\\$002fSD_ILS:14211/ada?qu=CULTURAS&ic=true&te=ILS&ps=300](http://biblioteca.udla.edu.ec/client/es_EC/default/search/detailnonmodal/ent:$002f$002fSD_ILS$002f14$002fSD_ILS:14211/ada?qu=CULTURAS&ic=true&te=ILS&ps=300)
- Wallingre, N. (2013). Análisis del desarrollo de un destino turístico emergente: el caso de la ciudad de Paso de la Patria, provincia de Corrientes, Argentina. *Tiempo de Gestión N16*, 9-35. file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-AnalisisDelDesarrolloDeUnDestinoTuristicoEmergente-4751077%20(1).pdf

Bibliografía:

Bembibre, C. (2010, marzo 10). *Definicion ABC, tu diccionario hecho facil*. Retrieved from

Definicion de costumbres:

<https://www.definicionabc.com/social/costumbres.php>

Censo de Poblacionn y Vivienda (CPV-2010), Instituto Nacional de Estadistica y Censos

(INEC). (2010). *Población por área, según provincia, cantón y parroquia de empadronamiento*. Quito.

El Orden Mundial . (09 de enero de 2015). *El Orden Mundial*. Obtenido de

<https://elordenmundial.com/introduccion-al-concepto-de-desarrollo/>

Gallego. (2004). *Diccionario de Hostelería*. España: Thompon.

Harris, M. (1997). *Antropología Cultural*. Madrid: Alianza Editorial.

Harris, M. (2004). *Antropología Cultural*. Madrid : Alianza Editorial.

Herrejón, C. (2011). Tradición, esbozo de algunos conceptos. *Relaciones 59*, 135-149.

Instituto Nacional de Estaditica y Censo (INEC). (2010). *Censo de poblacion y vivienda*

(CPV-2010). Obtenido de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=POBLACI%C3%93N+POR+SEXO%2C+SEG>

[%C3%9AN+PROVINCIA%2C+PARROQUIA+Y+CANT%3%93N+DE+EMPADRONAM](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=POBLACI%C3%93N+POR+SEXO%2C+SEG%C3%9AN+PROVINCIA%2C+PARROQUIA+Y+CANT%3%93N+DE+EMPADRONAM)

IENTO

Organizacion de las Naciones unidas para la educacion, la ciencia y la cultura. (s.f.). *que es el patrimonio cultural inmaterial*. Obtenido de <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-000>

Anexos

