

IV SEMINARIO INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA

ESPOCH 2019

PONENTES NACIONALES E INTERNACIONALES



ISBN: 978-9942-801-14-2



9 789942 801142



ESCUELA SUPERIOR
POLITÉCNICA
DE CHIMBORAZO

www.esPOCH.edu.ec

#Te
Quiero
mi Pofí

ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN

IV SEMINARIO INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA 2019

(SIG-GAS 2019)

COMITÉ ORGANIZADOR

Dra. Paulina Robalino.
Decana de la Facultad de Salud Pública

Ing. Carlos Andrade.
Vice Decano Facultad de Salud Pública

Dra. Martha Ávalos Pérez,
Directora Carrera de Gastronomía.

COMITÉ CIENTÍFICO

Ing. Silvia Tapia

Dra. Glenis López

Lic. Cárdenas Yadira.

COMITÉ EDITORIAL

Lic. Efraín Romero

Dra. Verónica Cárdenas Mazón

Ing. Patricia Gallegos

AUTORES

Ana Matilde Moreno Guerra

Carlos Fernando Inga Aguagallo

Damariz Tahiz Gutiérrez Farez

Estephany Alejandra Tapia Romero

Giovanny Lenin Haro Sosa

Inés Zapata Zumárraga

Irene Pamela Chingal Imaicela

Jessica Alexandra Robalino Vallejo

M. Rojas Le-Fort

María Gabriela Tene Bravo

Mayra Fernanda Tapia Santander

Melani Fernanda Vaca Rueda

Michelle Paola Cruz Pucha

R. Duarte Casar

Ronald Mauricio Zurita Gallegos

CONVOCATORIA

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública a través de la Escuela de Gastronomía invita a participar en el “IV SEMINARIO INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA (SIC-GAS 2019)”, el cual se llevará a cabo en la ciudad de Riobamba – Ecuador. Del 17 al 21 de junio del 2019, con una duración de 40 horas, en el Auditorio de “Romeo Rodríguez” de la ESPOCH, dirigido a: Investigadores, docentes, estudiantes de centros de investigación, Universidades e Instituciones de Educación Superior públicas y privadas; así como a las personas interesadas en el campo de áreas de Gastronomía, Turismo y Administración Gastronómica.

La metodología a utilizarse será interactiva con, Conferencias Magistrales Internacionales Exposición de trabajos de investigación Talleres de Gastronomía, clases magistrales propiciando la participación de los asistentes, basándose en las siguientes líneas de investigación de seguridad alimentaria como son:

- Propuesta Gastronómica considerando los patrones alimentarios de la población
- Buenas prácticas de manufactura en la producción alimentaria
- Calidad de atención y costos en servicios de gastronomía hospitalaria
- Manejo administrativo en gastronomía
- Seguridad industrial en la cocina
- Control de calidad en los procesos gastronómicos
- Recuperación de Saberes y Sabores Ancestrales

Los manuscritos deben ser originales que no hayan sido publicados en otros seminarios, para el proceso se enviara por medio de la plataforma EasyChair for SIC-GAS 2019, registrando su cuenta, los formatos deben tener presentación de artículo para el libro de memorias con ISBN, de acuerdo a la normativa que se encuentra en la página web del seminario.

EDITORIAL

La Carrera de Gastronomía de la Facultad de Salud Pública de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, conocedores de las nuevas tendencias en el ámbito culinario, tenemos el orgullo de presentar a las distinguidas autoridades institucionales, docentes, estudiantes de la Carrera, como también a la juventud de la ciudad y del país, al “IV SEMINARIO INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA (SIC-GAS2019)” en donde se puede evidenciar la cultura, costumbres, sabores, aromas, la evolución de las preparaciones y tradiciones en las elaboraciones, el estudio de las características organolépticas y bromatológicas de los productos alimenticios.

El estudio de la Gastronomía es un oficio que requiere del contacto diario con muchas personas, por lo tanto las buenas habilidades sociales y de comunicación son realmente necesarias en alguien que piensa desarrollarse profesionalmente en las artes gastronómicas. Para ello es importante generar espacios en donde la Academia se hace presente en el aprender a conocer, a hacer, a ser como también a convivir, articulando la ciencia, con la puesta en práctica en cada uno de los procesos de preparación de los alimentos, aprender y conocer más acerca de diferentes aspectos del ámbito culinario, generando así nuevas propuestas gastronómicas, emprendimientos e innovación de conocimientos, bajo de dirección de docentes cuya excelencia académica garantiza su formación.

La excelencia en el ámbito gastronómico radica en el conocimiento y dominio de las características de los alimentos, en el respeto a la diversidad cultural, en el conocimiento de los productos, culturas y técnicas.

Es importante promover espacios en donde docentes y estudiantes puedan conocer y generar nuevos conocimientos, es decir, aprovechar la transmisión de saberes que enriquecen a la práctica gastronómica.

El profesional de la gastronomía se caracteriza por ser creativo, innovador, siempre atento a los detalles propios de su carrera que implica un lenguaje de sabores, colores, aromas y formas, que pueden expresar armonía, felicidad, belleza, aquella magia propia que provoca el degustar preparaciones cargadas de ciencia y saber, de gusto y placer por la buena comida.

Para alcanzar niveles de excelencia en el ámbito gastronómico, es importante el estudio de las nuevas tendencias como la investigación de propuestas que una vez analizadas, se ponen en evidencia en artículos científicos cuyos resultados dan paso a ideas nuevas en beneficio de la ciencia y la educación.

"No me conformo con dar de comer: **quiero crear emociones**" Joan Roca

DRA. MARTHA CECILIA AVALOS Mg.Sc.

DIRECTORA CARRERA GASTRONOMIA

Invitamos a los jóvenes a formar parte de una Carrera que articula la ciencia, con la puesta en práctica en cada uno de los procesos de preparación de los alimentos, aprender y conocer más acerca de diferentes aspectos del ámbito culinario que promueve la generación de nuevas propuestas gastronómicas, emprendimientos y la innovación de conocimientos.

Contenido

Identidad cultural y patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara	1
Seguridad alimentaria y calidad del servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba	11
Costumbres Gastronómicas de la Parroquia rural Licán. Riobamba - Ecuador.....	21
El marketing gastronómico de la comida rápida y su influencia en los jóvenes de la escuela de gastronomía de la ESPOCH	31
Arte y Ciencia en Caramelo.....	45

Identidad cultural y patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara

(Cultural identity and tourism heritage of the Cacha Machángara community)

Carlos Fernando Inga Aguagallo ^{(1)*}, María Gabriela Tene Bravo ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador

*Correspondencia. Tel.: 0990579026, E-mail: cfinga@unach.edu.ec (C, Inga)

RESUMEN

La investigación buscó identificar la influencia de la identidad cultural de la comunidad Cacha Machángara en el patrimonio y actividad turística en la zona, y es ahí donde radica su importancia debido a la connotación cultural que mantiene. Se utilizó el método correlacional de corte transversal con instrumentos de evaluación previamente validados por expertos cuyos resultados permitieron determinar el nivel de conocimiento de la comunidad en lo referente a los saberes ancestrales, así como la percepción de los visitantes del centro turístico Pucara Tambo© respecto a la conservación e importancia del patrimonio cultural y servicios ofertados. Las dimensiones de la identidad cultural: historia, comportamientos colectivos y creencias influyen en el patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara, esto en correspondencia al resultado del chi cuadrado de Pearson siendo estos 0,003; 0,035 y 0,011 respectivamente, lo cual permite aceptar las hipótesis de investigación por lo que se estableció que la identidad cultural influye significativamente en el patrimonio turístico de la comunidad. En respuesta se elaboró una guía turística con información de interés del pueblo Cacha para difundir el patrimonio cultural y que sea una herramienta para promover en la comunidad el orgullo de pertenecer a la nacionalidad Puruhá.

Palabras clave: Identidad cultural, historia, saberes ancestrales.

ABSTRACT

The research sought to identify the influence of the cultural identity of the Cacha Machángara community on the heritage and tourist activity in the area, and that is where its importance lies due to the cultural connotation it maintains. The cross-sectional correlational method was used with evaluation instruments previously validated by experts whose results allowed to determine the level of knowledge of the community in relation to ancestral knowledge, as well as the perception of visitors of the Pucara Tambo tourist center with respect to the conservation and importance of the cultural heritage and services offered. The dimensions of the cultural identity: history, collective behaviors and beliefs influence the tourist heritage of the Cacha Machángara community, this in correspondence to the Pearson chi square result being these 0,003; 0.035 and 0.011 respectively, which allows accepting research hypotheses, which established that cultural identity significantly influences the

community's tourism heritage. In response, a tourist guide was prepared with information of interest to the Cacha people to disseminate the cultural heritage and to be a tool to promote in the community the pride of belonging to the Puruhá nationality.

Keywords: Cultural identity, history, ancestral knowledge

Limitación de responsabilidad

Los autores declaramos que los puntos de vista expresados son de nuestra entera responsabilidad y no de la institución en la que trabajamos o del seminario donde se publica el trabajo.

Fuentes de financiación

La investigación ha sido en su totalidad financiada por los autores.

1. Introducción

La investigación refiere a la identidad y cultura de la comunidad Cacha Machángara y su vínculo con el patrimonio cultural material e inmaterial de esta comunidad, dichos elementos se ven diariamente expuestos a factores sociales, económicos y demográficos que los amenazan y los ponen en riesgo de desaparecer.

La problemática analizada está ligada con el deterioro de la cultura de los pobladores, por lo tanto el diagnóstico del estado de la identidad cultural de la población en la comunidad y su influencia en el patrimonio turístico fueron imprescindibles para sustentar la situación actual que atraviesa la localidad y evidenciar así la relación entre la identidad cultural y el patrimonio turístico y la manera como la población interactúa con ellos para promover las actividades turísticas en la zona, además del rescate y conservación del patrimonio.

La investigación buscó identificar la influencia de la identidad cultural en el patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara, por lo tanto, se plantea que tanto la historia, como los comportamientos colectivos y las creencias influyen directamente en el patrimonio turístico de la comunidad.

Estudios realizados previamente arrojan teorías que relacionan la identidad de los pueblos con su patrimonio cultural y se analizan factores sociales que afectan negativamente estos dos aspectos; con la investigación de campo y documental fue posible aceptar las hipótesis de la investigación que establecen la influencia de la identidad con el patrimonio (1).

El análisis de los datos obtenidos mediante la elaboración de tablas y gráficos arrojaron resultados que evidenciaron la influencia de la identidad en el patrimonio y la necesidad de utilizarlos como recursos turísticos para suscitar el desarrollo económico de la comunidad promoviendo la difusión de la cultura a través de la elaboración de elementos informativos (2).

Es indispensable reconocer la importancia histórica y cultural de los pueblos y nacionalidades, crear estrategias para generar conciencia entre los habitantes de las comunidades y lograr que se sientan orgullosos de sus raíces, además de promover el respeto de la población en general hacia la riqueza cultural de los pueblos indígenas (3).

En este contexto, la noción de patrimonio conlleva un sentido de pertenencia que arraigado a las costumbres y manifestaciones culturales queden intactas en el transcurso del tiempo (4), con el objetivo de salvaguardar el patrimonio (5) donde la valoración cultural juegue un papel fundamental en el desarrollo turístico-cultural (6), en el cual se actualice, adapte y se reinterprete los rasgos del pasado (7).

La preservación del patrimonio cultural depende en gran medida de la cooperación social (8), así como también de la participación pública y empresarial de la localidad, con el objetivo de establecer estrategias de salvaguarda que promueva el desarrollo del sector turístico (9).

Por otra parte, la identidad cultural obliga a consolidar una visión integral de los actores implicados en el desarrollo y conservación de las expresiones identitarias (10). Para lo cual, es necesario generar estrategias concernientes a la propagación del patrimonio, con la finalidad de promover la práctica y arraigo cultural en la sociedad (11). En consecuencia, uno de los elementos claves en consecución a la transmisión de los saberes culturales, es el campo pedagógico, que desde la academia permite proveer los conocimientos necesarios para la valoración de la identidad cultural, fortaleciendo a temprana edad el sentido de pertenencia de dichas expresiones, previniendo la aculturación en la sociedad (12). Por ende, la actividad turística debería estar ligada estrechamente con el sector educativo, donde las personas adquieran valores culturales en un marco de respeto y apreciación de las tradiciones locales (13).

En percepción a la actividad turística, el patrimonio cultural desenlaza un rol fundamental, que mediante la integración de las expresiones culturales inherentes de un pueblo promueve el desplazamiento de los turistas (14), constituyéndose así en materia prima para la dinamización del turismo (15). No obstante, el Ecuador siendo un país pluricultural y multinacional, alberga diferentes culturas y tradiciones que son parte de las raíces identitarias del país, por lo cual, es indispensable considerar el fortalecimiento de los saberes ancestrales, así como también promover al intercambio cultural entre propios y extraños, para que de esta manera se pueda avivar el patrimonio mediante la interrelación directa (16). Por consiguiente, es importante comprender que el patrimonio cultural poco a poco se convierte en una fuente de ingresos dentro del sector turístico y cada día obtiene mayor popularidad permitiendo que los sectores aledaños sean beneficiados de mayor manera. (17)

Es por ello que, el reconocimiento de las riquezas culturales fortalece el patrimonio cultural de un pueblo (18), que desde su construcción social (19) mantenga una relación necesaria entre la comunidad, el turista y la gestión pública-privada integrando los aspectos como: la pérdida paulatina de las costumbres y/o tradiciones, la apropiación de costumbres extranjeras, así como también, las dificultades de transmisión (20), para de esta manera rescatar el patrimonio material e inmaterial, consolidándolo como un recurso potencial en el desarrollo del turismo (21).

2. Metodología

La investigación utilizó el método correlacional puesto que las hipótesis planteadas buscaban determinar la influencia de la variable independiente: Identidad cultural y sus dimensiones; historia, comportamientos colectivos y creencias con la variable independiente: Patrimonio turístico. Es descriptiva debido a que permitió puntualizar el problema que atraviesa la cultura de la comunidad, el origen y desarrollo con lo que se obtiene una perspectiva más clara de la problemática; con la investigación de campo se determinó el nivel de conocimiento de los habitantes de la comunidad sobre su cultura, así como la perspectiva de personas que acuden por diversos motivos a la comunidad y sus alrededores; la investigación documental permitió recopilar información necesaria y relevante acerca de los rasgos culturales trascendentes de la comunidad como la historia, costumbres, tradiciones, patrimonio de la comunidad, etc.; el método analítico sirvió para diagnosticar las causas del problema planteado, la naturaleza y su situación actual, y los efectos que este presenta en el sector turístico de la comunidad para así poder determinar una solución aplicable que contribuya a la dinamización del turismo y conservación del patrimonio.

El diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal, dado que la aplicación del instrumento de evaluación se la ejecutó en una sola ocasión (22).

La población 1 constituyeron los líderes activos de la comunidad Cacha Machángara, y por efectos de la investigación no se extrajo muestra para este segmento.

En la población 2 se consideró a un total de 70 visitantes que es el promedio de personas que ingresan mensualmente al Centro Turístico y Cultural Pucara Tambo©, según la Operadora Turística Kachaoptur©.

El empleo de encuestas diseñadas para cada variable fue fundamental para la recolección de información, estos instrumentos fueron validados por un grupo de 8 expertos de la Universidad Nacional de Chimborazo©. Tras su aplicación, los datos fueron procesados con el programa estadístico SPSS® versión 23 obteniendo para la variable independiente: identidad cultural un alfa de Cronbach de 0,736 y la variable dependiente: patrimonio turístico un alfa de Cronbach de 0,801 demostrando así la confiabilidad de los instrumentos. El programa permitió además obtener tablas y gráficos que tras ser interpretados evidenciaron la importancia del estudio para la posterior toma de decisiones.

3. Resultados

La identidad cultural representa la esencia de la comunidad Cacha Machángara, un pueblo que se encuentra en constante amenaza en la actualidad, los resultados del estudio revelan esta realidad pues se logró determinar que el conocimiento ancestral se mantiene vivo gracias a los líderes de la comunidad Cacha Machángara, personas de avanzada edad que por su conocimiento y sabiduría rigen la comunidad, siendo ellos quienes conservan el conocimiento de prácticas instauradas por los primeros Reyes de estas tierras; dentro del conocimiento que poseen se

encuentran aspectos tales como el origen e historia del pueblo Cacha, los personajes históricos que lucharon por el reconocimiento de esta cultura y los derechos de los indígenas; conservan aún ciertas normas de comportamiento donde se muestra respeto a sus dioses y a los mayores por parte de las generaciones más jóvenes; así mismo, los líderes de la comunidad procuran que los principios andinos sean plasmados en la vida cotidiana tales como: “Shuk shunkulla” (un solo corazón), “Shuk yuyalla” (un solo pensamiento), “Shuk makilla” (una sola mano) para promover la unidad del pueblo, de igual manera se mantienen los principios cristianos como “Ama killa” (no ser ocioso), “Ama llulla” (no mentir), “Ama shuwa” (no robar) como reglas principales para garantizar la convivencia comunitaria (23). La importancia de las fiestas tradicionales se ve vinculada a la cosmovisión de la comunidad siendo así sus fiestas una forma de agradecimiento por las bondades recibidas de la Pacha Mama y el Taita Inti; la vestimenta tradicional en la actualidad, es utilizada en su mayoría en las festividades y por las personas mayores puesto que los jóvenes han optado por adoptar las costumbres y forma de vestir occidental, evidenciando así que la identidad del pueblo Cacha se está deteriorando; así mismo los bailes y los instrumentos musicales tradicionales de la comunidad se los ha dejado de lado y se utilizan en las festividades tradicionales. Las leyendas que forman parte del folclor de la comunidad en su mayoría se han perdido, actualmente son pocas las manifestaciones orales que siguen siendo difundidas en la comunidad y al público. Debido al limitado acceso que la comunidad tiene a los servicios de salud que ofrecen las entidades gubernamentales, la práctica de la medicina ancestral es llevada a cabo por los curanderos, parteras y yachays de la comunidad para aliviar los males que usualmente aquejan a la población con la utilización de plantas, animales y demás elementos que son encontrados en la naturaleza y refuerzan la conexión entre la población y sus dioses. La comida típica es otro aspecto que se conserva casi intacto en toda la comunidad, tanto en la vida cotidiana como en las festividades se puede apreciar que los productos, su preparación y demás prácticas relacionadas son conservadas con mínimas alteraciones.

En cuanto al patrimonio turístico de la comunidad los resultados arrojaron que, en la percepción de los visitantes del Centro Turístico y Cultural Pucara Tambo©, el patrimonio turístico natural de la comunidad tal como formaciones geológicas, paisajes, flora, fauna, debe ser protegido; en cuanto a las creencias, tradiciones y costumbres que comprenden el patrimonio cultural, los encuestados en su mayoría consideran que debe ser conservado y fomentado para potenciar el turismo lo que reactivaría la economía en la comunidad; se hace énfasis en la preservación de monumentos y construcciones hechas con métodos tradicionales además del interés turístico que adquieren por su connotación cultural, de igual manera se concibe esa percepción de las tradiciones orales y saberes de la comunidad. Al analizar la calidad del servicio percibida por los turistas, éstos se encuentran totalmente de acuerdo en que es la apropiada para realizar turismo. El potencial turístico de la comunidad y su patrimonio en la opinión de los visitantes, se encuentra a la altura de otros productos ofertados en el cantón Riobamba, lo que pone en evidencia que la comunidad Cacha Machángara puede desenvolverse de manera apropiada en el ámbito turístico con los recursos que posee y convertirse así en un destino turístico de interés nacional e internacional y con la adecuada gestión de los recursos naturales y culturales. La mayoría de encuestados opinan que las entidades públicas se encuentran involucradas en el desarrollo turístico de la comunidad, sin embargo la realidad es que no existe un verdadero apoyo por parte de los organismos

gubernamentales; Cacha al ser una parroquia con autonomía soberana busca maneras de promoverse a sí misma, un ejemplo claro de esto es el Centro Turístico y Cultural Pucara Tambo© que es administrado por la Operadora Turística Kachaoptur© que de igual manera es una empresa creada por habitantes de la comunidad Cacha Machángara, cuyo propósito es demostrar la capacidad de desarrollo y fuerza que tiene este pueblo milenario.

El buen estado de las vías de acceso facilita el ingreso a la comunidad lo que representa un aspecto positivo para la actividad turística; la comunidad cuenta además con servicios de alojamiento y alimentación que son del agrado de los turistas; pese a que en su mayoría las personas de la comunidad no cuentan con formación profesional en las áreas de servicio su capacidad para atender a los visitantes es de calidad, en este sentido y tomando en cuenta los componentes de la planta turística con los que cuenta la comunidad, los turistas se encuentran totalmente de acuerdo en consumir los productos y servicios que se ofertan en la comunidad a cambio de una remuneración económica, incluso estarían dispuestos a pagar un valor mayor por la mejora de la oferta, como consecuencia se podría impulsar el desarrollo económico de la zona aprovechando apropiadamente los recursos y las facilidades que un turista requiere al momento de desplazarse a realizar actividades turísticas.

Tras analizar los datos obtenidos y aplicando la fórmula del Chi cuadrado de Pearson, se obtuvo que:

La historia influye en el patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara, puesto que el patrimonio se fundamenta en aquellos acontecimientos que marcaron la identidad de Cacha y le otorgan un valor intangible, pero de gran interés para los turistas que buscan conocer más acerca del origen de este pueblo. (Chi cuadrado: 0,003)

Los comportamientos colectivos influyen en el patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara, debido a que los actos de los habitantes de la comunidad denotan los principios establecidos por los primeros reyes puruhaes y permiten al turista tener una mejor perspectiva de las normas con las que se rige la convivencia en la comunidad. (Chi cuadrado: 0,035)

Las creencias influyen en el patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara, aspectos como la cosmovisión, tradiciones, costumbres, etc., se ven plasmados en el diario vivir y se refleja con mayor intensidad en la celebración de festividades donde las creencias de los habitantes de la comunidad son expresadas en lugares sagrados donde el público puede admirar y comprender el significado de estas manifestaciones. (Chi cuadrado: 0,011)

Por lo tanto, se establece que al ser aceptadas las 3 hipótesis específicas planteadas en la investigación con un nivel de significancia menor a 0,05 cada una, se acepta la hipótesis general demostrando así la existencia de una relación entre la identidad cultural de la comunidad Cacha Machángara con el patrimonio turístico existente en la misma.

4. Discusión

En concordancia con la investigación denominada “Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario” realizada por (Fusté-Forné), se ratifica que la identidad de un pueblo tiende a crear una relación innata con el ámbito turístico, el potencial que posee la cultura la convierte en una fuente de turismo que al vincularse con el sector de los servicios permite el desarrollo comunitario (24); el patrimonio de una localidad representa un elemento indispensable para la creación de productos que contribuyan con la preservación del mismo, al estar el patrimonio vinculado con la identidad cultural es posible aprovechar ambos aspectos al momento de diseñar productos turísticos (25).

De igual manera, de acuerdo con el estudio de Vargas, se establece que la realización de actividades turísticas en áreas rurales se basan en la existencia de elementos culturales y patrimoniales que son propios de esa región (26), y que en muchas ocasiones la explotación indiscriminada de recursos naturales con potencial turístico generan la reserva de los pueblos a acoplarse a las zonas urbanas y entidades que tienen una visión capitalista sobre los recursos (27), en la percepción de los pobladores de la comunidad Cacha Machángara, este es un temor que los aqueja y se niegan a colaborar con los organismos que intentan practicar alguna actividad económica empleando los recursos de la comunidad (28), es evidente la desconfianza que tienen las personas al momento de entrar en contacto con ellas pues la discriminación a la que se enfrentan los ha obligado a aislarse de las grandes ciudades teniendo como consecuencia la inadecuada gestión de los recursos siendo el Centro Turístico y Cultural Pucara Tambo© el único espacio donde se manifiesta la cultura con total apertura a los visitantes que se acercan a la comunidad con interés turístico o propósitos investigativos.

5. Conclusión

La esencia de un pueblo se compone de características únicas que representan un atractivo de interés antropológico, histórico, turístico, ente otros (29); es por esto que la relación de la identidad cultural con el patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara se convierte en objeto de estudio y análisis por lo que es necesario identificar las manifestaciones culturales y el patrimonio que se encuentra en riesgo de desaparecer para crear estrategias de salvaguarda que perpetúen el conocimiento ancestral del pueblo Cacha.

La historia tiene una influencia directa en el patrimonio de la comunidad, el cual adquiere un valor intangible al existir un relación entre ambos (30), sin embargo, el deterioro del patrimonio material y la falta de transmisión entre generaciones ha provocado su pérdida gradual a tal punto que en la actualidad, son las personas mayores quienes poseen esta información, es por este motivo que las entidades públicas y privadas deben involucrarse en la protección del patrimonio cultural material para conservar los íconos representativos de la comunidad, así como promover la transmisión del conocimiento (patrimonio cultural inmaterial) para que la identidad de la comunidad perdure.

El patrimonio de la comunidad se ve afectado por el comportamiento de los habitantes debido a que por la interacción con otras culturas (31) y la discriminación

que enfrentan las personas de la comunidad, se van adquiriendo costumbres ajenas y el patrimonio se desvaloriza. Es importante que los habitantes de la comunidad ayuden a crear conciencia en las generaciones más jóvenes para que estas se identifiquen con su cultura, se sientan orgullosos de pertenecer a este pueblo y conserven el legado de sus ancestros.

Se puede apreciar la influencia de las creencias de los habitantes con el patrimonio turístico existente en la comunidad, varias creencias de la comunidad Cacha Machángara se conservan hasta el día de hoy, es por eso que el uso de los espacios públicos de la comunidad para sus celebraciones más importantes se ha convertido en un atractivo turístico por su contexto cultural y cosmovisión; al existir este interés es necesaria la creación de elementos informativos que ayuden a difundir la importancia de la cultura y el patrimonio de la comunidad Cacha Machángara, con información relevante acerca de los atractivos y datos importantes que faciliten el turismo.

Agradecimientos

Los autores de la investigación agradecemos a los artífices del IV Seminario Internacional de Gastronomía de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por la oportunidad que generan al presentar tan excelente muestra académica pues gracias a ellos es posible publicar los resultados de la ardua investigación ejecutada.

Conflicto de intereses

Los autores del artículo "Identidad cultural y patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara" declaramos no tener ningún tipo de conflicto de intereses, ni relación económica, personal, política, interés financiero ni académico que pueda influir en nuestro juicio. Declaramos, además, no haber recibido ningún tipo de beneficio monetario, bienes ni subsidios de alguna fuente que pudiera tener interés en los resultados de esta investigación.

Referencias

1. Bertoncetto, R. Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y Transferencias 2002; 6(2), 29-50.
2. Tene Bravo, María Gabriela. Identidad cultural y patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara, cantón Riobamba. BS thesis. Universidad Nacional de Chimborazo; 2019.
3. Camarero G, Garrido Samaniego M. Marketing del patrimonio cultural. Madrid: Pirámide; 2004.
4. Torres S., & Falceri L. Patrimonio inmaterial: tres estudios de caso en Ecuador, Colombia y Perú. Antropología Cuadernos de Investigación. (2017).
5. UNESCO. Our creative diversity. Report of the World Commission on Culture and Development. Paris: Unesco 1996.
6. Calvopiña D. M., Fierro P. E., Velasco V. M., Torres N. R. La gestión del conocimiento en el patrimonio turístico cultural. Caso parroquia Cacha en Chimborazo, Ecuador. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo Local 2017; volumen 22. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/>

7. González R. Osorio, Rocío del Carmen S. Barquín, and Yanelli D. P. Castrejón. "Patrimonialización y patrimonio inmaterial, como elemento dinamizador de la economía local en Zacazonapan Estado de México." *International journal of scientific management and tourism* 4.1 (2018): 409-434.
8. Pavón E., Bauzá E. Sistema de acciones para preservar el patrimonio cultural vivo desde el Museo Provincial Mayor General Vicente García González. *Revista Didáctica y Educación* 2018; volumen 9, pp 103-126. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/>
9. Alvira F. Metodología de la evaluación de programas: un enfoque práctico. Buenos Aires: Lumen; 1997.
10. Ramírez Y. Las fiestas populares tradicionales, reflejo de la identidad cultural de las comunidades. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* 2015. Disponible en: <http://www.eumed.net/>
11. Vidal P., Navas L., Quiroz M., & Murillo H. Sociedad e identidad cultural manabita y su transmisión en la educación general básica en Manta. *Revista San Gregorio*; (2018).
12. Coronado A., Moreno N., & Torres A. Estrategia para el reconocimiento de la identidad cultural y el sentido de pertenencia de inmigrantes latinoamericanos. *SciELO*; (2016).
13. Ampuero G. La Serena: Turismo. Cultura e identidad cultural. *Revista Gestión Turística* 1997; volumen 1: pp 92-99.
14. Pinassi C. La configuración de un nuevo espacio turístico recreativo a través de la valorización del patrimonio cultural : el caso de Bahía Blanca (Tesis doctoral) 2017 Disponible en: <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/>
15. Conti, Alfredo Luis, and Santiago Cravero Igarza. "Patrimonio, comunidad local y turismo." *Notas en turismo y economía* (2010).
16. Caicedo E., & Quinto V. Influencia del folklore ecuatoriano en la calidad del desarrollo de la identidad cultural y emocional en niños de 5 a 6 años. *Universidad de Guayaquil*; (2017).
17. Duis, U. Miradas, valores y usos sociales del Paisaje Cultural Cafetero y los imaginarios proyectados en la oferta del territorio turístico. Ponencia presentada en el marco del Congreso Internacional de Investigaciones en Turismo. *Universidad Externado de Colombia, Bogotá* 2014.
18. Prats, Llorenç. "El concepto de patrimonio cultural." *Cuadernos de Antropología Social* 11 (2000).
19. Samaniego, V. M. Gestión del patrimonio cultural inmaterial en el desarrollo turístico de la provincia de Chimborazo -Ecuador. (2017).
20. Feria, J. Patrimonio territorial y desarrollo sostenible. *Estudios Geográficos* 2010; n°268, p.129-159
21. Maurel, Joaquín Bosque. "Patrimonio turístico e identidad cultural. El Patrimonio de la Humanidad." *Polígonos. Revista de geografía* 5 (2014): 173-180.
22. Guffante, T. G. *Investigación Científica: El Proyecto de Investigación*. (2016).
23. Pomaquiza, León, and David Arturo. "Justicia indígena en la comunidad cacha: Diferenciación entre la justicia indígena y la justicia ordinaria." (2018).
24. Fusté-Forné F. Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Montevideo: Revista SciELO* 2016; volumen 22. Disponible en: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0797-36912016000100001&lng=es&nrm=iso. ISSN 1688-3497.
25. Bonink C., Richards G. *Cultural Tourism in Europe*. London, University of North London 1992.

26. Vargas Del Rio, D., et al. Ecoturismo comunitario y conservación ambiental: la experiencia de La Ventanilla, Oaxaca, México: Revista Scielo; 2013, vol.21, n.41 Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572013000100002&lng=es&nrm=iso>. ISSN 0188-4557.
27. Bosque, J. Patrimonio turístico e identidad cultural. El patrimonio de la humanidad. Polígonos. Revista de geografía 1995; volumen 5, pp 173-180.
28. GADP Cacha. Sistema Nacional de Información 2017. Disponible en: <http://app.sni.gob.ec/>
29. Barbosa, Martha Elizabeth. "La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural: Caso: Corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander." Revista Escuela de Administración de Negocios 60 (2007): 105-122.
30. Dormaels, Mathieu. "Identidad, comunidades y patrimonio local: una nueva legitimidad social." Alteridades 22.43 (2012): 9-19.
31. Bonfim, M. Por uma pedagogia diferenciada: uma reflexão acerca do turismo pedagógico como prática educativa. Turismo: Visão e Ação 2010; 12(1): 67-129.

Seguridad alimentaria y calidad del servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba

(Food security and quality of the service of the traditional
huecas of Riobamba city)

Carlos Fernando Inga Aguagallo ^{(1)*}, Estephany Alejandra Tapia Romero ⁽¹⁾, Michelle
Paola Cruz Pucha ⁽¹⁾

(1) Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador

*Correspondencia. Tel.: 0990579026, E-mail: cvinga@unach.edu.ec (C, Inga)

RESUMEN

La investigación se ejecutó en concordancia con un aval de interés del Departamento de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Riobamba© de acuerdo a las problemáticas que se detectaron partiendo del análisis de las variables siendo estas la seguridad alimentaria y la calidad del servicio. Es una investigación básica, correlacional y descriptiva de corte trasversal. La población económicamente activa de la ciudad y los propietarios de las denominadas huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba fueron quienes brindaron información mediante la aplicación de encuestas previamente validadas por expertos de la Universidad Nacional de Chimborazo©, las cuales fueron objeto de comprobación de su fiabilidad mediante la verificación del alfa de Cronbach, los resultados tabulados en Excel® y analizados en el software SPSS® versión 23, permitieron validar la incidencia que tienen tanto los productos alimenticios susceptibles como la salubridad en la calidad del servicio. De acuerdo a los resultados se diseñó una guía para las buenas prácticas de seguridad alimentaria en las huecas tradicionales, que tiene como propósito facilitar el entendimiento de los procesos correctos de manipulación de alimentos mismo que mejorará a su vez la calidad del servicio en los establecimientos de esta categoría.

Palabras clave: seguridad, calidad, fiabilidad, susceptible, salubridad.

ABSTRACT

The investigation was executed in a concordance with a guide of interest of the Department of Tourism of the Decentralized Autonomous Government of the city of Riobamba © of agreement The problems that were detected as part of the analysis of the variables such as this is the safety and quality of the service . It is a basic, correlational and descriptive investigation of a transversal nature. The economically active population of the city and the owners of the so-called traditional humanities of the city of Riobamba have been provided by the National University of Chimborazo ©, which have been checked for their reliability by means of the verification of the alpha of Cronbach, the results tabulated in Excel® and analyzed in the software SPSS® version 23, allow to validate the incidence of both the susceptible food

products and the healthiness in the quality of the service. According to the results, a guide was designed for good safety practices in the field of traditional practices, whose purpose is the purpose of their results. this category

Keywords: safety, quality, reliability, susceptibility, healthiness.

Limitación de responsabilidad

Los autores declaramos que los puntos de vista expresados son de nuestra entera responsabilidad y no de la institución en la que trabajamos o del seminario donde se publica el trabajo.

Fuentes de financiación

La investigación ha sido en su totalidad financiada por los autores.

1. Introducción

A lo largo del tiempo la gastronomía ha tenido una estrecha relación con el turismo a nivel mundial y en Ecuador no es la diferencia (1), es por ello que siempre mantendrán relevancia los factores que afecten directamente al método de preparación de alimentos así como el servicio que ofrecen a sus clientes y es aquí donde radican las problemáticas en las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba, mismas que han ido de a poco tomando su espacio en el patrimonio cultural inmaterial y han estado presentes en festivales nacionales que han servido como palestra para que la culinaria se muestre ante el mundo, sin embargo aún hay cierto grado de recelo por así llamarlo en el respeto irrestricto a los procesos de inocuidad alimentaria desde el punto de vista de los manipuladores pues no consideran la importancia que esta mantiene dentro de los procesos de los alimentos seguros.

En lo concerniente al servicio alimentario uno de los pilares fundamentales para medir su calidad es que se lo haga con técnicas adecuadas del servicio al cliente (2), de lo cual, respecto a lo que se ha evidenciado muy poco se lo practica quizá por desconocimiento o actitud, por consiguiente, va en detrimento del éxito que debe perseguir cualquier emprendimiento o negocio en la rama que fuere. Es por ello que se menciona la importancia del manejo de técnicas alimentarias enfocadas a la inocuidad alimentaria, que permita desarrollar productos aptos para el consumo del cliente (3).

La trascendencia del servicio alimentario toma auge en los años 90 (4), en el que la inocuidad alimenticia reafirma la seguridad del producto, siendo parte fundamental del servicio como un derecho humano, con el objeto de llevar a una vida saludable (5). Por ende, la Organización Mundial de la Salud concuerda con la higienización del alimento que evite promover el desarrollo de las bacterias perjudiciales a la salud, procurando la propagación de enfermedades que afecten a la integridad fisiológica del cliente (6).

De esta manera, podemos mencionar que no todos los productos alimenticios tienen el mismo nivel de peligro o contaminación, por ende, el cocinero debe tomar en

cuenta los alimentos que tienen alto y bajo riesgo en la producción alimenticia (7). Por otra parte, la salubridad es un elemento clave en la inocuidad del alimento, tomando en cuenta el buen saneamiento alimentario que permita reducir la propagación de las bacterias limitando la utilización de productos químicos (8). Sumado a esto, cabe mencionar la importancia de la integridad física del personal que maniobra los alimentos, precautelando posibles lesiones, enfermedades u otros peligros que confieren dentro de su actividad laboral (9).

Es por ello que la seguridad alimentaria forma parte de un sistema de calidad (10), que otorga confiabilidad al consumidor por adquirir un producto y/o servicio dentro de un establecimiento (11). Es así que, uno de los pilares fundamentales para el ciclo activo de un negocio, es mantener la fidelidad del cliente (12), por lo cual, el servicio debe cumplir con estándares de calidad, que, acorde a las exigencias de los comensales cumplan con su satisfacción (13). Es por ello que, la calidad del servicio es un factor determinante para el éxito empresarial, cuya capacidad permita alcanzar la fidelidad de la clientela (14), en base a procesos enfocados en la satisfacción del consumidor de acuerdo a la percepción del producto (15), coadyuvando el interés de compra, la promesa del servicio y/o producto ofertado, la opinión de conocidos y las promesas de los competidores (16).

Cabe mencionar, que, el cliente es poseedor de la imagen del establecimiento, en consecuencia, la buena o mala prestación del servicio y/o producto puede contribuir en el crecimiento o quiebre del negocio (17). Para ello, es necesario tomar en cuenta un adecuado proceso de gestión referente a las quejas o reclamos del cliente, enmarcada en una visión de mejoramiento (18).

Por lo tanto, incorporar la atención del cliente bajo una línea estrecha de trabajo enfocados en la correcta manipulación e higienización del alimento que conlleve a una inocuidad alimentaria es materia indispensable para el crecimiento de un establecimiento, que, en este caso nos referimos a las huecas tradicionales, las cuales se definen como un lugar popular que vende comida típica de una determinada localidad (19), contribuyendo al desarrollo económico del sector, así como también, de la persona que lo practica. Además, la práctica de esta actividad permite mantener intacto el patrimonio alimentario del sector, preservándose en el transcurso del tiempo (20), cuya soberanía alimentaria establezca las correspondientes políticas de producción en base a sus conocimientos (21), permitiendo mejorar la calidad de vida en base a una alimentación adecuada (22).

Hoy en día, las huecas tradicionales constituyen un valor importante en la sociedad (23), que gracias al populismo y la favorable acogida que estas albergan, siendo parte del dinamismo empresarial en apoyo al sector productivo de la sociedad (24), por esta razón se han establecido normativas de salubridad por parte de la gestión pública con el objetivo de resguardar la integridad del consumidor (25), difícilmente, parte de estos establecimientos de restauración no han tenido resultados favorables en cuanto al cumplimiento de la norma, ya sea por la escasa salubridad, la indebida manipulación de los alimentos o simplemente una errónea atención del cliente.

En este sentido, se puede corroborar la importancia de la capacitación del personal del establecimiento, permitiendo de esta manera mejorar los procesos de producción, obteniendo resultados favorables que conlleven a la mejora y

posicionamiento de establecimiento en el mercado. Para ello, se requiere manejar instrumentos escritos o audiovisuales que permitan profundizar el mensaje que se quiera transmitir, evitando terminología compleja que dificulte su comprensión.

Por consiguiente, la investigación realizada se enfoca en la seguridad alimentaria y la calidad de servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba tomando en cuenta que la problemática radicó en los productos alimenticios susceptibles, salubridad y peligros que inciden en la calidad del servicio.

El trabajo investigativo se realizó de acuerdo al interés profesional de los propietarios de las huecas tradicionales por mejorar su producción y servicio ya que sus conocimientos generalmente han sido adquiridos empíricamente y debido a que los clientes son su razón de ser, es importante brindarles un servicio bueno y turísticamente sostenible; un llamado de atención es una forma de decirle a la empresa que lo puede hacer mejor. Con esto también se presentó el interés académico por definir estrategias para el diseño de una guía para las buenas prácticas de seguridad alimentaria en las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba, ayudando así a la consecución de este objetivo.

La investigación se desarrolló en distintas fases siendo estas la exposición de la problemática y la justificación, objetivos e hipótesis pertinentes, material teórico, bibliográfico y epistemológico, la metodología utilizada teniendo en cuenta que es una investigación básica, documental, de campo con método deductivo, cuantitativa, descriptiva que aplicó las técnicas de procesamiento: SPSS/ Excel, estos resultados se ven reflejados en la propuesta pertinente.

2. Metodología

Los tipos de investigación aplicados fueron: documental, pues el proceso se fundamenta en la revisión de textos, artículos, bibliografías, videos, películas entre otros existentes sobre la temática y que fueron utilizadas para fundamentar el estudio y de campo, con las visitas a las huecas tradicionales y estamentos públicos y privados que ofrecieron información técnica para la recolección de datos (26, 27).

La investigación correlacional de corte transversal no experimental mantuvo como unidad de análisis a las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba.

Se generaron dos poblaciones, P1 estuvo constituida por 51 establecimientos gastronómicos del tipo huecas tradicionales, consideradas por los investigadores, previo a una selección a través de una matriz de observación y de acuerdo al número de huecas tradicionales no se obtuvo muestra algún considerando para la aplicación del instrumento de evaluación los 51 establecimientos. La población 2 (P2) estuvo constituida por 70575 ciudadanos que conforman la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba y que a la vez son clientes de las huecas tradicionales, población que gracias a la aplicación de la fórmula para la muestra para un universo finito quedaron en 172 personas a las cuales se aplicaron el instrumento pertinente (28).

Se aplicaron dos encuestas, una para cada variable, previamente validadas por 10 expertos de la Carrera de Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de

Chimborazo. Para determinar el grado de confiabilidad de los instrumentos propuestos se utilizó el estadígrafo Alfa de Cronbach del procesador de datos SPSS Versión 23; cuyos valores para la investigación fueron mayores a 0,7 validando su confiabilidad (28).

Tras la aplicación de los instrumentos de evaluación, se procedió a tabular los resultados y analizar la correlación de variables para la prueba de hipótesis, esto en base a los resultados del Chi Cuadrado de la herramienta informática SPSS Versión 23, con esto se procedió a formular las respectivas conclusiones.

3. Resultados

Para corroborar las hipótesis de la investigación, se realizó la prueba Chi Cuadrado de Pearson considerando la escala de Likert aplicada a las variables y dimensiones obteniendo los siguientes resultados:

a) Hipótesis General

H_0 : La Seguridad Alimentaria no influye en la calidad del servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba.

H_i : La Seguridad Alimentaria influye en la calidad del servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba.

- b) α : 0,05
- c) sig: 0,032
- d) Decisión:

Como sig=0,032 es menor al nivel de significancia 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir que la Seguridad Alimentaria influye en la calidad del servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba.

Tabla N° 1 Chi cuadrado Hipótesis general

	Valor	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,570 ^a	,032
Razón de verosimilitud	8,005	,091
Asociación lineal por lineal	2,379	,123
N de casos válidos	51	

a) Hipótesis Específica 1

H_0 : Los productos alimenticios no influyen en la calidad del servicio de las huecas tradicionales de Riobamba.

H_i: Los productos alimenticios influyen en la calidad del servicio de las hucas tradicionales de Riobamba.

b) α :0,05

c) sig: 0,002

d) Decisión: Como sig= 0,002 es menor al nivel de significancia 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir que los productos alimenticios influyen en la calidad del servicio de las hucas tradicionales de Riobamba.

Tabla N° 2 Chi cuadrado Hipótesis específica 1

	Valor	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,481 ^a	,002
Razón de verosimilitud	6,284	,179
Asociación lineal por lineal	,014	,906
N de casos válidos	51	

a) Hipótesis Específica 2

H₀: La salubridad no influye en la calidad del servicio de las hucas tradicionales de Riobamba.

H₁: La salubridad influye en la calidad del servicio de las hucas tradicionales de Riobamba.

b) α :0,05

c) sig: 0,020

d) Decisión: Como sig= 0,002 es menor al nivel de significancia 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir que la salubridad influye en la calidad del servicio de las hucas tradicionales de Riobamba.

Tabla N° 3 Chi cuadrado Hipótesis específica 2

	Valor	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,624 ^a	,020
Razón de verosimilitud	9,293	,054
Asociación lineal por lineal	,006	,938
N de casos válidos	51	

a) Hipótesis Específica 3

H₀: Los peligros no influyen en la calidad del servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba.

H₁: Los peligros influyen en la calidad del servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba.

b) α : 0,05

c) sig: 0,056

d) Decisión: Como sig= 0,056 es mayor al nivel de significancia 0,05 se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación, es decir que los peligros influyen en la calidad del servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba.

Tabla N° 4 Chi cuadrado Hipótesis específica 3

	Valor	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,204 ^a	,056
Razón de verosimilitud	7,826	,098
Asociación lineal por lineal	,014	,907
N de casos válidos	51	

Los resultados obtenidos de la aplicación del Alfa de Cronbach con porcentajes favorables de confiabilidad y la obtención del Chi cuadrado que ayudó a comprobar hipótesis lleva a concluir que:

- Hipótesis general: efectivamente ha sido aceptada la hipótesis de investigación al referirse a que la seguridad alimentaria incide en la calidad del servicio de las huecas tradicionales en la ciudad de Riobamba rechazándose la hipótesis nula, para verificar y respaldar Chi cuadrado se calculó el coeficiente de contingencia que representa una medida de la relación significativa.
- Hipótesis específica 1: se acepta la hipótesis alternativa debido a que el coeficiente chi cuadrado es 0,002 por lo que existe influencia entre los productos alimenticios susceptibles y la calidad del servicio.
- Hipótesis específica 2: se acepta la hipótesis alternativa debido a que el coeficiente chi cuadrado es 0,020 por lo que existe influencia entre la salubridad y la calidad del servicio.
- Hipótesis Específica 3: se acepta la hipótesis nula debido a que el coeficiente Chi cuadrado es 0,056 por lo que no existe influencia entre los peligros y la calidad del servicio.

4. Discusión

La investigación sin lugar a dudas ha constituido un aporte significativo en el acervo bibliográfico en el marco de la seguridad alimentaria y la calidad del servicio a nivel nacional puesto que ha permitido ser un punto de referencia para la cualificación de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba con proyección para todo el país.

Los estudios previos en estas ramas han sido fundamentales en todo el proceso de la tarea investigativa tal y como lo evidencia Víctor Ulcuango en su tesis de grado denominada “Seguridad alimentaria de la transformación de los alimentos, en los restaurantes de la ciudad de Latacunga” en la cual el autor genera como propuesta un manual de Seguridad Alimentaria para la prevención de las Enfermedades Transmitidas por Alimentos (Eta’s), enfocándose en aspectos como los procesos en toda la cadena productiva y el uso adecuado del uniforme, lo cual es ratificado en la investigación ejecutada por los autores puesto que a más de catalogar el servicio de alimentos y bebidas como parte del patrimonio cultural inmaterial de los Riobambeños, se analiza la necesidad de generar conciencia en los manipuladores de alimentos por el respeto a las técnicas de higiene alimentaria y personal, organización de espacios y funciones y el efecto que un servicio amable, minucioso y efectivo genera en el cliente (3).

Otra investigación que concuerda con la necesidad de diseñar y utilizar una guía de inocuidad alimentaria basada en las buenas prácticas de manufactura es la de Michael Angello Barzola Pin, titulada “Guía de inocuidad alimentaria basado en BPM para locales de alimentos y bebidas del mercado central de Daule”. La guía se convierte en un instrumento de BPM que contribuirá con formación y orientación básica y puntual para la persona que interviene en el proceso de manipulación de alimentos, con el fin de reducir considerablemente el riesgo de intoxicaciones por alimentos contaminados en los consumidores lo cual permitirá dinamizar el turismo en la ciudad (29).

Silvana Villalba en su investigación “Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q restaurant, y sugerencias de mejora” resalta que uno de los factores que desmotivan a los clientes a que regresen a los restaurantes están en concordancia con la amabilidad y rapidez de parte de las personas vinculadas con el servicio, esto se ratifica con la investigación y se profundiza aún más considerando que la calidad del servicio está determinada por la confiabilidad, velocidad de respuesta, aseguramiento del cumplimiento de expectativas, empatía y cualidades tangibles de las huecas tradicionales. Frente a todos estos parámetros de calidad se han determinado herramientas que sin duda mejorarán la realidad estudiada (30).

5. Conclusiones

La tarea investigativa ha logrado determinar que la seguridad alimentaria influye en la calidad del servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba, debido a la relación inherente que los clientes mantienen pues hoy en día la gente no solo consume un producto con excelentes propiedades organolépticas en el marco de sabor, aroma, textura y apariencia, sino que se fija minuciosamente en el aspecto higiénico de los procesos y servicios.

Los productos alimenticios susceptibles destacan en las observaciones que tienen los consumidores pues son de especial atención al momento de las evaluaciones. La compra, almacenamiento, producción y manipulación de alimentos son fundamentales en sus procesos por lo cual la influencia en la calidad del servicio es notorio tal como se verifica con la prueba de hipótesis.

La salubridad entendiendo como tal los procesos de gestión de residuos y control preventivo y paliativo de plagas influye en la calidad del servicio de las huecas tradicionales de la ciudad de Riobamba debido a que los estándares han ido en aumento respecto a la apariencia del entorno con importancia relevante en el manejo de la basura aseverando que un lugar que denote la presencia de contaminantes biológicos no debe tener permisos para su funcionamiento.

Los peligros que se detectan en la investigación en relación con la calidad del servicio, si bien es cierto son importantes, pero debido a los resultados alcanzados no son considerados pues se rechazó su relación en base a la hipótesis planteada.

Agradecimientos

Los autores de la investigación agradecemos a los artífices del IV Seminario Internacional de Gastronomía de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por la oportunidad que generan al presentar tan excelente muestra académica pues gracias a ellos es posible publicar los resultados de la ardua investigación ejecutada.

Conflicto de intereses

Los autores del artículo “SEGURIDAD ALIMENTARIA Y CALIDAD DEL SERVICIO DE LAS HUECAS TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA” declaramos no tener ningún tipo de conflicto de intereses, ni relación económica, personal, política, interés financiero ni académico que pueda influir en nuestro juicio. Declaramos, además, no haber recibido ningún tipo de beneficio monetario, bienes ni subsidios de alguna fuente que pudiera tener interés en los resultados de esta investigación.

Referencias

1. Curiel E., ed. Turismo gastronómico y enológico. Madrid: Librería-Editorial Dykinson; 2015.
2. Sanz J. L. A. Gestión de la calidad y de la seguridad e higiene alimentarias. 2° ed. Madrid: Ediciones Paraninfo, SA; 2013.
3. Ulcuango, V. Seguridad alimentaria de la transformación de los alimentos, en los restaurantes de la ciudad de Latacunga. [Tesis Pregrado] Ambato: Uniandes; 2016 [citado 11 ene 2019]. Disponible en: <http://dspace.uniandes.edu.ec/>
4. FAO. Seguridad y soberanía alimentaria. FAO.2013;(1): 1-45
5. Fajardo I. Alimentos seguros: Guía básica sobre seguridad alimentaria. Madrid; Ediciones Díaz de Santos, 2008.
6. OMS, (2016)
7. Chavarrías, M. Alimentos de alto y bajo riesgo microbiológico. Innovación alimentaria. (2016).

8. Santander, N. Guía de manejo de plagas y roedores. (2013).
9. Justice, W. Salud y seguridad en la industria de restaurantes. Guía de entrenamiento para trabajadores de restaurantes. (2014).
10. Barreno, E. La capacitación del personal y su incidencia en el servicio prestado al cliente en los hoteles clase turista de la zona alta de la ciudad de Ambato. [Tesis Pregrado] Ambato: UTA; 2016 [citado 09 ene 2019]. Disponible en: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/12463>
11. Ongallo, C. El reto de la comunicación con los clientes. México. México; (2013).
12. Ismi, V. El modelo básico de las expectativas claves. Las expectativas de los clientes. (2017).
13. Barón & Salamanca, J. Necesidades y expectativas de los clientes reales y potenciales, de la caja de compensación familiar de boyacá comfaboy. Tunja: uptc; (2015).
14. Ureña, F. Atención al cliente. Latindex; (2015).
15. Sánchez. Hueca gastronómica. Redalyc; (2014).
16. Serrano, D. Sistema de quejas. Scielo; (2015).
17. Estupiñán, M. Análisis de la atractividad de las huecas gastronómicas en las parroquias urbanas del cantón esmeraldas, con el fin de potencializar su uso turístico. Guayaquil. [Tesis Pregrado]. Guayaquil: PUCESE; 2017; [citado 11 ene 2019]. Disponible en: <https://repositorio.pucese.edu.ec/>
18. Alimentaria, f. M. Soberanía alimentaria. (2014).
19. Meta, D. Política de seguridad alimentaria y nutricional del departamento del meta. Latindex; (2017).
20. Gavilanes, J. Normas de seguridad alimentaria en la producción de alimentos para pequeños restaurantes de la ciudad de Ambato. [Tesis Pregrado] Ambato: Uniandes; 2016 [citado 11 ene 2019]. Disponible en: <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/>
21. Garcinuño, R. Contaminación de los alimentos durante los procesos de origen y almacenamiento. Redalyc; (2013).
22. Dacimba, F. Sistemas de gestión de seguridad en los alimentos mediante normas iso 22000. [Tesis Pregrado]. Riobamba: ESPOCH; 2013 [citado 11 ene 2019]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/>
23. Bolaños, P. Diseño de un manual de calidad para el restaurante swing bayá, ubicado en el club jacarandá, parroquia de Cumbayá, quito-ecuador. [Tesis Pregrado] Quito: UDLA; 2016 [citado 09 ene 2019].
24. Sila, A. Diseño y ejecución de un plan de capacitación en seguridad alimentaria y técnicas de cocción dirigida a los habitantes de las parroquias rurales del cantón baños de agua santa para mejorar la calidad alimentaria en niños de 6 a 12 años. Riobamba: repositorio uniandes-Riobamba. (2013).
25. Valencia, D. El cliente y sus percepciones del servicio. (2016).
26. Dosne, C. La investigación básica según Hans Selye. Buenos Aires: scielo; (2017).
27. Guffante, T. G. (2016). Investigación Científica: El Proyecto de Investigación.
28. Tapia E, Seguridad alimentaria y calidad del servicio en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. (2019).
29. Barzola M, Guía de inocuidad alimentaria basado en BPM para locales de alimentos y bebidas del mercado central de Daule.
30. Villalba S, Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q restaurant, y sugerencias de mejora.

Costumbres Gastronómicas de la Parroquia rural Licán. Riobamba - Ecuador

(Gastronomic Customs of Licán rural parish. Riobamba –
Ecuador)

Ana Matilde Moreno Guerra^{(1)*}, Jessica Alexandra Robalino Vallejo⁽¹⁾, Inés Zapata
Zumárraga⁽²⁾ Ronald Mauricio Zurita Gallegos⁽¹⁾

(1) Escuela de Gastronomía. Facultad de Salud Pública. Escuela Superior
Politécnica de Chimborazo. Riobamba- Ecuador

(2) Escuela de Diseño Gráfico. Facultad de Informática y Electrónica. Riobamba -
Ecuador.

*Correspondencia. Tel.: 0984859650, E-mail: amoreno_g@epoch.edu.ec (A,
Moreno)

RESUMEN

Introducción: La presente investigación surge a raíz del proyecto de la carrera de Gastronomía de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo denominado “Registro de Tradiciones Culinarias del cantón Riobamba, como parte de su Patrimonio Cultural Inmaterial. **Objetivo:** Identificar costumbres gastronómicas de la parroquia rural Licán basadas en el calendario agro festivo con fines de salvaguarda de las tradiciones. **Métodos:** Se realizó un análisis de lo general a lo particular, utilizando el método deductivo, así como el método inductivo mediante el uso de técnicas etnográficas como: La revisión bibliográfica (documentos históricos, planes de desarrollo territorial), entrevista a informantes de calidad (líderes parroquiales, comunitarios, adultos mayores). Además, la observación participante, historias de vida y los talleres con grupos focales. Licán constituye una de las once parroquias rurales del Cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo. La población, principalmente adulta, se halla arraigada a las costumbres, tradiciones y alimentación de sus antepasados. Las costumbres gastronómicas de Licán se caracterizan principalmente por su relación con las fiestas, tradiciones, ritos, religión, mitos, platos con antecedentes culturales ligados a tiempos pasados, cosechas y siembras. **Discusión:** El mundo de la gastronomía está constituido por una extensa variedad de culturas y costumbres. En Licán algunas de las festividades que actualmente perviven han sido transmitidas de generación en generación, y se celebra en diferentes meses del año, donde se resaltan sus prácticas culinarias. **Conclusión:** Mediante la investigación, se constata la conservación de algunas tradiciones que sobreviven como elementos constitutivos del patrimonio cultural inmaterial de Licán.

Palabras claves: Alimentación, calendario agro festivo, tradición, cultura.

ABSTRACT

Introduction: The present research is originated because of a Gastronomy career project at the Escuela Superior Politecnica de Chimborazo called "Register of Culinary Traditions of Riobamba canton, as part of its Intangible Cultural Heritage. **Objective:** Identify customs of the rural town Lican, based on its agro festive calendar in order to safeguard traditions and culinary practices. **Methods:** An analysis was carried out from the general to the particular by using the deductive method, as well as the inductive, through ethnographic techniques such as: bibliographic review (historical documents, territorial development plans), interview to quality informants (town community leaders, senior citizens). In addition to the observation, life stories and workshops with focal groups. **Results:** Lican is one of eleven rural towns of Riobamba canton, province of Chimborazo. The population, mainly adult, is established in its ancestor customs, traditions and diets. The gastronomic customs of Lican are characterized by their relationship with festivals, traditions, rituals, religion, myths, dishes with cultural backgrounds linked to past times, harvests and sowings. **Discussion:** The world of gastronomy is made up of an extensive variety of cultures and customs. In Lican some of the festivities that currently survive have been transmitted from generation to generation, it is celebrated in different months of the year, where its culinary practices are highlighted. **Conclusion:** Through research, the conservation of some traditions that survive, as constitutive elements of the intangible cultural heritage of the parish, is confirmed.

Keywords: Food, agro festive calendar, tradition, culture.

Limitación de responsabilidad

Los autores declaran que los puntos de vista expresados son de su entera responsabilidad y no de la institución en la que trabajan, del seminario donde se publica el trabajo o de la fuente de financiación.

Fuentes de financiación

La investigación fue financiada íntegramente con los recursos propios de los investigadores.

1. Introducción

El presente estudio surge a raíz del proyecto de investigación denominado "Registro de Tradiciones Culinarias del cantón Riobamba, como parte de su Patrimonio Cultural Inmaterial" mediante un convenio entre: la Carrera de Gastronomía de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), la Dirección de Gestión Turística del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Riobamba y la Casa de la Cultura Ecuatoriana núcleo de Chimborazo. El objetivo principal es identificar costumbres de la parroquia rural Licán basadas en el calendario agro festivo con fines de salvaguarda de las tradiciones y prácticas culinarias. El calendario agro festivo, se refiere a los eventos tempo-espaciales de la pacha mama (madre tierra) entrelazados y marcados por el caminar cíclico del sol en un lapso conocido como año. Cada año, asocia e integra una diversidad de acontecimientos

climáticos, agrícolas, ganaderos, astronómicos, festivos, rituales y organizativos que se manifiestan en una secuencia de sucesos enlazados.

Esta investigación se caracteriza, además de una revisión bibliográfica y documental, por la participación de la comunidad y sus representantes, en calidad de agentes testimoniales de saberes; a partir de lo cual se levanta y sistematiza la información. Las costumbres gastronómicas junto con sus técnicas culinarias ancestrales de la parroquia, es el inicio de todo un proceso, por medio del cual, se constata la conservación de algunas tradiciones que sobreviven como elementos constitutivos de su patrimonio cultural inmaterial.

2. Materiales y Métodos

Se realizó un análisis de lo general a lo particular, utilizando el método deductivo (1) en la investigación, el mismo que permitió el reconocimiento de los aspectos generales de la parroquia rural Licán, a fin de identificar sus prácticas culinarias y tradiciones basados en el calendario agro festivo. Por otro lado, el método inductivo fue aplicado mediante el uso de técnicas etnográficas donde, “el proceso de la investigación es flexible y no existe un esquema rígido” (2) como: La revisión bibliográfica (documentos históricos, planes de desarrollo territorial), entrevista a informantes de calidad (líderes parroquiales, comunitarios, adultos mayores). Además, las historias de vida y los talleres con grupos focales; que favorecieron el análisis cualitativo, el mismo que permitió un mejor acercamiento con la comunidad y a su vez la franqueza en la entrega de información.

3. Resultados

Parroquia rural Licán

Con la forma de un polígono irregular. La parroquia rural Licán se encuentra a una distancia de 6 Km de la cabecera provincial. Limitado por la parroquia de San Andrés del cantón Guano y la parroquia Calpi del Cantón Riobamba al Norte, las parroquias Lizarzaburu y Veloz del Cantón Riobamba al sur, la parroquia Lizarzaburu al este y al oeste las parroquias Cacha y Calpi del Cantón Riobamba (7) Licán tiene como significado piedra pequeña. (3) Constituye una de las once parroquias rurales del Cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo (4), está situada geográficamente en el centro del territorio continental ecuatoriano, lugar de grandes contrastes físicos, económicos y culturales. Este territorio fue asiento de los Puruháes, valerosos y amantes de la libertad, aguerridos luchadores contra sus opresores por la defensa de los derechos de sus pueblos. (3)

El pueblo antiguo de Licán organizado antiguamente en Ayllus y parcialidades como los: Macají, Baliscán, Gausi, entre otros; a los que se le sumaron los; Ananchanga, Andaguilla, Lurinchanga y Mayos, que llegaron del Cuzco en calidad de mitimaes traídos por el Inca. (5)

Los araucanos llegaron con los Incas encabezados por Túpac Yupanqui y fundaron Licán delegando a Cuxi Argos como gobernador. Posteriormente Leandro Sepla y

Oro, fue entre 1764 y 1803 curaca principal y gobernador de Licán y Macají, quienes tenían un manuscrito en lengua Puruhuay, que contenía información acerca de la historia de los antepasados. (6) En época de los incas realizaban varias fiestas, entre ella la fiesta de la Inca Palla o Curi Paccha llamada también Guaminga.

Licán no solo es conocida en el contexto nacional e internacional por sus hechos históricos, sino por las páginas brillantes de su palmarés como la cultura, el folklor muy admirado por propios y extraños, sus fiestas, su gastronomía y por el aporte musical de grandes compositores y artistas que han llenado de orgullo a este rincón patrio.

En el año de 1990 en la parroquia Licán residían 5.534 habitantes, para el año 2010, la población se incrementa a 7.963 habitantes (8), por asentamientos humanos de otras parroquias.

La población de la parroquia Licán es mayoritariamente mestiza representando el 80,11 %, y solamente el 16,82% es indígena.(8)

Costumbres Gastronómicas según el calendario agro-festivo

Es posible considerar a las comidas como cotidiana, especial y ceremonial. Una comida cotidiana no marca situaciones sociales que tienen que ver con ciclos ceremoniales denominados por los ritos de pasaje (como la primera comunión, un casamiento, una muerte religiosa). La comida especial no tiene connotaciones rituales, pero significa un alimento fuera de lo común, el cual refleja una mayor inversión de esfuerzo y tiempo en su elaboración. Finalmente, el alimento ceremonial está rodeado de una serie de implicaciones sociales y rituales y demuestra el punto más alto de la preocupación culinaria.(9)

Las fiestas de los pueblos aborígenes del Ecuador, a veces, se confunden con aquellas que impusieron los Incas durante su dominio.(10) La fiesta religiosa es un tema poco desarrollado dentro de la literatura antropológica andina. La mayor parte de dichos estudios ha girado en torno al sentido semántico y simbólico de los mitos y los ritos indígenas.(11)

En Licán algunas de las festividades que actualmente perviven han sido transmitidas de generación en generación, se la celebra en diferentes meses del año, donde se resaltan sus prácticas culinarias.

Enero: Fiesta de los Santos Reyes Magos

La fiesta tradicional de los Santos Reyes es planificada durante un año y la organización se basa en la historia de los devotos que gira alrededor de la imagen religiosa. El "Niño Rey de Reyes" es la conmemoración religiosa más grande, la organización de la fiesta es patrimonio de los fundadores y jochantes (se denomina jochante a la persona que dona, a los sacerdotes, animales y/o productos para la elaboración de los alimentos).

LIBRO DE MEMORIAS

Para ello, se inicia con la designación de los sacerdotes y jochantes. La fiesta intensifica las relaciones de amistad entre familiares y vecinos. La relación entre todos estos elementos sociales es muy fraterna y adquiere compromisos formales. (12)

La fiesta de los Santos Reyes Magos se caracteriza por un conjunto de actividades donde participan personajes típicos de los desfiles, procesiones magos, reyes, embajadores junto con juegos pirotécnicos, la disertación de las Loas. Cada año se elige los sacerdotes para la fiesta del siguiente año. (13)

Al culminar el último día de la novena, generalmente el 5 de enero; se sirve a los acompañantes: caldo de gallina, arroz con carne de cerdo y pollo junto con un vaso de café (14). El día 6 de enero, el sacerdote recibe en su casa a la gente visitante, dando la bienvenida con un “abreboca” particular de casi todas las festividades: Mote con fritada.

Durante el transcurso del día se sirve caldo de gallina, arroz con papas en salsa de maní y lechuga; sobre las papas se coloca un pedazo de cuy y de conejo horneado, cuyo sabor se debe a un aliño a base de: ajo, cebolla paiteña, sal, achiote, entre otros. Adicional se sirve una salsa picante realizada con tomate de árbol previamente hervido y pelado, ají molido, cebolla y sal. Además, se ofrece una bebida muy tradicional para los licaneños: chicha de jora, la misma que se elabora con dos días de anticipación.

Entre las tres de la tarde, se brinda “chocolatito caliente”. Una bebida con chocolate en tableta, agua, azúcar y una pizca de sal. Las tabletas de chocolate son traídas con anticipación desde la ciudad de Ambato, siendo una costumbre de algunos años atrás, menciona el señor Pedro Brito (presidente del Gad parroquial de Licán), quien aclara que es el único producto que se trae de otra ciudad.

La misma comida especificada arriba, se lo sirve al siguiente día (7 de enero) para celebrar “La Tomina”. Es un agradecimiento a los colaboradores conocidos como “jochantes”(15) de la fiesta (personas que ofrendan productos para la preparación de la comida) y se reúnen para realizar la deshierba de los terrenos del sacerdote.(14) Participan exclusivamente los vasallos (quienes acompañan en el baile con los caballitos junto al rey), el rey, la gringa y las mujeres de los vasallos, las cuales preparan con anterioridad el chocolate caliente con pan. Además, es muy común que se sirva un vaso con “come y bebe” (bebida a base de frutas picadas).

- Febrero: Fiesta del Carnaval

El carnaval es organizado por el Gad parroquial el 27 y 28 de febrero. En esta festividad, los oriundos de Licán realizan preparaciones especialmente para comercializar como: Chigüiles, hornado con mote, fritada con mote; las dos acompañadas de tortillas con salsa de maní. También, preparan chochos con maíz tostado en paila, cebollas y sal. El taita carnaval es considerado un forastero andariego anual. (16)

- Abril: La Pascua

Se distingue cuatro Pascuas en la historia de la salvación: la Pascua del Señor, La Pascua de los Judíos, la Pascua de Cristo y la Pascua de la Iglesia.(17)

Esta última es recreada por los licaneños, del 10 al 16 de abril. Se celebran las pascuas representadas por dos hermandades: La Santísima Virgen de los Dolores y el Señor de la Agonía. Las hermandades invitan a los 100 socios con quienes se conforman y brindan delicias gastronómicas como: encebollado de pescado, fanesca tradicional (hecha con zambo y zapallo como ingredientes esenciales). Arroz con papas cocinadas enteras y pescado frito. Chicha de Jora o avena de naranjilla, y las típicas canelas (bebida caliente realizada con agua de canela y naranjilla).

- Junio: Fiestas Patronales

El 28 y 29 de junio celebran las fiestas en honor al Patrono “San Pedro de Licán”. En esta ocasión, se solicita a los amigos ofrendas para la preparación de la comida. Como referencia se menciona: 500 gallinas, 1 ganado como mínimo, 15 puercos, entre otros. Se preparan las vísperas en la casa de los priostes, donde los bailarines llegan y son recibidos con un “caldo de fideo y pedazo de carne de res”, luego se sirve “unas papitas con todas las vísceras utilizadas del ganado y el chancho”, a esta preparación es parecida al contenido del “caldo de 31”. Al día siguiente, la costumbre gastronómica es casi idéntica a la de la Fiesta de los Reyes, así como de la tomina como agradecimiento a los jochantes o colaboradores.

- Noviembre: Día de los difuntos

El 2 de noviembre se celebra en honor a los difuntos. La población concurre a los cementerios, los deudos adornan tumbas de seres queridos con flores y tarjetas. (18) Se prepara la tradicional colada morada con harina de maíz negro propio de la zona y con empanadas y guaguas de pan. A esta tradición, se suma actividades como el juego de las bolas de acero conocidos como los cocos.

- Diciembre: Navidad

La Navidad, se celebra como una tradición anual, cuyo principal propósito es recordar el nacimiento de Jesucristo en Belén, según narran los evangelios de San Lucas y San Mateo. (19)

Después de la misa del 24 de diciembre, se prepara una comida igual al día de Rey de Reyes. El 25 de diciembre, se celebra las fiestas principalmente con regalos para los niños, quienes se disfrazan de zachitas, vasallos y curiquingues. Se brinda como costumbre gastronómica buñuelos y dulce de higo.

4. Discusión

Escasa es la información que existe sobre las fiestas de los puruhaes (3). Las festividades ecuatorianas abarcan, sino en su totalidad, celebraciones religiosas con abundante representación de lo andino y particularidades de cada lugar, así como

fiestas con sus personajes propios; siendo este, el caso de Licán. Se pueden apreciar los reyes, los danzantes y éstos envueltos en las distintas ocasiones de un ambiente y decorado peculiar que rigen costumbres, tradiciones y ritos. Sin duda alguna son las bandas de pueblo (20) las que no pueden faltar, pues son las que amenizan las fiestas(21). Licán, es un lugar donde se caracteriza por sus festividades religiosas, deportivas, culturales y gastronómicas. (22)

El mundo de la gastronomía, está constituido por una extensa variedad de culturas y costumbres. Estos elementos son de gran importancia para fortalecer la identidad de los pueblos. La humanidad determina dentro de la variedad de productos categorías de consumo pueden ser desde prohibido (no alimentos) hasta aquellos preferenciales de mayor estima, aquí es donde se sitúa la gastronomía, “cuya aceptación obedece especialmente a su carácter de referente que integra comunidades simbólicas y marca diferencias con otros grupos”. (23)

Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica, que se encuentra fuertemente influenciada a lo largo de su historia (24) por los pueblos que conquistaron su territorio: (incas y españoles) y por migrantes que han llegado al país. La llegada de los Incas a nuestro territorio, seguramente ayudó a que el maíz adquiriera mayor relevancia entre poblaciones indígenas de la sierra. (25)

La influencia de las variedades traídas por los españoles “como el trigo, la avena y el arroz; condimentos de dulce y de sal como el anís, y el ajo; carnes de chanco, res, pavo y pollo”(26) permitieron mejorar el sabor y una vez combinados de manera armónica, son una delicia culinaria.

La trascendencia culinaria y los secretos del sabor transferidos entre familias por años de historia en la cocina, habla de la costumbre gastronómica del lugar(27). Pedro Brito presidente de la junta parroquial de Licán en su memoria indica que “la costumbre gastronómica está estrechamente ligada a las fiestas”, donde intervienen especies de crianza menores(28) como: cuyes conejos, gallinas, patos, pavos, gansos, en su mayoría utilizan para el autoconsumo. El chanco, el ganado también forman parte de la gastronomía, así como los productos cultivados en sus campos como el maíz, la papa (29), siendo un cultivo de prioridad en el Ecuador (30), entre otros.

Las fiestas que son celebradas por el conjunto de los comuneros, sea en forma individual o comunal, momentos en los que vienen familiares del resto del país, constituyen ocasiones en las que el cuy siempre está presente en forma de comida o vivo.(31)

En la Parroquia Licán, los procedimientos en la elaboración de platos son transmitidos, pero lastimosamente en la actualidad, la vida de los habitantes de la parroquia es muy diferente a la que llevaron sus ancestros, quienes se dedicaban gran parte del día a la elaboración de los alimentos. Las preparaciones se convertían en cocciones largas, mismas que se caracterizaban por sus texturas y sabores autóctonos.

La globalización y la innovación tecnológica han hecho que, las técnicas y equipos utilizados para sus preparaciones culinarias antiguas, vayan perdiendo sus raíces y sean sustituidas por equipos sofisticados que facilitan diversas preparaciones pero que no mantienen texturas y sabores tradicionales.

Las tradiciones son practicadas con menor frecuencia y conforme pasan los años, se pierde la identidad propia (que los antepasados han transmitido por generaciones), adoptando tendencias foráneas.

5. Conclusiones

En la Parroquia rural Licán, pervive la memoria oral como forma de transmisión de los saberes ancestrales y prácticas culinarias, así como el interés por la conservación de algunas tradiciones, mediante la recreación contemporánea, como forma de enculturación dirigida a las nuevas generaciones; pese a que las prácticas culturales que han constituido la tradición del calendario agro festivo han disminuido o se han alterado notablemente.

La población, principalmente adulta, de la parroquia Licán, se halla arraigada a las costumbres, tradiciones y prácticas culinarias de sus antepasados; las cuales se manifiestan permanentemente en torno al calendario agro festivo y en estrecha relación con los productos que siembran y cosechan.

Las costumbres gastronómicas de Licán se caracterizan principalmente por su relación con las fiestas, tradiciones, ritos, religión, mitos, platos con antecedentes culturales ligados a tiempos pasados, cosechas y siembras.

La base de su alimentación se caracteriza por procedimientos, técnicas, y métodos de cocción, tradicionales, consolidados y actualizados, generación tras generación, sin embargo, debido a la adaptación de nuevas tecnologías, muchos de estos han sido reemplazados alterando elementos simbólicos de su gastronomía.

Agradecimientos

La presente investigación agradece a las instituciones, organizaciones y personas que colaboraron con la información así:

Sr. Pedro Brito (Presidente GAD Parroquial Licán)
Lcdo. Jaime Ocaña Noriega Msc, Lcdo. Marco Yaulema

Docentes, técnicos, estudiantes que han apoyado en el desarrollo del Proyecto de Investigación de la Carrera de Gastronomía de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: “Registro de Tradiciones culinarias del Cantón Riobamba como Parte de su Patrimonio Cultural Inmaterial”.

Conflicto de interés

Los autores declaran no tener conflictos de interés.

Referencias

1. Munch L, Ángeles E. Métodos y técnicas de investigación. Quinta edi. México: Trillas, S. A. de C. V.; 2015. 16 p.
2. Bernal C. Metodología de la Investigación. Cuarta Edi. Fernandez O, editor. Colombia: Pearson Educación de Colombia S.A.S.; 2016. 83 p.
3. Freire C. Origen de los Puruhaes. Riobamba; 2005. 89 p.
4. Tipán ME, Cando PC. Estudio de factibilidad del proyecto: Crianza, producción y comercialización de cuyes como alternativa de mejoramiento de la situación socioeconómica de los moradores de la parroquia Licán, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. 2017.
5. Aguiló F. El hombre del Chimborazo. 4ta. Edici. Quito: Abya-Yala; 1985. 93 p.
6. Centro de estudios para la gestión Pública. PDOT Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Licán. Licán; 2012.
7. Gad Parroquial Licán. Gobierno Autónomo Descencetralizado Parroquial Rural de Licán [Internet]. Chimborazo -Ecuador. Available from: <http://www.gadplican.gob.ec/>
8. INEC. Población por área, según provincia, cantón y parroquia de empadronamiento [Internet]. 2010. Available from: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=población>
9. Carrillo MC. El sabor de la tradición. Quito: Abya-Yala; 1996. 90 p.
10. Moreno Yáñez S, Bustos Lozano G, Terán Najas R, Ladázuri Camacho C. Manual de Historia del Ecuador Tomo I Épocas Aborígen y Colonial, Independencia. Primera Ed. Ayala Mora E, editor. Quito: Corporación Editora Nacional; 2008.
11. Pueblos indígenas y educación. La fiesta religiosa indígena en el Ecuador. Quito: Abya-Yala; 1995. 5 p.
12. CCE Benjamín Carrión Núcleo de Chimborazo. El Rey de Reyes y Folclor popular [Internet]. 2017. Available from: <https://www.culturaenecuador.org/artes/saberes-ancestrales/143-el-rey-de-reyes-y-folclor-popular.html>
13. Universidad de Texas. Ecuador, guía oficial de turismo. Promomarketing Crom,i S. A. 1998; 2009. 36 p.
14. Urquizo MB. Turismo Religioso; Difusión Cultural de la Fiesta “Rey de Reyes” en Lican Riobamba, y su Aporte al Turismo de la Parroquia. 2014.
15. Camas Amgamarca JD. Fiesta la de los Reyes en la parroquia Licán del cantón Riobamba entre el 2010-2014. 2016.
16. Aguilar Velasco A. Nuestro Ecuador: Leyendas. Ministerio de Educación y Cultura, 1989; 2007. 19 p.
17. Cantalamessa R. La Pascua de nuestra Salvación. 1ra. Edici. Bogotá -Colombia: San Pablo; 2007. 5,6.
18. Miró M. Patrimonio Cultural de la Tradición de Finados. Primera Ed. Quito: IPANC; 2006. 38 p.
19. Sociedades Bíblicas en America Latina. La Biblia. Reina Vale. Nashville-Tennessee: Holman Bible Publishers; 2014. 1145,1225.
20. Coba Andrade CA. Etnografía musical: bailes y danzas. Ritualismo y sacralización. España: Vervuert; 1996. 197–220 p.

21. Estrella Escudero EE, Suárez Granda NG. La fiesta de los reyes de Licán y su incidencia en los habitantes de la parroquia de Licán comprendidos de 28 a 40 años, en el período de enero 2005 a enero 2006. Universidad Nacional de Chimborazo; 2016.
22. Barahona Ibarra JG. "ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PARROQUIA RURAL SAN PEDRO DE LICÁN DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO." Técnica de Ambato; 2013.
23. Hernández Ramírez J. Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. Cultura-Hombre-Sociedad [Internet]. 2018 Jun; Available from: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-27892018000100154&lng=en&nrm=iso&tlng=
24. González Suárez F. Historia general de la República del Ecuador. Quito: Publicaciones Educativas Ariel; 1890. 200 p.
25. Unigarro C. De la chacra al fogón. QUITO; 2014. 60 p.
26. Jácome Guzmán M. Tradición Culinaria Gualaceña. Rev 4 sentidos [Internet]. 2008;3:46–50. Available from: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/30114>
27. Morcia Rivera F. Los clubes departamentales en Lima y la difusión de la cocina regional. propuesta de un festival de cocinas regionales. 2018.
28. Granizo Guevara J. Diseño de un producto turístico para la parroquia Licán, cantón riobamba, provincia de chimborazo. 2017.
29. Martínez Borrero J. Alimentación y cultura en el sur del Ecuador: la comida en el pre cerámico. Rev 4 sentidos [Internet]. 2008;3:34–40. Available from: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/30112>
30. INIAP-CIP. El cultivo de la papa en el Ecuador. Pumisacho M, Sherwood S, editors. Quito: Abya-Yala; 2002. 17 p.
31. CEPLAES. El cuy en la vida campesina. 1ra. Edici. Quito: La Económica; 1985. 14,15.

El marketing gastronómico de la comida rápida y su influencia en los jóvenes de la escuela de gastronomía de la ESPOCH

(The gastronomic marketing of fast food and its influence on young people of the gastronomy school ESPOCH)

Giovanny Lenin Haro Sosa ^{(1)*}, Irene Pamela Chingal Imaicela ⁽¹⁾, Mayra Fernanda Tapia Santander ⁽¹⁾, Melani Fernanda Vaca Rueda ⁽¹⁾, Damariz Tahiz Gutiérrez Farez⁽¹⁾.

(1) Carrera de Gastronomía, Facultad de Salud Pública, ESPOCH, Panamericana sur km 1 ½, 060106, Riobamba, Ecuador

*Correspondencia. E-mail: gharo@epoch.edu.ec (G, Haro)

RESUMEN

Introducción: El mundo moderno ha obligado a los jóvenes a recurrir a la comida rápida. Ésta se encuentra por casi todos lados, ocupando vallas publicitarias, volantes, comercios, revistas, internet y más, tan extenso es su marketing que se mantienen grandes campañas cada año para que la comida rápida no salga del mercado. Es así que en los alrededores de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo es usual encontrar establecimientos con este tipo de comida. **Objetivo:** identificar las estrategias de marketing utilizadas por los establecimientos. **Metodología:** Se utilizó la inductiva que permite determinar a través de encuestas los factores influyentes del marketing. **Resultados:** El marketing y la comida rápida tienen una estrecha relación en la manipulación de los sentidos, el uso de colores específicos es vital para la atracción de clientes y la calidez de la fotografía del producto, otros factores determinantes fueron las promociones y ambiente del establecimiento. Toda esta información nos permite diferir sobre el impacto que tiene la publicidad en los jóvenes, además de las mejoras que debe haber en cuanto a alimentación saludable. **Conclusión:** El uso correcto del marketing gastronómico elevaría las ventas de los establecimientos y permitiría tener establecimientos con comida saludable, especialmente para el segmento de estudiantes.

Palabras clave: comida rápida, marketing, estrategias, influir, consumo.

ABSTRACT

Introduction: The modern world has forced young people to resort to fast food. This is found almost everywhere, occupying billboards, flyers, shops, magazines, internet and more, so extensive is its marketing that large campaigns are held every year so that fast food does not leave the market. Thus, in the surroundings of the Polytechnic School of Chimborazo it is usual to find establishments with this type of food. Objective: identify the marketing strategies used by the establishments.

Methodology: Inductive was used to determine the marketing influencing factors through surveys. Results: Marketing and fast food have a close relationship in the manipulation of the senses, the use of specific colors is vital for the attraction of customers and the warmth of the product's photography, other determining factors were the promotions and environment of the establishment. All this information allows us to differ about the impact that advertising has on young people, in addition to the improvements that there should be in terms of healthy eating. Conclusion: The correct use of gastronomic marketing would increase the sales of the establishments and allow having establishments with healthy food, especially for the student segment.

Keywords: fast food, marketing, strategies, influencing, consume.

1. INTRODUCCIÓN

En el siguiente artículo se van a identificar algunas de las estrategias de marketing gastronómico que usan los establecimientos de comida rápida para vender gran parte de sus productos y además detallar que aspectos acercan a los jóvenes a la comida rápida, si es la publicidad o el bajo costo de los productos.

El marketing gastronómico está compuesto por una gran variedad de técnicas y estrategias que te permiten atraer nuevos clientes al local. No hay que olvidar que las necesidades de las personas están en constante evolución, motivo por el cual se debe idear nuevas estrategias, con el propósito de seguir las tendencias más innovadoras del mercado. (Mullbrand, 2019)

Este tipo de marketing no es muy conocido en el mundo de la gastronomía por lo que son pocos los establecimientos que hacen uso de este importante elemento. Los que hacen uso de este método deben seleccionar una serie de estrategias como: redes sociales opiniones, marca, email marketing, segmentación.(Gestion.org, 2019)

Los establecimientos que hacen uso de este tipo de marketing, son los de comida rápida, por lo que es muy usual que ellos manejen redes sociales o páginas web a lo que se le denomina también marketing digital. Este permite que gran cantidad de usuarios informáticos visiten su página y verifiquen los productos que se venden, y si son óptimamente recibidos en el medio se empezaran a destacar con facilidad en el mercado.

Además, la segmentación es otra estrategia que a los establecimientos de comida rápida les facilita llegar a su mercado objetivo y así descubrir hasta que precios pueden ellos ofertar. Y junto con esto se inicia la aplicación del factor psicológico, en el que influyen colores e imágenes.

El color es un factor muy importante en la industria alimentaria, influye en el comportamiento humano, la percepción visual y la emoción. Un claro ejemplo de esto es el color rojo, uno de los más comunes y eficaces usados por la

mayoría de los establecimientos, especialmente de comida rápida, pues siempre tendrá algún elemento de este color ya que se asocia con la carne tierna y jugosa. (PÉREZ, 2016)

Las imágenes son una forma de comunicación visual, ya que tienen la capacidad de aumentar el interés del receptor en un 89%, por lo tanto, se convierte en una herramienta esencial al momento de comunicar ideas de una manera más fácil. En el mundo actual, las imágenes dominan nuestra percepción y comprensión de lo que nos rodea, e incluso nos condicionan a la hora de tomar decisiones. (Silvia, 2017)

Una de las claves del marketing gastronómico en todo el mundo es el cuidado de la imagen y el aroma del producto. Un buen vendedor es aquel que te vende por los 5 sentidos, es por esto que las fotografías gastronómicas en la actualidad tienen una gran importancia. (Mediagroup, s.f.)

Es así que la investigación tiene como objetivos: identificar las estrategias de marketing utilizadas por los establecimientos ubicados alrededor de la ESPOCH y los efectos que producen estos en los estudiantes.

Realizar una investigación de mercado en la cual se les aplique una encuesta a los consumidores.

2. METODOLOGÍA

El método a utilizar es lógico inductivo en donde los elementos del objeto de investigación no pueden ser numerados y estudiados en su totalidad, obligando al sujeto de investigación a recurrir a tomar una muestra representativa, que permita hacer generalizaciones.

La técnica de investigación a usar es la encuesta, la cual se dirige a una población de estudiantes que son un total de 19000 según la Secretaría Académica de la ESPOCH, por lo cual se realiza una muestra de tipo cuantitativa para determinar el número de personas a encuestar.

$z=1.96$ $p=0.5$ $q=0.5$ $e^2= 0.05$ $N=$ población (19 000)

$$n = \frac{z^2pqN}{(e^2(N - 1)) + z^2pq}$$
$$n = \frac{(1.96)^2(0,5)(0,5)(19000)}{((0,05)^2(19\ 000 - 1)) + (1.96)^2(0,5)(0,5)}$$
$$n = 376,47$$

Con el resultado de la muestra de 376 personas se procedió a encuestar preferencialmente a los estudiantes de la carrera de gastronomía, quienes al encontrarse más cerca de la entrada suelen recurrir mayoritariamente al consumo de comida rápida, además la encuesta consistió en identificar e

TABULACIÓN

Se procedió a realizar una encuesta conformada por 10 preguntas y cada una de las preguntas fueron tabuladas.

Gráfico 1

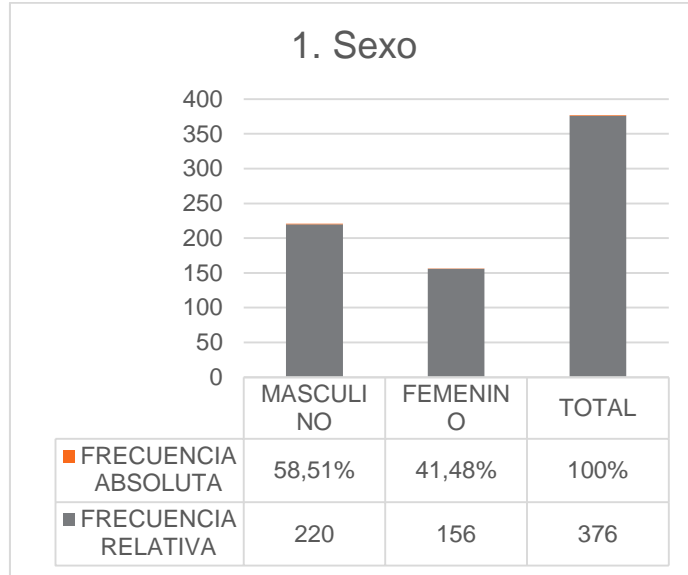


Gráfico 2

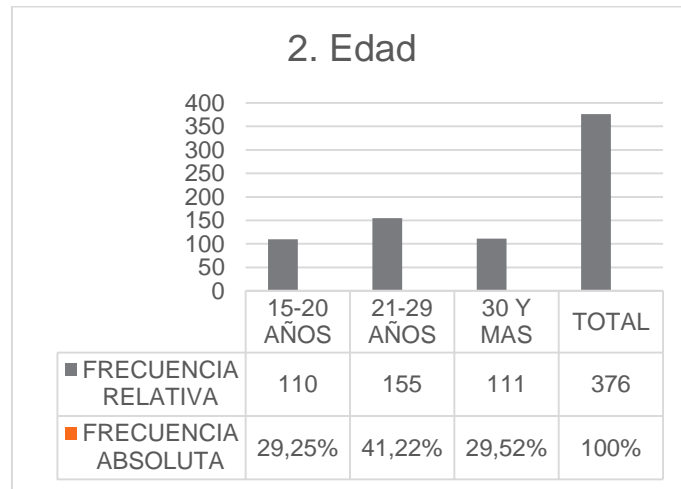


Gráfico 3

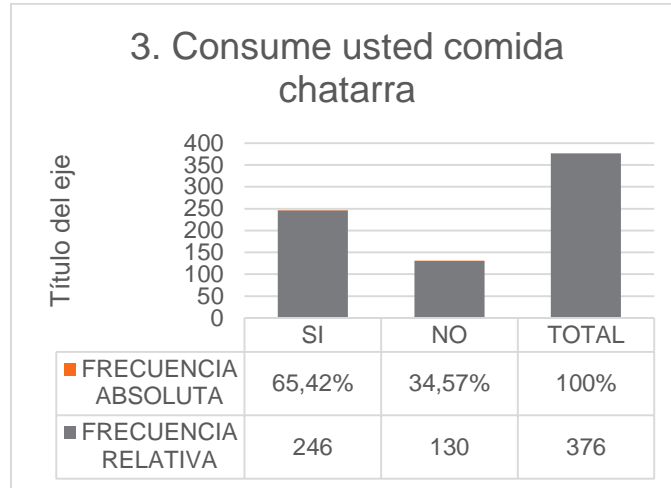


Gráfico 4

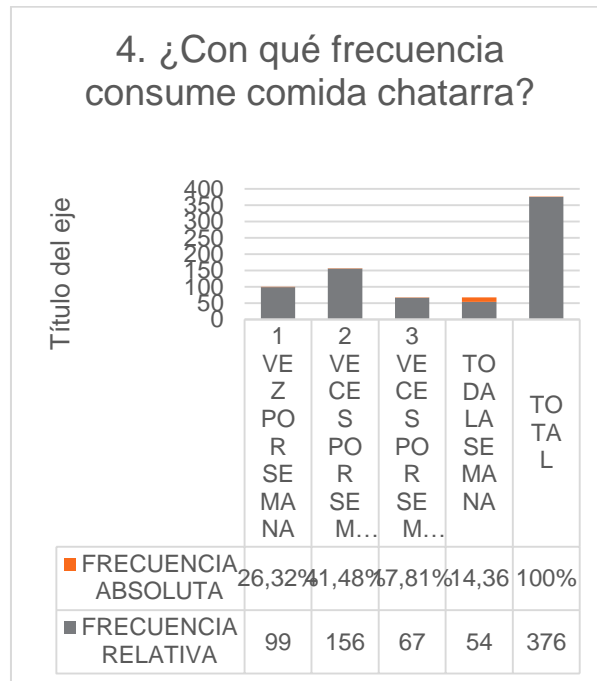


Gráfico 5

5. ¿Qué tipo de promociones le llama más la atención a ud. en sitios de comida rápida?

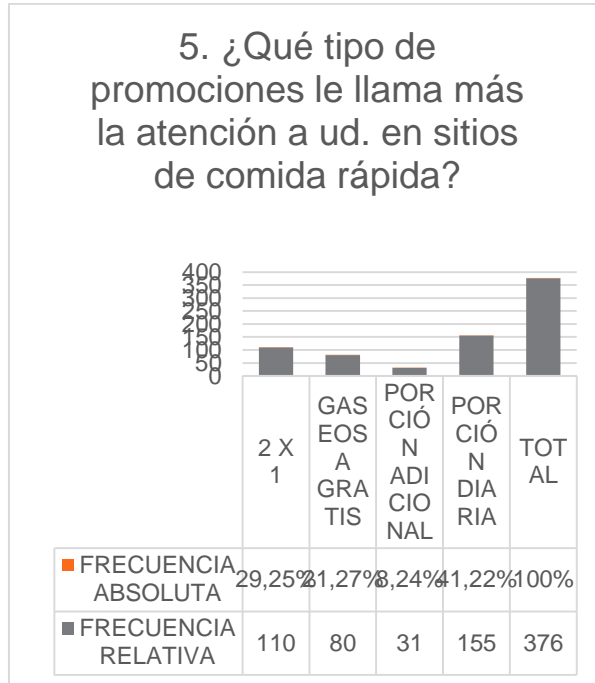


Gráfico 6

6. ¿Por qué motivo usted consume comida rápida?

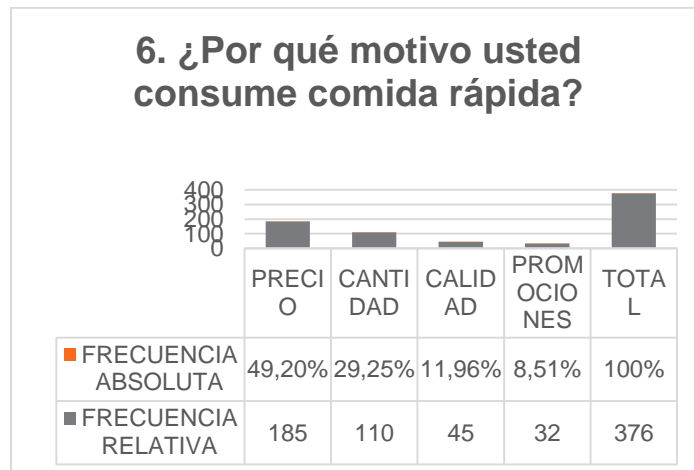


Gráfico 7

7. ¿Qué colores son los que resaltan en los establecimientos de comida rápida cuando usted los visita?

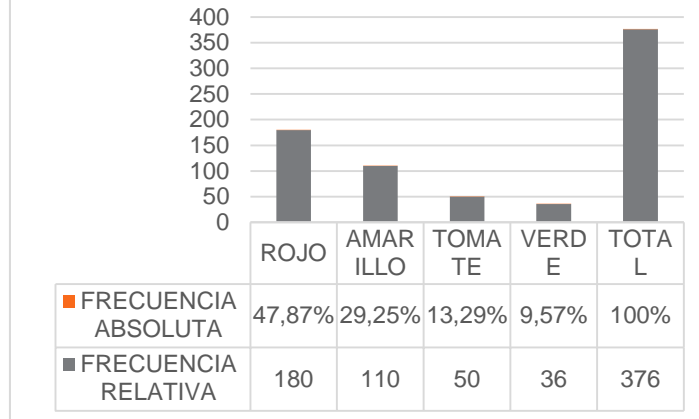


Gráfico 8

8. ¿En qué lugares usted observa la publicidad que realizan los establecimientos de comida rápida?

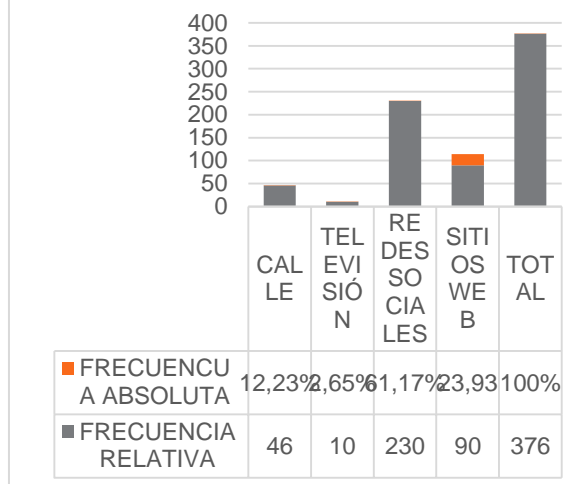


Gráfico 9

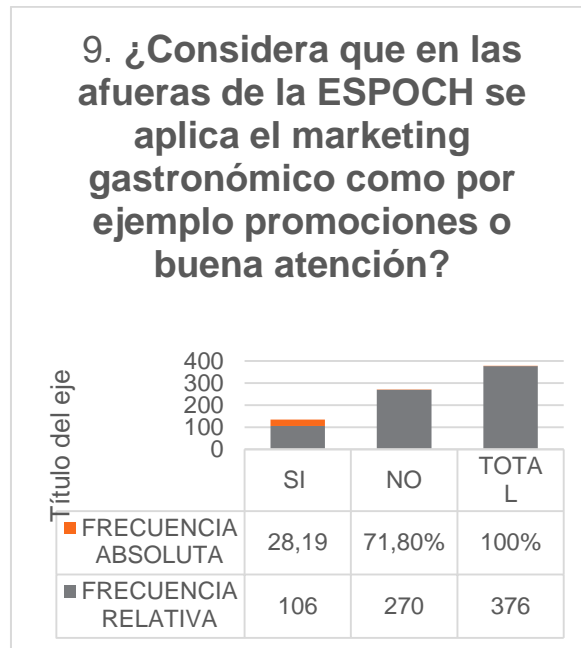
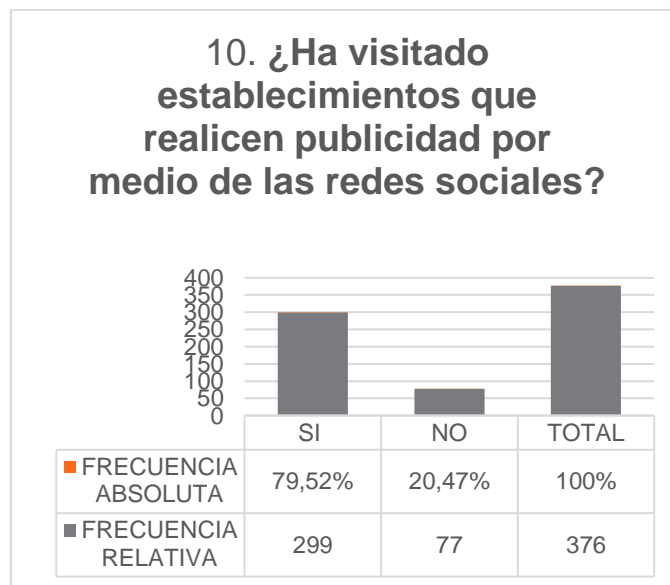


Gráfico 10



3. RESULTADOS

Se procedió a encuestar a un grupo de 376 personas, en el cual era mayoritario el sexo masculino, de un rango de edades entre 18 a 25 años.

El 47.48% del grupo afirmó el consumo de 2 veces a la semana de comida chatarra, pues comentaban que su precio era mucho más accesible, y para su consumo no era necesaria tanta formalidad, pues en otros lugares deben esperar 15 minutos o más por una buena comida.

También el 47.87% coincidieron en que el uso de los colores vivos en los alimentos era importante pues cuando observaban una comida los colores que

más resaltaban para ellos eran amarillo, verde y rojo. Pues estos colores tienen una diferente influencia como: el color rojo lo hace llamativo provocando el apetito, el amarillo lo hace ver informal y el verde da la sensación de bienestar es decir saludable.

Los jóvenes encuestados también detallaron datos interesantes, como el 2.65% que acepto que ver en la televisión los comerciales de comida rápida los hacía desearla, a diferencia de ello el 61.17% detallo que en las redes sociales existe una amplia publicidad que al ser más repetitiva, estimulaba su apetito, y no sólo con la comida sino también con el precio, pues ese 99 ctvs. que mencionan provoca en ellos la satisfacción de pagar menos.

Además, la presentación de esta comida es crucial para los jóvenes, ellos comentan que si el plato es idéntico al de la fotografía se sienten completamente satisfechos y recomiendan el lugar con la usual publicidad de boca a boca, pero si es todo lo contrario ellos deciden no volver al lugar por publicidad engañosa.

La publicidad a través de redes sociales no pasa desapercibida para ellos, pues al aparecer repetidamente y junto con promociones eleva su aceptabilidad.

Los jóvenes conocen buenos establecimientos de comida rápida cerca de la universidad gracias a recomendaciones de otras personas, pues la experiencia de otros es una publicidad muy segura para ellos.

4. DISCUSIÓN

El marketing gastronómico ha influenciado en los jóvenes de la carrera de gastronomía, mostrando un alto nivel de consumo de comida rápida, ya que los resultados obtenidos son consistentes con otros estudios realizados en diferentes lugares dentro de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Sin embargo, de manera opuesta a los resultados encontrados dentro de la Escuela de Gastronomía, los estudiantes con altos recursos económicos mostraron poca tendencia al consumo de comida rápida, a diferencia de los estudiantes con bajos recursos económicos los cuales presentaron un alto nivel de consumo hacia esta comida.

La existencia de los locales que apliquen el marketing gastronómico dentro de la Escuela de Gastronomía en los que se prepare otro tipo de alimentación es probable que sea de gran importancia para disminuir los niveles de ansiedad por el consumo de comida rápida, ya que tanto dentro y a sus alrededores en la mayoría ofrecen comida chatarra. Se deben reemplazar los colores amarillos y rojos por colores verdes y claros, que motiven a los estudiantes a consumir alimentos saludables, y así tener en cuenta que el marketing gastronómico es todo lo que sucede en un restaurante, desde la entrada y bienvenida hasta el final de entregar la cuenta del cliente.

La publicidad de los diferentes productos va dirigida al mercado objetivo que en este caso es la Escuela Superior de Chimborazo, por la gran afluencia de

estudiantes que a su parecer deciden el consumo de comida rápida ya sea por su economía o la falta de tiempo.

En una encuesta realizada, se encontró que los colores que aplican los establecimientos de comida rápida al momento de promocionar y hacer publicidad son el rojo y el amarillo. Según (Mauborgne, 2005), “esto se debe a que estos colores son los que estimulan el apetito de las personas” al momento de analizar el marketing que aplican en los restaurantes que se encuentran en las afueras de la universidad, a simple vista se puede determinar que no tienen en cuenta ciertos puntos importantes como es la diferenciación, ya que es un mercado que ofrecen lo mismo (comida chatarra), la innovación y una buena atención al cliente.

El marketing gastronómico si influye en los consumidores, es decir si se lo aplica profesionalmente, se podría mejorar los conocimientos en el área de publicidad, servicio al cliente y además así brindar una alimentación saludable.

5. CONCLUSIONES

Las franquicias de comida rápida invierten grandes cantidades de dinero en publicidad, para lograr que sus productos sean vendidos de manera eficaz en el mercado, además las estrategias que utilizan no pasan desapercibidas, pues hay muchos negocios de comida que no logran el éxito y recurren a asesores de publicidad para poder crecer comercialmente.

Junto con los jóvenes se logró identificar algunas de las estrategias de marketing que son muy usuales ver como: el precio, producto, uso de redes sociales y promociones, todas éstas logran su objetivo: vender.

El marketing gastronómico aún no se vuelve tendencia entre establecimientos alimenticios, son muy pocos los que hacen uso de éste, pero sus resultados son muy efectivos si se aplican adecuadamente.

El problema de la influencia del marketing de comida rápida en los jóvenes es la provocación de graves enfermedades, como por ejemplo la obesidad y sobrepeso, por lo cual su normativa es importante para mejorar la alimentación de los consumidores.

Agradecimiento

A cada uno de los colaboradores que formaron parte dentro de la realización de este artículo.

Declaración de conflicto de interés

No existen conflictos de interés

Limitación de responsabilidad

El artículo presentado fue realizado por cada una de las autoras, por lo cual nos hacemos responsables por cada uno de los argumentos y contenidos presentes en el mismo, desvinculando de estos a la institución.

Fuente/s de apoyo

Para la realización de esta investigación fue necesario visitar los establecimientos de comida rápida ubicados especialmente en la parte delantera de la ESPOCH. El apoyo de los estudiantes de la Escuela de Gastronomía a través de las encuestas.

Referencias

1. Abello, M. (2014). *El director de marketing del futuro*. Barcelona: Foxize school.
2. *AQinstruments*. (8 de Septiembre de 2017). Obtenido de AQinstruments: <https://www.aquatecnica.com/la-importancia-del-color-en-alimentos-los-colores-influyen-en-el-apetito/>
3. *Bedoya*. (06 de junio de 2019). Obtenido de Bedoya: <https://www.bedoyahosteleria.es/atraer-clientes-a-tu-restaurante/>
4. Bettinsoli, I. (9 de marzo de 2016). *Romántica gastronomía*. Obtenido de Romántica gastronomía: <https://www.romanticagastronomia.com/estrategias-marketing-gastronomico-2/>
5. Burgos, E. (2009). *claves para entender el nuevo marketing*. España: Bubok Publishing.
6. Bykova, N. (28 de 08 de 2015). *a las tres en punto*. Recuperado el 05 de 06 de 2019, de <http://alastresenpunto.com/que-es-comunicacion-visual/>
7. Calima. (10 de noviembre de 2017). *Restaurante Calima*. Obtenido de Restaurante Calima: <http://www.restaurantecalima.es/la-comida-rapida-uno-los-productos-mas-trabajados-marketing/>
8. Chagoya, R., & Ena. (1 de julio de 2008). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
9. Chiu, A. (3 de marzo de 2012). *Gestión*. Obtenido de Gestión : <https://gestion.pe/blog/anunciasluegoexistes/2012/03/la-publicidad-de-comida-chatar.html>
10. *diccionario*. (s.f.). Recuperado el 17 de mayo de 2019, de diccionario : <https://dle.rae.es/>
11. *fast food y publicidad*. (29 de septiembre de 2013). Obtenido de fast food y publicidad : <http://fastfoodypublicidad.blogspot.com/2013/09/>
12. Freepik. (10 de 10 de 2016). *LanceTalent*. Recuperado el 05 de 06 de 2019, de <https://www.lancetalent.com/blog/marketing-visual-poder-las-imagenes/>
13. *Gestion.org*. (17 de mayo de 2019). Recuperado el 17 de mayo de 2019, de Gestion.org: <https://www.gestion.org/marketing-gastronomico/>

14. *levante*. (16 de julio de 2016). Obtenido de levante: <https://www.levante-emv.com/vida-y-estilo/salud/2016/07/16/publicidad-aumenta-ingesta-alimentaria-comida/1445528.html>
15. Lizarzábal, M. (26 de octubre de 2016). *higado sano* . Obtenido de higado sano : <https://www.higadosano.com/publicidad-comida-chatarra-influencia-la-alimentacion-los-ninos/>
16. Mauborgne, R. (2005). La estrategia del Oceano Azul. *Blue Ocean Strategy*.
17. Mediagroup. (s.f.). *Gourmedia*. Recuperado el 20 de 05 de 2019, de <https://gourmedia.es/marketing-gastronomico/estrategias-restaurante-marketing-gastronomico/>
18. Molini, M. (2017). Repercusiones de la comida rápida en la sociedad. *Trastornos de la conducta alimentaria*. http://www.tcasevilla.com/archivos/repercusiones_de_la_comida_rapida_en_la_sociedad.pdf, 636.
19. Mullbrand. (21 de 01 de 2019). *Mullbrand Marketing y Comunicación*. Recuperado el 17 de 05 de 2019, de <https://mullbrand.com/estrategias-marketing-gastronomico-atraer-clientes/>
20. obesity, M. (1 de enero de 2017). *Boletín salesiano* . Obtenido de Boletín salesiano : <http://www.boletinsalesiano.info/boletin-salesiano/tema-de-mes/5972-el-marketing-de-la-comida-chatarra>
21. PÉREZ, A. (08 de 04 de 2016). *Diego Coquillat El periódico Digital De Los Restaurantes*. Recuperado el 17 de 05 de 2019, de <https://www.diegocoquillat.com/como-elegir-el-mejor-color-para-tu-restaurante/>
22. Ramirez, A. (27 de marzo de 2019). *food tech bytes*. Obtenido de food tech bytes: <https://www.foodtechbytes.es/marketing-gastronomico/>
23. Ruíz, M. (25 de abril de 2019). *food tech bytes*. Obtenido de food tech bytes: <https://www.foodtechbytes.es/marketing-gastronomico/ideas-para-atraer-clientes-a-un-restaurante/>
24. Salas, J. (15 de mayo de 2017). *El País*. Obtenido de El País: https://elpais.com/elpais/2017/05/12/ciencia/1494602389_176408.html
25. Sandoval, L. (20 de mayo de 2019). *Emprender fácil* . Obtenido de Emprender fácil : <https://www.emprender-facil.com/es/colores-para-negocios-de-comida/>
26. Silvia, E. (13 de 03 de 2017). *Marketing Gastronomico*. Recuperado el 20 de 05 de 2019, de <http://marketinggastronomico.com/como-aumentar-las-ventas-de-tu-restaurante-con-la-comunicacion-visual/>
27. Suttle, R. (06 de junio de 2019). *La voz* . Obtenido de La voz : <https://pyme.lavoztx.com/estrategias-de-marketing-de-la-comida-rpida-4746.html>
28. Toledo Mayo, G. (2016). Influencia de publicidad televisiva en el consumo de alimentos procesados. En G. Toledo Mayo, *Influencia de publicidad televisiva en el consumo de alimentos procesados* (págs. 6-8). Loja.
29. Werner, A. (3 de marzo de 2012). *gestión* . Obtenido de gestión : <https://gestion.pe/blog/anunciasluegoexistes/2012/03/la-publicidad-de-comida-chatar.html>
30. *wikipedia*. (18 de mayo de 2019). Obtenido de wikipedia: <https://gestion.pe/blog/anunciasluegoexistes/2012/03/la-publicidad-de-comida-chatar.html>



Anexos

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
CARRERA DE GASTRONOMÍA



ENCUESTA

Objetivo: Analizar el consumo de comida chatarra en los estudiantes de la carrera de gastronomía de la ESPOCH para determinar niveles de consumo y tipo publicidad del mismo.

INSTRUCCIONES:

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para mejorar nuestro producto. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo. Esta encuesta dura aproximadamente 10 minutos.

CUESTIONARIO

1. Sexo

Masculino

Femenino

2. Edad

Entre 15 – 20

Entre 21 – 29

Entre 30 – y mas

3. ¿Consume usted comida rápida?

Sí No

4. ¿Con que frecuencia consume comida rápida?

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

Toda la semana

5. ¿Qué tipo de promociones le llaman más la atención a usted en los sitios de comida rápida?

2 x 1

Gaseosa gratis

Porciones adicionales

Promociones diarias

6. ¿Por qué motivo usted consume comida rápida?

Precio

Calidad

Cantidad

Promociones

7. ¿Qué colores son los que resaltan en los establecimientos de comida rápida cuando usted los visita?

Rojo

Amarillo

Tomate

Verde

8. ¿En qué lugares usted observa la publicidad que realizan los establecimientos de comida rápida?

Calle

Televisión

Redes sociales

Sitios web

9. ¿Considera que en las afueras de la ESPOCH se aplica el marketing gastronómico como por ejemplo promociones o buena atención?

Si

No

10. ¿Ha visitado establecimientos que realicen publicidad por medio de las redes sociales?

Sí

No

Gracias por su colaboración

Arte y Ciencia en Caramelo

(Art and Science in Caramel)

R. Duarte Casar * ⁽¹⁾, R. Zurita Gallegos ⁽²⁾, M. Rojas Le-Fort ⁽¹⁾, J. Robalino Vallejo ⁽²⁾

(1) Le-Fort.org. Santiago - Chile.

(2) Carrera de Gastronomía, Facultad de Salud Pública, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba- Ecuador

*Correspondencia. rodrigo@pastry.science (R. Duarte)

*Correspondencia. ronald.zurita@epoch.edu.ec (R. Zurita)

RESUMEN

Con frecuencia se enseñan recetas culinarias y no sus principios subyacentes. Para contribuir a formar una mirada crítica y con visión científica en los estudiantes se ha desarrollado un taller para repasar y aplicar propiedades fisicoquímicas y tecno-funcionales de la sacarosa y azúcar invertida en preparaciones decorativas para cocina y pastelería. Las propiedades físicas de la sacarosa, glucosa y fructosa están determinadas en gran medida por su estructura química polihidroxilada que le permite interactuar con el agua formando enlaces de hidrógeno, que le confieren propiedades tales como viscosidad, solubilidad, etc. En el taller se aprovecharán estas propiedades creando sólidos vítreos planos y semiesféricos utilizando la hidrólisis ácida de la sacarosa (inversión) y las propiedades de la mezcla resultante, se trabajará moldeado en caramelo controlando la temperatura de transición vítrea y se preparará un algodón de dulce hecho a mano de origen oriental como ejemplo del azúcar como material amorfo. El trabajo práctico complementa la revisión teórica de conceptos básicos de química y física tales como soluciones, propiedades coligativas, solubilidad, saturación y sobresaturación, hidrólisis, sólidos cristalinos y sólidos vítreos y otras. Esperamos contribuir al desarrollo de una cocina más reflexiva y que comprenda los procesos involucrados.

Palabras claves: azúcar, sacarosa, soluciones, transición vítrea, hidrólisis, caramelo

ABSTRACT

Often culinary recipes are taught but its underlying principles are not. As a contribution to the development of a critical and scientific view in students, we designed a workshop to review and apply physico-chemical and techno-functional properties of sucrose and inverted sugar in decorative preparations for cooking and pastry. Physical properties of sucrose, glucosa and fructose are determined in great measure by its polyhydroxylated chemical structure that allows sugars to interact with water forming hydrogen bonds, that impart properties such as viscosity, solubility, etc. In the workshop will harness these properties create flat and semispherical glassy objects using acid hydrolysis of sucrose (inversion) and the properties of the resulting mixture, caramel will be

sculpted controlling its temperature to remain above its glass transition, and we will also make an oriental candy floss as an example of amorphous sugar. Practical work complements the theoretical review of basic concepts of physics and chemistry such as solutions, colligative properties, solubility, saturation and supersaturation, hydrolysis, crystalline and vitreous solids, etc. We expect to make a contribution to the development of a more reflexive style of cooking, one that understands the processes involved.

Key words: sugar, sucrose, solutions, glass transition, hydrolysis, caramel

Limitación de responsabilidad

Los autores declaran que los puntos de vista expresados son de su entera responsabilidad y no de la institución en la que trabajan, del seminario donde se publica el trabajo o de la fuente de financiación

Fuentes de financiación

Se reconoce el apoyo por parte de la Escuela de Gastronomía, Facultad de Salud Pública de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por facilitar la realización del taller en las instalaciones de la Institución, así como ingredientes, materiales, equipos y otros para su ejecución.

Objetivo

Objetivo general

Dar a comprender las propiedades fisicoquímicas y tecno-funcionales de azúcares simples a cocineros y estudiantes de gastronomía para mejorar los resultados esperados en productos que utilizan este ingrediente.

Objetivos específicos

- Conocer las propiedades de azúcares y polioles en estado puro y en solución
- Identificar los fenómenos físicos y químicos usuales en la cocción de azúcar
- Aplicar el conocimiento para la producción consistente y controlada de preparaciones culinarias

Logros de aprendizaje

- Reconoce los mecanismos que subyacen al trabajo con azúcar.
- Elabora técnicas estándar de producción de almíbares y derivados
- Elabora adornos de azúcar

Contenidos teóricos mínimos

El azúcar como arte nos acompaña desde al menos el siglo XVI en que se popularizó el uso de esta “especia” como era entonces conocida el azúcar de

caña (sacarosa) para representar “triumfos” -grandes esculturas que con su presencia dominaban las mesas de banquetes de la realeza.(1) Ahora el azúcar es muy barata y su uso en general dista de dichos excesos. Además nuestra comprensión de su estructura y propiedades ha crecido en los últimos siglos y ahora sabemos mucho más sobre ella(2) y sobre cómo aprovechar y controlar sus propiedades.

Naturaleza química y propiedades físicas del azúcar

Los azúcares son polihidroxicetonas y polihidroxialdehídos, compuestos por un número variable de átomos de carbono, que para usos culinarios son seis o múltiplos de seis. Pueden formar enlaces químicos con otros azúcares, formando una amplia variedad de compuestos y sustancias: disacáridos, oligosacáridos y polisacáridos(3), que se utilizan como edulcorantes, espesantes, estabilizantes, gelificantes, etc.(4)(5) En general, debido a su composición polihidroxilada manifiestan gran afinidad por el agua, siendo sustancias muy higroscópicas y solubles en agua, con excepciones.(6) Esta afinidad por el agua es la base de muchas de las propiedades del azúcar, que en general se manifiestan en solución acuosa.(7)

La naturaleza polihidroxilada de los azúcares es importante, ya que subyace muchas de sus propiedades físicas y químicas. La sacarosa es el azúcar en la que nos concentraremos, junto con la glucosa y la fructosa. Es un disacárido consistente en una molécula de glucosa y una de fructosa unidas mediante un enlace glicosídico α, β .(8) Su fórmula es $C_{12}H_{22}O_{11}$. Una molécula de sacarosa contiene ocho grupos hidroxilo, que son capaces de formar enlaces de hidrógeno intra e intermoleculares.

Son cada día más comunes en el mercado, la industria y la cocina los polioles o alcoholes de azúcar (azúcares en los que se ha reducido el grupo carbonilo) como edulcorantes (maltitol, sorbitol, xilitol) y como material para el arte con azúcar (isomalt).(9) Estos polioles presentan interesantes propiedades, como aporte calórico reducido, no cariogénicos, no higroscópicos y en el caso del xilitol, efecto enfriante, dado su calor de disolución.(10)

Al calentar los azúcares, estos comienzan a pirolizar, es decir, a descomponerse térmicamente. Este proceso se denomina caramelización; es químicamente muy complejo, generando cientos de compuestos distintos aún no del todo caracterizados;(11) y al efectuarlo en forma controlada podemos crear una gran variedad de caramelos con distintas propiedades, notablemente el color que depende del grado de pirólisis, que va desde transparente hasta muy oscuro. Si bien todos los azúcares sufren descomposición térmica, la sacarosa tiene la propiedad de generar tanto polidextrosas(12) como compuestos aromáticos -por ejemplo el 5-hidroximetil furfural- al descomponerse.(13) (14) Esto hace que el caramelo de sacarosa sea particularmente interesante en aplicaciones culinarias. Los distintos azúcares caramelizan a distintas temperaturas. La sacarosa y la glucosa caramelizan a 160°C mientras que la fructosa lo hace a 110°C .(15)

No es lo mismo la caramelización que la fusión, o en el caso de la sacarosa, de la *fusión aparente*, ya que la fusión es un proceso reversible.(16) Ya mencionamos que el azúcar carameliza a 160°C pero funde a 185°C(17), lo que nos permite preparar azúcar caramelizada en estado sólido. Basta con hornear azúcar a 150°C por espacio de dos a tres horas para ver que la sacarosa se oscurece y carameliza manteniendo una estructura sólida. Desde otro punto de vista, podemos obtener fusiones sin caramelización utilizando, por ejemplo, glucosa, que funde a 146°C y carameliza a 160°C o polialcoholes como el maltitol que funde a 146°C y no carameliza de la misma forma en que lo hace la sacarosa.

Propiedades de las soluciones

Definimos una solución como una mezcla homogénea de dos o más componentes, usualmente al componente con mayor proporción se le denomina solvente y a los con menor proporción se les denomina solutos.(18) La solución se puede denominar a su vez, concentrada si posee una proporción relativamente alta de solutos, y diluida si esta proporción es menor.

Las propiedades coligativas de las soluciones dependen únicamente de la relación del número de partículas del soluto en relación con el número de moléculas del solvente y no de su naturaleza. La elevación del punto de ebullición es vital para el trabajo con almíbar y caramelo, y la depresión del punto de fusión la aprovechamos para preparar helados(19) (20).

En el azúcar vemos una gran variabilidad de la solubilidad en función de la temperatura. A 20°C podemos disolver aproximadamente 200g de azúcar en 100ml de agua, mientras que a 100°C podemos disolver casi 500g de azúcar en 100ml de agua.(21) Esta es la base del comportamiento de los almíbares. Es también una de las fuentes de problemas en la cocina del caramelo, ya que, al perder agua, la solución contiene más soluto del que puede acomodar, llevando a una solución sobresaturada. Las soluciones sobresaturadas son inestables y cualquier perturbación física puede causar la precipitación del soluto en exceso: es decir, que se “dañe” el caramelo y haya que comenzar de nuevo.(7) Podemos remediar esta cristalización añadiendo agua (con cuidado si el caramelo está muy caliente) para resolubilizar el azúcar precipitada y concentrar de nuevo, en esencia comenzando de nuevo sin desechar nuestros ingredientes.

Almíbar es el nombre de soluciones de sacarosa en agua cocinadas más allá del punto de ebullición del agua. A medida que el almíbar hierve, pierde agua, y el punto de ebullición se eleva.(22) Existen distintos puntos del almíbar, que se pueden determinar por termómetro o al tacto.

Etapa	Temperatura °C a 760mmHg
Ebullición agua	100
Hilo	103
Bola blanda	113
Bola firme	118
Bola dura	121
Caramelo suave	132
Caramelo duro	149

Sólidos cristalinos y vítreos

El azúcar tal y como lo compramos es un sólido cristalino, compuesto por pequeños cristales cúbicos. Al calentarlo en presencia de agua a 130°C y dejarlo enfriar, forma un sólido amorfo, similar a un vidrio(23). Podemos crear vidrios de azúcar o de caramelo. Esto dependerá de si la temperatura es suficiente para que haya caramelización. Es muy importante impedir la cristalización del azúcar al formar sólidos vítreos. Un método para prevenir la cristalización es la inversión del azúcar. Otra razón para invertir el azúcar es que la sacarosa por sí sola no forma vidrios, sino que requiere otras azúcares. Podemos invertir el azúcar *in situ* para formar un vidrio o –mejor aún– podemos utilizar jarabe de glucosa, que estabiliza los vidrios de sacarosa más efectivamente que el azúcar invertido.(24)

Muchos confites consisten en dispersiones de grasa en matrices azucaradas. La textura del confite dependerá del tipo de matriz. Una matriz vítrea con escaso contenido de agua nos dará como resultado un *toffee* mientras que confites de textura más blandas corresponderán a matrices con mayor contenido acuoso.(25)

Inversión

Llamamos inversión del azúcar a su hidrólisis. La sacarosa se hidroliza en glucosa y fructosa, y el nombre “inversión” proviene de la inversión del sentido de rotación de la luz polarizada. La sacarosa es dextrógira, mientras que el azúcar invertida es levógira por acción de la fructosa libre.(26)

Hay dos formas principales de invertir la sacarosa: mediante catálisis ácida y mediante la enzima invertasa. En la cocina se utiliza hidrólisis ácida con ácidos

cítrico, acético o bitartrato de sodio (cremor tártaro) alrededor del 0,1% de concentración.(27)

La sacarosa invertida es más dulce que la sacarosa por el dulzor relativo de la fructosa. La sacarosa tiene un dulzor relativo de 100, la glucosa de 70 y la fructosa de 120.(7)

Equipos, materiales, implementos

Para la ejecución del taller se requiere:

Equipos

- Baño maría
- 3 cacerolas de 20 cm de diámetro

Materiales

- 2 kilos Azúcar blanca
- ½ litro Jarabe de glucosa
- 250 g. de isomalt
- 250 cc de vinagre destilado

Implementos

- Espátulas de silicona
- 3 *silpat* de 40 cm por 30cm
- 2 espátula de pastelería anguladas
- 2 latas de horno
- Papel para hornear
- Film plástico para cocinar (amarillo)
- 3 cucharas de silicona
- 1 aro de acero de 15 cm de diámetro

Procedimiento

El taller consta de cuatro actividades: crocante de glucosa, cúpula de vidrio, dragón modelado y Barba de dragón

Crocante de glucosa

El crocante de glucosa es un vidrio de azúcar que se puede utilizar como decoración tanto para dulce como para sal.

Ingredientes

- 100 g. jarabe de glucosa
- Colorante alimentario (opcional)

Equipamiento

- Espátula
- Lámina silpat

Procedimiento

1. Calentar el jarabe de glucosa en un cazo hasta que se vuelva fluido
2. Con una espátula, extender el jarabe sobre una bandeja de horno cubierta con el silpat
3. Añadir el colorante directamente sobre la glucosa (opcional)
4. Hornear 15min a 180°C para vidrio, o 20 minutos para caramelo.
5. Dejar enfriar
6. Quebrar en trozos de dimensiones adecuadas

Alternativamente, ejecutar los pasos 1 a 3 y luego hornear a 150°C por una hora, hasta que comience a burbujear.(28)

Cúpula de vidrio

La cúpula de vidrio es una excelente forma de mostrar el control que permiten las mezclas de azúcar y jarabe de glucosa y de crear un objeto ornamental sobrio y muy técnico. El procedimiento ha sido adaptado desde *How to Cook That*.(29)

Ingredientes

- 300g azúcar blanca
- 200g jarabe de glucosa
- 75ml agua

Implementos

- Aro de pastelería de 15cm de diámetro
- Film plástico de cocina

Procedimiento

1. Tensar una lámina de film plástico sobre una olla de forma tal que quede firmemente adherido y sin arrugas
2. Cocinar los ingredientes hasta que alcancen los 120°C sin remover la olla para evitar la cristalización
3. Dejar enfriar hasta los 100°C
4. Verter 50ml de almíbar sobre el film plástico, en el centro de la superficie delimitada por el aro
5. Presionar con el aro para que se forme un domo por el cual escurrirá el almíbar
6. Mantener la presión hasta que el almíbar se endurezca
7. Retirar del film plástico

Dragón

En esta experiencia aprovechamos la capacidad de la sacarosa de formar sólidos vítreos, controlando su comportamiento mediante el manejo de su cantidad de agua e inversión in situ. Es importante notar que debemos trabajar antes de alcanzar la temperatura de transición vítrea de la mezcla, que es de alrededor de 62°C.

Ingredientes

- 1000 g. Azúcar
- 200 g. jarabe de glucosa
- 4 a 8 gotas de Vinagre destilado
- saborizante alimentario (opcional)
- Colorante alimentario (opcional)

Equipamiento

- Espátula
- Lámina silpat
- Par de guantes para caramelo

Procedimiento

1. Colocar en una cacerola todos los ingredientes y llevar a cocción.
2. Cocinar la mezcla hasta que tenga una temperatura de 152 °C.
3. Dejar enfriar a 80 °C y dar la forma deseada.

Barba de dragón

Este dulce oriental es análogo a nuestro algodón de dulce(30) y nos permite aplicar una técnica sobre un material plástico obtenido a partir de casi los mismos materiales que los ejercicios anteriores, que son sólidos vítreos. La inversión de la sacarosa juega un papel vital en esta técnica. El método ha sido adaptado desde EATER.(31)

Ingredientes

- 1kg azúcar blanca
- 100g jarabe de maíz
- 5ml vinagre destilado
- 500ml agua
- Colorante alimentario (opcional)
- 1kg maicena

Procedimiento

1. En una olla, añadir azúcar y jarabe de maíz
2. Mezclar agua, colorante (si se utiliza) y vinagre en un jarro

3. Verter en la olla
4. Cocinar sin revolver hasta que alcance los 120°C
5. Verter en moldes de silicona y dejar enfriar completamente sin refrigerar
6. Verter la maicena en una bandeja
7. Perforar un agujero en la masa de azúcar y comenzar a estirar, manteniendo constantemente cubierto por maicena. Si está muy duro dar 10 segundos de horno microondas
8. Cuando el aro tenga unos 40cm de diámetro doblar sobre sí mismo en forma de 8 y volver a estirar suavemente
9. Cuando vuelva a tener 40cm de diámetro, doblar nuevamente en forma de 8.
10. Repetir 15 veces más.
11. Consumir con prontitud, ya que es muy higroscópico

Conclusiones

Se logró comprender las reacciones químicas de los azúcares para tener un conocimiento teórico previo a la realización práctica de caramelos y caramelo artístico.

Se aplicó los conocimientos teóricos logrando desarrollar las habilidades y destrezas para la realización de diversas preparaciones técnicas.

Es posible obtener resultados radicalmente distintos a partir de ingredientes muy similares mediante la comprensión y aprovechamiento de las propiedades físico-químicas y tecno-funcionales de la sacarosa y compuestos similares.

La limpieza, control de la temperatura y cuidado con los sistemas sobresaturados son vitales para el éxito.

Agradecimientos

Al personal administrativo, docente y estudiantes de la Carrera de Gastronomía, Facultad de Salud Pública de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Conflicto de interés

Los autores reportan no tener ningún conflicto de interés

Referencias

1. The Oxford Companion to Sugar and Sweets. Oxford University Press; 2015. 1712 p.
2. Levy DE, Fügedi P. The Organic Chemistry of Sugars. CRC Press; 2005. 906 p.
3. Müller-Esterl W. Bioquímica. Fundamentos para Medicina y Ciencias de la Vida. Reverte; 2008. 682 p.
4. Foundation A. A Chef's Guide to Gelling, Thickening, and Emulsifying Agents. CRC Press; 2014. 362 p.

5. Myhrvold N, Young C, Bilet M. Modernist Cuisine: El arte y la ciencia de la cocina / The Art and Science of Cooking. Cooking Lab; 2011. 399 p.
6. Belitz H-D, Grosch W. Química de los alimentos. Acribia; 1997. 1087 p.
7. McGee H. On Food and Cooking: The Science and Lore of the Kitchen. New York: Scribner; 2004. 896 p.
8. Colonna W, Samaraweera U, Clarke M. Sugar. In: Kirk-Othmer Encyclopedia of Chemical Technology. New York: John Wiley & Sons, Inc.; 2006.
9. Hartel RW, Elbe JH von, Hofberger R. Confectionery Science and Technology. Springer; 2017. 542 p.
10. O'Brien-Nabors L, editor. Alternative Sweeteners, Fourth Edition [Internet]. CRC Press; 2011 [cited 2019 May 3]. Available from: https://books.google.com.ec/books?id=coDPwzFX7rAC&pg=PA352&dq=xylitol+cooling&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj32NG67f_hAhUOuVvKkHVDvBYAQ6AEINjAC#v=onepage&q=xylitol%20cooling&f=false
11. Potter J. Cooking for Geeks: Real Science, Great Hacks, and Good Food. O'Reilly Media, Inc.; 2010. 435 p.
12. This H. Molecular Gastronomy: Exploring the Science of Flavor [Internet]. [cited 2019 May 2]. Available from: https://books.google.com.ec/books/about/Molecular_Gastronomy.html?id=qO-e-JFViVYC&redir_esc=y
13. Jelen H. Food Flavors: Chemical, Sensory and Technological Properties. CRC Press; 2011. 506 p.
14. PubChem. 5-Hydroxymethylfurfural [Internet]. [cited 2019 May 1]. Available from: <https://pubchem.ncbi.nlm.nih.gov/compound/237332>
15. Vaclavik VA, Christian EW. Essentials of Food Science. Springer Science & Business Media; 2007. 565 p.
16. Caramelo sin Derretir Azúcar [Internet]. Le-Fort.org. 2016 [cited 2019 May 2]. Available from: <https://www.le-fort.org/caramelo-sin-derretir-azucar/>
17. Asadi M. Beet-Sugar Handbook. John Wiley & Sons; 2006. 884 p.
18. Christen HR. Química general. Reverte; 1977. 260 p.
19. Jurafsky D. The language of food: a linguist reads the menu. New York: W.W. Norton & Company, Inc; 2014.
20. Asimov I. El electrón es zurdo y otros ensayos científicos. Alianza Editorial; 2002. 256 p.
21. Mohos F. Confectionery and Chocolate Engineering: Principles and Applications, 2nd Edition. Wiley; 2017.
22. ACE A. Etapas del Almíbar [Internet]. Asociación de Chefs del Ecuador. 2018 [cited 2019 Apr 30]. Available from: <http://chefs.ec/etapas-del-almibar/>
23. Aguilera JM. Ingeniería Gastronómica. Ediciones UC; 2014. 306 p.
24. Schiweck H, Clarke M, Pollach G. Sugar. In: Ullmann's Encyclopedia of Industrial Chemistry [Internet]. American Cancer Society; 2007 [cited 2019 May 1]. Available from: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/14356007.a25_345.pub2
25. NPCS Board. Confectionery Products Handbook (Chocolate, Toffees, Chewing Gum & Sugar Free Confectionery). ASIA PACIFIC BUSINESS PRESS Inc.; 2013. 647 p.
26. Edwards WP. The Science of Sugar Confectionery. Royal Society of Chemistry; 2000. 180 p.

27. Minifie BW. *Chocolate, Cocoa and Confectionery: Science and Technology*. Springer Science & Business Media; 1999. 920 p.
28. Bubble Sugar Decorations [Internet]. Meilleur du Chef. [cited 2019 May 3]. Available from: <https://www.meilleurduchef.com/en/recipe/bubble-sugar.html>
29. Christmas Sugar Snow Globe Desserts - HowToCookThat : Cakes... [Internet]. How To Cook That. 2016 [cited 2019 May 1]. Available from: https://www.howtocookthat.net/public_html/christmas-sugar-snow-globe-desserts/
30. Cooking E. *Excel Chinese Cooking: Get into the Art of Chinese Cooking*. Excel Cooking; 2016. 105 p.
31. Video E. Watch: How to Make Hand-Pulled Cotton Candy [Internet]. Eater. 2017 [cited 2019 May 1]. Available from: <https://www.eater.com/video/2017/9/5/16254036/recipe-hand-pulled-cotton-candy>



SABER PARA SER

ISBN: 978-9942-801-14-2



Panamericana Sur Km. 1½

Telf. (593) 032 998 200

Riobamba - Ecuador



Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Oficial



EspochRio

www.espoch.edu.ec