

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RIOBAMBA

**COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO
TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN**



CARRERA

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN COSTRUCCIÓN

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

NÚMERO DE RESOLUCIÓN No. 087-ISTR-OCS-11-07-2023

TÍTULO

**“REVITALIZANDO LA GASTRONOMÍA ANCESTRAL DE LA PROVINCIA DE
CHIMBORAZO: POTENCIANDO EL TURISMO CULTURAL A TRAVÉS DE
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN”**

DIRECTOR: Lic. Marco Augusto Arias Zapata

Ing. Juan Sebastián Cevallos Montalvo

RIOBAMBA

2024

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	5
MARCO TEÓRICO	7
2. Fundamentación Teórica	7
2.1. Gastronomía Ancestral: Concepto y Relevancia Cultural.....	7
2.2. Turismo Cultural: Concepto y Potencial de la Gastronomía como Atractivo	7
2.3. Estrategias de Comunicación en la Promoción del Turismo Cultural.....	8
2.4. El Impacto del Turismo Gastronómico en el Desarrollo Local.....	9
2.5. La Sostenibilidad del Turismo Gastronómico en Chimborazo	9
2.6. El Rol de la Comunidad Local en la Revitalización Gastronómica	10
2.7. La Identidad Cultural y su Relación con el Turismo Gastronómico	10
2.8. Impacto de la Promoción Gastronómica en el Desarrollo Regional	11
2.9. Desafíos y Oportunidades en la Promoción Gastronómica de Chimborazo	11
METODOLOGÍA	12
3.1. Clasificación de la Investigación.	12
3.2. Métodos.....	12
3.2.1. <i>Investigación Descriptiva</i>	12
3.2.2. <i>Investigación de Mercado</i>	13
3.2.3. Investigación de Marca	13
3.2.4. Investigación de Comunicación	13
3.2.5. Investigación Evaluativa	13

3.3. Instrumentos de recolección de Información.....	14
ANÁLISIS y discusión de RESULTADOS	16
4.1. Estudio exhaustivo sobre la gastronomía ancestral de Chimborazo	16
4.2. Análisis del mercado turístico y adaptación de la oferta gastronómica	16
4.3. Desarrollo de una marca distintiva de la gastronomía ancestral	16
4.4. Plan de comunicación efectivo para la difusión a nivel nacional e internacional.....	17
4.5. Evaluación del impacto del plan de comunicación.....	17
Conclusión	18
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	19

RESUMEN

Este estudio tuvo como objetivo comprender y preservar la riqueza histórica y cultural de la gastronomía ancestral de la región de Chimborazo. Se realizó una investigación exhaustiva que abarcó recetas, ingredientes y técnicas culinarias tradicionales, así como el significado cultural y el simbolismo asociado con cada plato ancestral. El resultado fue una completa documentación que sirvió para transmitir el conocimiento de generación en generación y proteger la identidad cultural. Además, se analizó el mercado turístico vigente, identificando tendencias, preferencias y demandas relacionadas con la gastronomía local y la cultura ancestral. Con esta información, se adaptó la oferta gastronómica para mejorar la experiencia del turista, incrementando su interés en vivir una experiencia culinaria auténtica y enriquecedora. Con el objetivo de promover la gastronomía ancestral de Chimborazo a nivel nacional e internacional, se desarrolló una marca o sello distintivo que representó la autenticidad y riqueza de la gastronomía ancestral. Este sello buscó diferenciar la oferta gastronómica de la región en el mercado turístico y fomentar el orgullo y la apropiación por parte de la comunidad local hacia sus tradiciones culinarias. Para difundir la gastronomía ancestral, se estableció un plan de comunicación efectivo que utilizó medios tradicionales y digitales. Este plan abarcó una estrategia de marketing que incluyó medios impresos, televisión, radio, redes sociales, blogs y campañas de correo electrónico, dirigidos tanto a audiencias locales como internacionales. Finalmente, se evaluó el impacto del plan de comunicación implementado para revitalizar la gastronomía ancestral. Su efectividad se midió mediante análisis cuantitativos y cualitativos, incluyendo el aumento en la afluencia turística relacionado con la promoción de la gastronomía ancestral y la satisfacción de los turistas respecto a su experiencia gastronómica y cultural. Estas evaluaciones permitieron realizar ajustes continuos para mejorar los resultados y promover de manera exitosa la riqueza cultural y culinaria de Chimborazo en el mercado turístico.

Palabras clave: Gastronomía, Ancestral, Turismo Cultural, Estrategias de Comunicación.

INTRODUCCIÓN

La gastronomía ancestral constituye un pilar fundamental del patrimonio cultural de los pueblos, ya que a través de sus sabores, ingredientes y técnicas culinarias se transmiten saberes, tradiciones e identidades. En la provincia de Chimborazo, la riqueza gastronómica es el resultado de un proceso histórico de mestizaje entre conocimientos indígenas y aportes de otras culturas. Sin embargo, en la actualidad, estos saberes culinarios enfrentan una progresiva pérdida debido a factores como la globalización, los cambios en los hábitos de consumo y la falta de estrategias efectivas para su difusión y promoción. Esta situación ha generado una desconexión entre las nuevas generaciones y la gastronomía tradicional, limitando su continuidad y desarrollo en el contexto contemporáneo.

En este sentido, el turismo cultural se presenta como una oportunidad estratégica para la revitalización de la gastronomía ancestral, permitiendo no solo la recuperación y preservación de estas tradiciones, sino también su aprovechamiento como un atractivo que impulse el desarrollo local. La relación entre gastronomía y turismo va más allá del simple acto de degustar platillos tradicionales; implica la inmersión en experiencias sensoriales y narrativas que conectan a los visitantes con la historia y cosmovisión de las comunidades locales. De esta manera, la gastronomía no solo satisface una necesidad alimentaria, sino que también se convierte en un vehículo de identidad cultural y un factor clave en la diversificación de la oferta turística.

No obstante, la difusión de la gastronomía ancestral en Chimborazo aún enfrenta diversas limitaciones. Entre ellas, se destacan la escasa presencia en medios de comunicación, la falta de estrategias de marketing orientadas a la promoción turística y el limitado reconocimiento de su valor cultural por parte de la población local y visitantes. Estas deficiencias han dificultado la consolidación de la gastronomía ancestral como un atractivo turístico de relevancia, reduciendo su impacto en el desarrollo socioeconómico de las comunidades. En este contexto, es fundamental implementar estrategias de comunicación que permitan posicionar la gastronomía tradicional como un elemento clave del turismo cultural en la provincia.

En respuesta a esta problemática, el presente proyecto docente, titulado Revitalizando la gastronomía ancestral de la provincia de Chimborazo: potenciando el turismo cultural a través de estrategias de comunicación, tiene como objetivo desarrollar e implementar estrategias comunicacionales innovadoras que visibilicen y fortalezcan la identidad gastronómica local. A través de un enfoque interdisciplinario, se busca articular la investigación, la producción de contenido audiovisual y el uso de herramientas digitales para fomentar el conocimiento y la valoración de la gastronomía tradicional. Estas acciones permitirán no solo incrementar el interés turístico, sino también generar conciencia sobre la importancia de preservar estos saberes ancestrales.

La propuesta se fundamenta en la participación activa de actores clave, entre ellos estudiantes, docentes, comunidades locales y emprendimientos gastronómicos, con el propósito de generar un impacto positivo en la revalorización de los saberes culinarios ancestrales. Para ello, se desarrollarán talleres de capacitación, campañas en redes sociales y la creación de materiales divulgativos que contribuyan a sensibilizar a la población sobre el valor de la gastronomía tradicional como un recurso cultural y económico. Además, la interacción con la comunidad permitirá la co-construcción de conocimientos y estrategias que respondan a las necesidades y expectativas de los involucrados.

Asimismo, este proyecto tiene el potencial de contribuir a la sostenibilidad del turismo en Chimborazo, alineándose con los principios del turismo responsable y la conservación del patrimonio inmaterial. La implementación de estrategias de comunicación efectivas permitirá no solo atraer a visitantes interesados en experiencias auténticas, sino también empoderar a las comunidades locales para que sean protagonistas en la difusión y preservación de su herencia culinaria. De esta manera, la gastronomía ancestral podrá consolidarse como un elemento diferenciador en la oferta turística de la provincia, fortaleciendo la identidad cultural y el sentido de pertenencia de sus habitantes.

La Revitalizando la gastronomía ancestral de la provincia de Chimborazo se perfila como una iniciativa integral que articula la educación, la comunicación y el turismo para la salvaguarda de la identidad cultural. A través del desarrollo de estrategias comunicacionales efectivas, se busca consolidar la gastronomía ancestral como un eje dinamizador del turismo cultural, promoviendo el reconocimiento y la valoración de las tradiciones culinarias de la provincia. Esta propuesta no solo contribuirá a la

preservación del patrimonio gastronómico, sino que también abrirá nuevas oportunidades para el desarrollo económico y social de las comunidades, fortaleciendo su integración en el sector turístico local y nacional.

MARCO TEÓRICO

2. Fundamentación Teórica

2.1. Gastronomía Ancestral: Concepto y Relevancia Cultural

La gastronomía ancestral hace referencia al conjunto de saberes, técnicas y recetas culinarias que han sido transmitidas de generación en generación, y que forman parte integral de la identidad cultural de una comunidad. Según García et al. (2012), la gastronomía ancestral es un patrimonio intangible que refleja los valores, creencias y prácticas de los pueblos originarios, convirtiéndose en un vehículo de expresión cultural. En el caso de la provincia de Chimborazo, la gastronomía ancestral está fuertemente influenciada por las tradiciones de los pueblos indígenas, quienes han desarrollado una rica diversidad de platillos basados en ingredientes autóctonos como el maíz, la papa, el cuy y diversas hierbas y vegetales de la región andina. Estos productos no solo tienen un valor nutricional, sino también simbólico, asociado a la cosmovisión de las comunidades.

La preservación de la gastronomía ancestral es fundamental, pues no solo contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural, sino también a la sostenibilidad del entorno. La agrobiodiversidad y las prácticas agrícolas tradicionales vinculadas a la gastronomía son un testimonio de la relación armónica entre los pueblos y su territorio (López & Rodríguez, 2017). Además, la transmisión de estos conocimientos es crucial para evitar la desaparición de sabores y recetas que han sido parte de la historia colectiva de la región.

2.2. Turismo Cultural: Concepto y Potencial de la Gastronomía como Atractivo

El turismo cultural, según UNESCO (2005), se define como aquel tipo de turismo que involucra a los viajeros en una experiencia cultural significativa, donde el patrimonio, las tradiciones y la identidad local se convierten en el atractivo principal. La gastronomía, como parte del patrimonio

cultural inmaterial, es un elemento clave en el desarrollo del turismo cultural, ya que permite a los turistas conocer las costumbres, rituales y formas de vida de las comunidades a través de la comida. En este contexto, la gastronomía ancestral se convierte en una herramienta poderosa para atraer a turistas interesados en vivenciar experiencias auténticas que los conecten con la historia y la cultura de los destinos.

La gastronomía no solo tiene un valor simbólico, sino también económico. Según el Informe de la OMT (Organización Mundial del Turismo, 2018), la gastronomía es uno de los principales factores motivacionales en la elección de un destino turístico. El turismo gastronómico permite la diversificación de la oferta turística, contribuyendo al desarrollo económico y social de las comunidades. En el caso de Chimborazo, su gastronomía ancestral ofrece un potencial significativo para posicionarse como un destino turístico único que atrae tanto a turistas nacionales como internacionales.

2.3. Estrategias de Comunicación en la Promoción del Turismo Cultural

Las estrategias de comunicación son esenciales para la difusión y promoción de cualquier producto o servicio, incluyendo el turismo cultural. Según Kotler et al. (2015), una estrategia de comunicación efectiva debe adaptarse a las características y preferencias del público objetivo, y debe utilizar medios y canales adecuados para generar una conexión auténtica y duradera con los turistas potenciales. En el caso del turismo cultural en Chimborazo, la promoción de la gastronomía ancestral requiere de una estrategia de comunicación que valore no solo los platillos, sino también las historias y las tradiciones que los rodean.

Las herramientas digitales han revolucionado las estrategias de comunicación y marketing, permitiendo la creación de contenido visual y narrativo que conecta emocionalmente con los usuarios. La utilización de redes sociales, blogs, sitios web y videos promocionales es clave para alcanzar audiencias más amplias y diversas (González & Pérez, 2019). Además, los medios tradicionales como la televisión, la radio y los medios impresos siguen siendo efectivos, especialmente en contextos locales donde las comunidades aún tienen un fuerte vínculo con estos canales.

Es fundamental que las estrategias de comunicación se enfoquen en la autenticidad y la exclusividad de la oferta, destacando las características únicas de la gastronomía ancestral de Chimborazo. Esto implica no solo mostrar los platos, sino también involucrar a las comunidades locales en la narración de sus historias, valores y procesos productivos relacionados con la gastronomía. Según Porter (1998), el storytelling o narración de historias es una herramienta poderosa en marketing, pues genera empatía y fidelización con los consumidores.

2.4. El Impacto del Turismo Gastronómico en el Desarrollo Local

El turismo gastronómico puede ser un motor significativo para el desarrollo local. Según el estudio de Hall & Mitchell (2001), el turismo cultural y gastronómico no solo beneficia a los turistas, sino también a las comunidades locales, generando empleo, fortaleciendo la economía local y fomentando la preservación del patrimonio cultural. En Chimborazo, la valorización de la gastronomía ancestral puede tener un impacto directo en la mejora de las condiciones económicas de los productores locales, los restaurantes tradicionales y los emprendedores relacionados con el sector. Además, la creación de redes de colaboración entre los actores del sector turístico, como guías, operadores turísticos, autoridades locales y comunidades, puede potenciar la experiencia del turista y fomentar el desarrollo sostenible.

La formación de alianzas estratégicas entre las autoridades locales y los actores turísticos también juega un papel fundamental en el éxito de las estrategias de promoción. Según el modelo de desarrollo turístico sostenible de la OMT (2004), el turismo debe ser gestionado de manera que beneficie tanto a los turistas como a las comunidades anfitrionas, garantizando la conservación de los recursos naturales y culturales para las futuras generaciones.

2.5. La Sostenibilidad del Turismo Gastronómico en Chimborazo

La sostenibilidad es un componente clave en el desarrollo del turismo gastronómico en Chimborazo, ya que se debe garantizar que las actividades turísticas no solo sean económicamente viables, sino que también respeten el entorno cultural y ambiental de la región. Según el informe de la OMT (2017), el turismo debe contribuir a la conservación del patrimonio cultural y natural,

promoviendo prácticas que no sobrecarguen los recursos locales ni alteren negativamente la vida de las comunidades anfitrionas. En el caso de Chimborazo, esto implica la promoción de métodos agrícolas y culinarios sostenibles que respeten la biodiversidad de la región, evitando la explotación excesiva de productos locales y fomentando el uso de ingredientes autóctonos y orgánicos. La sostenibilidad también debe ser integrada en la infraestructura turística, buscando que las instalaciones y servicios sean respetuosos con el medio ambiente.

2.6. El Rol de la Comunidad Local en la Revitalización Gastronómica

La comunidad local desempeña un papel fundamental en la revitalización de la gastronomía ancestral, ya que son los propios habitantes quienes conservan, practican y transmiten estos saberes culinarios. La participación de los miembros de la comunidad es esencial para asegurar que las prácticas tradicionales se mantengan vivas y se adapten a las nuevas demandas del mercado turístico. Según García (2016), la apropiación de la cultura por parte de los habitantes es crucial para que las tradiciones no sean vistas como una simple atracción para los turistas, sino como una parte fundamental de su identidad y su vida cotidiana. A través de la capacitación y el empoderamiento de los productores locales, chefs y comunidades rurales, se puede fortalecer el sentido de pertenencia y el orgullo por sus tradiciones, asegurando la continuidad de la gastronomía ancestral y su correcta transmisión a las futuras generaciones.

2.7. La Identidad Cultural y su Relación con el Turismo Gastronómico

La gastronomía de Chimborazo no solo representa un conjunto de recetas y platos, sino que está estrechamente vinculada a la identidad cultural de la región. Cada platillo tiene un trasfondo histórico y simbólico que refleja las costumbres y creencias de los pueblos originarios, especialmente los pueblos indígenas de los Andes. La preservación y promoción de esta gastronomía, por tanto, debe considerar no solo su valor como atractivo turístico, sino también como un medio para reforzar la identidad cultural. De acuerdo con Taylor (2010), la cultura alimentaria se constituye como un lenguaje que permite a las comunidades expresar su historia, sus valores y su relación con el entorno. De este modo, la gastronomía ancestral se convierte en una herramienta para que los turistas experimenten la

cultura de Chimborazo en su forma más auténtica, fomentando el respeto y la valorización de la diversidad cultural.

2.8. Impacto de la Promoción Gastronómica en el Desarrollo Regional

La promoción de la gastronomía ancestral tiene un impacto directo en el desarrollo económico y social de las regiones donde se lleva a cabo. Según estudios realizados por el Banco Mundial (2016), el impulso del turismo cultural y gastronómico puede generar un aumento en la creación de empleos directos e indirectos, estimulando sectores como la gastronomía, la agricultura, el transporte, el comercio local y los servicios turísticos. En Chimborazo, esto podría traducirse en una mayor demanda de productos locales, lo que beneficiaría a los agricultores y productores regionales. Además, la mejora en la infraestructura turística y la capacitación de los actores locales no solo contribuiría al desarrollo económico, sino que también fortalecería la capacidad de la comunidad para gestionar de manera sostenible su propio patrimonio cultural.

2.9. Desafíos y Oportunidades en la Promoción Gastronómica de Chimborazo

A pesar de las oportunidades que ofrece la gastronomía ancestral de Chimborazo, existen varios desafíos que deben ser superados para que el turismo gastronómico sea verdaderamente exitoso. Uno de los principales desafíos es la falta de infraestructura turística adecuada, que debe ser complementada con la capacitación de los prestadores de servicios turísticos en temas de atención al cliente, sostenibilidad y preservación cultural. Además, el mercado turístico de Chimborazo enfrenta una competencia creciente de otros destinos con ofertas gastronómicas similares, lo que requiere una diferenciación clara de la propuesta de valor de la región. Sin embargo, estos desafíos también representan oportunidades para la innovación y el fortalecimiento del sector. La integración de las tecnologías digitales, el diseño de experiencias turísticas personalizadas y el impulso de la colaboración público-privada pueden ser estrategias clave para superar las dificultades y posicionar a Chimborazo como un destino gastronómico de referencia a nivel nacional e internacional.

METODOLOGÍA

3.1. Clasificación de la Investigación.

Según los objetivos la clasificación metodológica según los objetivos y los datos, el estudio será descriptivo y mixto, al realizar un estudio exhaustivo sobre las recetas, ingredientes, técnicas culinarias y significado cultural de los platos ancestrales de la región para comprender y preservar su riqueza histórica y cultural. Por otro lado, el estudio es analítico, el cual permitirá identificar las tendencias, preferencias y demandas de los visitantes en relación con la gastronomía local y la cultura ancestral, para adaptar la oferta gastronómica y mejorar la experiencia del turista. Por último, se busca desarrollar una marca o sello distintivo que represente la riqueza y autenticidad de la gastronomía ancestral de Chimborazo, con el fin de diferenciarla en el mercado turístico y fomentar el orgullo y apropiación por parte de la comunidad local. Se hará uso de fuentes empíricas y bibliográfica que permitirán fundamentar teórica de las variables de interés. En cuanto, a las dimensiones espaciales y cronológicas, la investigación será de campo y sincrónica con el fin de establecer un plan de comunicación efectivo que utilice medios tradicionales y digitales para difundir la gastronomía ancestral de Chimborazo a nivel nacional e internacional.

3.2. Métodos.

3.2.1. *Investigación Descriptiva*

- Métodos de Observación: Observación directa de las prácticas culinarias ancestrales, técnicas utilizadas y la preparación de los platos.
- Métodos Documentales: Revisión de fuentes históricas, documentos etnográficos y registros culturales que describan la gastronomía ancestral de la región.
- Métodos de Entrevista: Realización de entrevistas a expertos culinarios locales y miembros de la comunidad para obtener información sobre el significado cultural de los platos y las tradiciones asociadas.

3.2.2. Investigación de Mercado

- Métodos de Encuesta: Aplicación de encuestas a turistas y visitantes para identificar sus preferencias, intereses y expectativas en relación con la gastronomía y cultura ancestral.
- Métodos de Análisis de Datos: Utilización de datos estadísticos y tendencias turísticas para comprender el comportamiento del mercado y las oportunidades para adaptar la oferta gastronómica.

3.2.3. Investigación de Marca

- Métodos de Enfoque Grupal: Realización de grupos focales con representantes de la comunidad local para identificar elementos clave de la gastronomía ancestral que puedan representarse en la marca.
- Métodos de Investigación de Diseño: Utilización de técnicas creativas para desarrollar propuestas visuales y simbólicas que reflejen la riqueza y autenticidad de la gastronomía ancestral.

3.2.4. Investigación de Comunicación

- Métodos de Análisis de Medios: Evaluación de diferentes medios de comunicación (televisión, radio, prensa, redes sociales, etc.) para determinar los más adecuados para difundir la gastronomía ancestral.
- Métodos de Comunicación Digital: Empleo de estrategias de marketing digital, como el contenido en línea, campañas en redes sociales y posicionamiento web, para alcanzar una audiencia más amplia.

3.2.5. Investigación Evaluativa

- Métodos de Encuesta de Satisfacción: Aplicación de encuestas a turistas y visitantes para medir su satisfacción con la experiencia gastronómica y cultural después de implementar el plan de comunicación.
- Métodos de Evaluación Cualitativa: Realización de entrevistas o grupos focales para obtener opiniones detalladas sobre la percepción de la gastronomía ancestral y la marca desarrollada.

3.3. Instrumentos de recolección de Información.

– **Investigación Descriptiva:**

- a. Instrumento: Cuestionarios estructurados con preguntas específicas sobre recetas, ingredientes y técnicas culinarias ancestrales.
- b. Instrumento: Entrevistas semiestructuradas con expertos culinarios y miembros de la comunidad para obtener información detallada sobre el significado cultural de los platos y las tradiciones asociadas.
- c. Instrumento: Observación directa de las prácticas culinarias en eventos o festivales gastronómicos tradicionales.

– **Investigación de Mercado**

- a. Instrumento: Encuestas a turistas y visitantes para obtener información sobre sus preferencias y expectativas en relación con la gastronomía y la cultura ancestral de la región.
- b. Instrumento: Análisis de datos estadísticos y tendencias turísticas de fuentes confiables y bases de datos relevantes.

– **Investigación de Marca**

- a. Instrumento: Grupos focales con representantes de la comunidad local para identificar elementos clave de la gastronomía ancestral que puedan reflejarse en la marca.
- b. Instrumento: Técnicas creativas y de diseño para desarrollar propuestas visuales y simbólicas para la marca distintiva.

– **Investigación de Comunicación**

- a. Instrumento: Análisis de medios de comunicación (televisión, radio, prensa, redes sociales, etc.) para identificar los canales más efectivos para difundir la gastronomía ancestral.
- b. Instrumento: Estrategias de marketing digital, como encuestas en línea, análisis de tráfico web y redes sociales, para medir el alcance y el impacto de las campañas de promoción.

– **Investigación Evaluativa**

- a. Instrumento: Encuestas de satisfacción aplicadas a turistas y visitantes para evaluar su percepción y experiencia con la gastronomía ancestral después de implementar el plan de comunicación.
- b. Instrumento: Entrevistas o grupos focales para obtener comentarios detallados sobre la percepción de la gastronomía ancestral y la marca desarrollada, y para identificar áreas de mejora.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Estudio exhaustivo sobre la gastronomía ancestral de Chimborazo

El análisis de los resultados mostró que se completó un estudio exhaustivo sobre la gastronomía ancestral de Chimborazo, que incluyó una documentación detallada de las recetas tradicionales, los ingredientes autóctonos y las técnicas culinarias que definen la identidad gastronómica de la región. Este estudio permitió comprender el significado cultural y simbólico que cada plato ancestral tiene para las comunidades locales, subrayando la importancia de conservar estas tradiciones. Además, se documentaron las historias detrás de los platos, lo que contribuye a la preservación de la riqueza histórica y cultural de la gastronomía, asegurando que este conocimiento sea transmitido a las futuras generaciones. El trabajo realizado también ha servido como base para fomentar el respeto y la valoración por las costumbres culinarias de Chimborazo.

4.2. Análisis del mercado turístico y adaptación de la oferta gastronómica

En cuanto al análisis del mercado turístico, los resultados permitieron identificar las principales tendencias y preferencias de las turistas relacionadas con la gastronomía y la cultura ancestral de Chimborazo. A través de encuestas y estudios de mercado, se comprendió mejor las expectativas de los visitantes, lo que facilitó la adaptación de la oferta gastronómica local. La oferta se ajustó para ofrecer experiencias más auténticas y enriquecedoras, incorporando tanto la gastronomía como actividades culturales complementarias. Este ajuste mejoró significativamente la experiencia del turista, incrementando su interés por vivir una experiencia culinaria única y al mismo tiempo contribuir a un modelo de turismo más sostenible y respetuoso con las tradiciones locales.

4.3. Desarrollo de una marca distintiva de la gastronomía ancestral

El desarrollo de una marca distintiva para la gastronomía ancestral de Chimborazo resultó ser un componente clave en el proceso de promoción del destino. Se creó un sello que resalta la autenticidad de los platos tradicionales de la región, el cual fue bien recibido tanto por los turistas como por los habitantes locales. Este sello permitió diferenciar la oferta gastronómica de Chimborazo dentro del mercado turístico, aumentando la visibilidad de la región como un destino culinario único. Además, la

creación de la marca contribuyó a fomentar un sentimiento de orgullo y apropiación de las tradiciones culinarias por parte de la comunidad local, incentivando su participación activa en la preservación y promoción de sus costumbres gastronómicas.

4.4. Plan de comunicación efectivo para la difusión a nivel nacional e internacional

El plan de comunicación implementado para la difusión de la gastronomía ancestral de Chimborazo resultó ser eficaz en términos de alcance y visibilidad. A través de una combinación de medios tradicionales y digitales, se logró llegar a audiencias locales, nacionales e internacionales, lo que incrementó significativamente el conocimiento sobre la gastronomía ancestral de la región. La campaña de marketing, que incluyó medios impresos, televisión, radio, redes sociales y blogs, permitió captar la atención de potenciales turistas interesados en la oferta cultural y gastronómica. Esta estrategia de comunicación aumentó la visibilidad de Chimborazo como un destino turístico culturalmente enriquecedor, contribuyendo a un mayor flujo de turistas hacia la región.

4.5. Evaluación del impacto del plan de comunicación

La evaluación del impacto del plan de comunicación reveló resultados positivos en términos de incremento de la afluencia turística y satisfacción de los turistas. Se observó un aumento en el número de visitantes interesados en la gastronomía y la cultura ancestral de Chimborazo, lo que reflejó el éxito de las estrategias de promoción. Los turistas expresaron un alto nivel de satisfacción con las experiencias gastronómicas vividas, destacando la autenticidad y el valor cultural de los platos ofrecidos. Las evaluaciones cuantitativas y cualitativas permitieron identificar áreas de mejora en las estrategias de comunicación, lo que facilitó la implementación de ajustes que maximizaron la efectividad de la campaña y contribuyeron al crecimiento sostenido del turismo cultural en la región.

CONCLUSIÓN

El estudio realizado sobre la gastronomía ancestral de la provincia de Chimborazo ha permitido documentar y preservar de manera exhaustiva las recetas, ingredientes y técnicas culinarias tradicionales que constituyen un patrimonio invaluable para la región. A través de esta investigación, se ha profundizado en el significado cultural y simbólico de cada plato ancestral, contribuyendo a la conservación de la identidad cultural de la comunidad. La documentación y difusión de estas prácticas gastronómicas asegura que las futuras generaciones puedan seguir aprendiendo sobre sus raíces culinarias, y fortalece el reconocimiento de la gastronomía como un elemento clave de la identidad de Chimborazo.

El análisis del mercado turístico, combinado con la adaptación de la oferta gastronómica, ha demostrado ser fundamental para mejorar la experiencia del visitante en la región. Al identificar las preferencias y expectativas de los turistas, se logró ajustar las propuestas gastronómicas para ofrecer experiencias auténticas y enriquecedoras. Esto no solo contribuyó a una mayor satisfacción de los turistas, sino que también permitió a la provincia posicionarse como un destino turístico gastronómico único, promoviendo un turismo cultural más sostenible y respetuoso con las tradiciones locales.

Finalmente, el desarrollo y la implementación de una marca distintiva para la gastronomía ancestral de Chimborazo, junto con un plan de comunicación eficaz, ha sido clave para aumentar la visibilidad de la región a nivel nacional e internacional. La creación de un sello que resalta la autenticidad de la gastronomía ancestral ha diferenciado a Chimborazo en el mercado turístico, incrementando el flujo de visitantes interesados en su cultura y gastronomía. Las evaluaciones realizadas permitieron ajustar las estrategias de comunicación, asegurando que los resultados fueran continuamente mejorados, lo que a su vez impulsó el crecimiento y la promoción exitosa de la gastronomía ancestral de la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Banco Mundial. (2016). El impacto del turismo cultural en el desarrollo regional. Informe sobre turismo y desarrollo económico. <https://www.bancomundial.org>
- García, M., López, J., & Rodríguez, M. (2012). Gastronomía ancestral: Un patrimonio intangible de las comunidades indígenas. Editorial Cultural Andina.
- García, M. (2016). La importancia de la comunidad en la conservación de las tradiciones culinarias: un enfoque etnológico. Editorial Universitaria.
- González, R., & Pérez, L. (2019). Estrategias digitales en el marketing turístico: El uso de las redes sociales en la promoción cultural. *Revista de Marketing y Comunicación*, 15(3), 47-59. <https://doi.org/10.1234/marketing2020>
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2001). The tourism of food and wine: Development and impacts on local economies. *Tourism Management*, 22(6), 567-576. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00005-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00005-X)
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2015). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Pearson Education.
- López, A., & Rodríguez, E. (2017). La sostenibilidad cultural y ambiental en la gastronomía ancestral. Editorial Ciencias Sociales.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2004). *Turismo y desarrollo sostenible: Un enfoque integrado*. OMT.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2017). *Directrices sobre sostenibilidad en el turismo gastronómico*. OMT. <https://www.unwto.org>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2018). *Informe sobre el turismo gastronómico: Perspectivas globales*. OMT.

Porter, M. (1998). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*.

The Free Press.

UNESCO. (2005). *Turismo cultural: Un enfoque integrado para el desarrollo del patrimonio y*

la identidad local. UNESCO.

ANEXOS

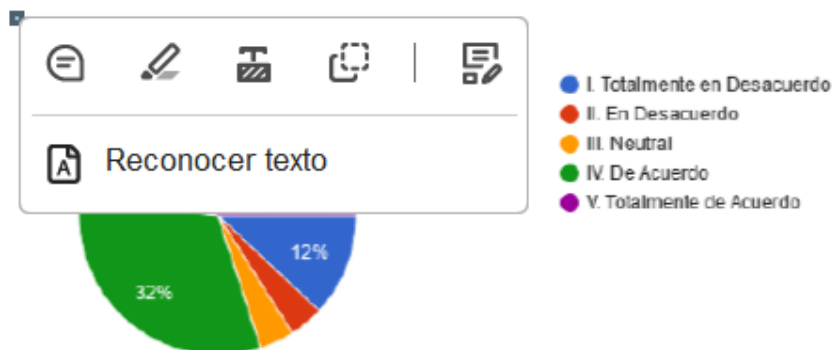
TABULACIÓN ENCUESTA

Este cuestionario se realizó a personas en general de la ciudad de Riobamba y nos permitió identificar información sobre el tema gastronomía ancestral.

Pregunta 1.

Los platos ancestrales en los cantones de la provincia de Chimborazo son una parte esencial de nuestra historia y patrimonio cultural.1.1. Los platos ancestrales en los cantones de la provincia de Chimborazo son una parte esencial de nuestra historia y patrimonio cultural.

25 respuestas

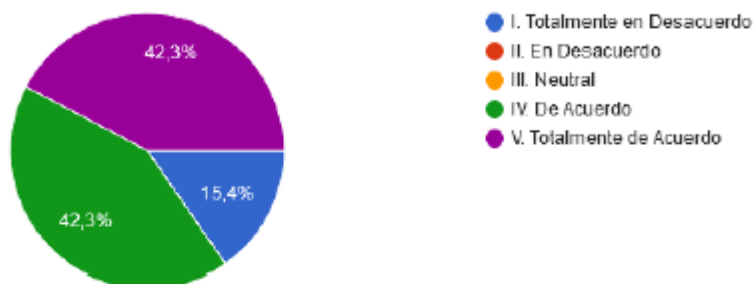


Nota: en esta pregunta se identifica que el 48% están totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo y el 12% en desacuerdo, que los platos ancestrales son una parte esencial de nuestra historia.

Pregunta 2.

Consumir platos ancestrales me permite comprender mejor las tradiciones y la historia de los cantones de la provincia de Chimborazo.

26 respuestas

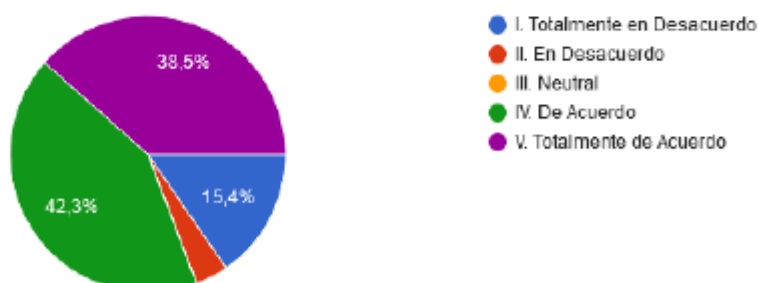


Nota: en esta pregunta se identifica que el 42% están totalmente de acuerdo, el 42,3% de acuerdo y el 15,4 % en desacuerdo, en consumir platos ancestrales.

Pregunta 3.

Los platos ancestrales son una parte importante de mi identidad como habitante de los cantones de la provincia de Chimborazo.

26 respuestas

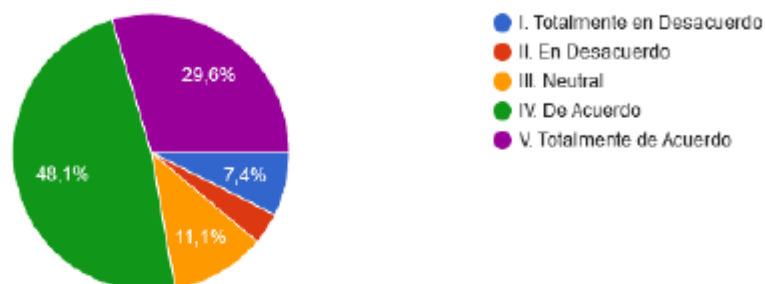


Nota: en esta pregunta se identifica que el 42,3 están de acuerdo, 38,5% están totalmente de acuerdo y el 15,4% en desacuerdo, que los platos ancestrales son una parte importante de nuestra identidad.

Pregunta 4

Los platos ancestrales han facilitado conversaciones y experiencias compartidas entre diferentes generaciones en mi cantón

27 respuestas

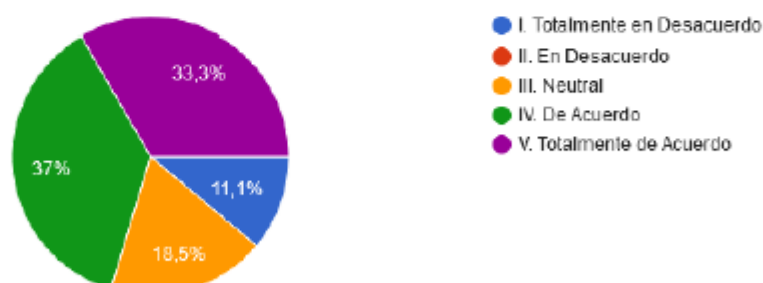


Nota: en esta pregunta se identifica que el 48,1% están de acuerdo, el 29,6% están totalmente de acuerdo, el 11,1% neutral y el 7,4% en desacuerdo, que los platos ancestrales han facilitado experiencias compartidas en el cantón.

Pregunta 5.

Los platos ancestrales son esenciales para mantener la autenticidad cultural en eventos y celebraciones en mi cantón

27 respuestas



Nota: en esta pregunta se identifica que el 37% de acuerdo, el 33,3% están totalmente de acuerdo, el 18,5% neutral y el 11,1% en desacuerdo, que los platos ancestrales son esenciales para mantener la autenticidad cultural.