

LA GASTRONOMÍA ECUATORIANA UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO MEDIANTE LA PATRIMONIALIZACIÓN

THE ECUADORIAN GASTRONOMY A STRATEGY OF TOURISM DEVELOPMENT THROUGH PATRIMONIALIZATION

Jorge Luis Acosta Cervantes¹

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

RESUMEN

Este estudio presenta la vinculación del patrimonio con la gastronomía, brindándole un valor destacado dentro de la herencia cultural de Ecuador, para promover la identidad de los destinos turísticos, mediante la conformación de productos únicos. Esta investigación es de carácter teórico documental que manifiesta de forma explicativa la gastronomía de cada región, ya que da cuenta de los factores que influyen de manera determinante en la integración de la gastronomía como parte del patrimonio cultural del país. Ecuador como destino turístico debe capitalizar la experiencia acumulada, y aplicando fórmulas viables en materia social y económica del país, ajustadas a sus ventajas competitivas reales, teniendo como referencia la estrategia de aplicación de la patrimonialización.

Palabras claves: Patrimonialización - Gastronomía - Turismo cultural - Cocina Ecuatoriana

ABSTRACT

This study presents this study that links heritage with gastronomy, giving it a prominent value within the cultural heritage of Ecuador, to promote the identity of tourist destinations, through the formation of unique products. It is an article of theoretical documentary character that explains in an explanatory way the gastronomy of each region, as it accounts for the factors that influence in a decisive way in the integration of gastronomy as part of the cultural heritage of the country. Ecuador as a tourist destination must capitalize on the accumulated experience and apply viable formulas in the social and economic field of the country, adjusted to its real competitive advantages, having as a reference the strategy of application of patrimonialization.

Keywords: Patrimonialization - Gastronomy - Cultural tourism - Ecuadorian cuisine.

(1) Maestrante en Gestión de Empresas Turísticas de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Licenciado en Gestión Gastronómica en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Docente de la carrera de Licenciatura en Gestión Hotelera y Turística de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. jorgeacos20@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

Existe un amplio rango de actividades que pueden estar incluidas dentro del turismo. De esta forma, las preparaciones tradicionales, son una muestra activa para los turistas, que pueden entrar en contacto directo con otra cultura.

El empleo de la gastronomía como estrategia de desarrollo turístico que promueve al patrimonio cultural mediante la patrimonialización, dentro de un contexto de globalización en el que dinámicas de homogeneización y heterogeneización cultural convergen. Esto requiere una gestión institucional que permita el mantenimiento y a veces la recuperación de elementos históricamente importantes de la identidad cultural de un pueblo. Por esta razón, instituciones como la UNESCO han definido la gastronomía como parte integrante del patrimonio cultural inmaterial de un país, a la vez que se ha incorporado cada vez más activamente en las políticas culturales y de promoción del turismo.

Seleccionar productos y preparaciones, preservarlos, difundirlos, promocionarlos e incluso recuperarlos. Todas estas acciones sirven para destacar un proceso social de construcción de la gastronomía como patrimonio cultural; partiendo de criterios contemporáneos se reinterpreta la tradición cultural y gastronómica de un territorio concreto (Colasurdo & Sartori, 2011).

De esta manera, este estudio destaca la gastronomía Ecuatoriana como parte fundamental del destino, para la creación y actualización de rutas gastronómicas, y el establecimiento de pequeñas y medianas empresas bajo parámetros de sostenibilidad. La orientación que se presenta desarrolla el concepto de *patrimonialización* como una forma alternativa para situar la herencia gastronómica nacional en el destacado lugar que le corresponde por la rica gama de productos y sabores que caracterizan a la cocina Ecuatoriana.

METODOLOGÍA

Se empleó una investigación de carácter bibliográfico documental, cuya fuente principal de datos estuvo constituida por documentos descritos de acuerdo con la pertinencia del tema. Esto permite una mayor orientación acerca del problema, conocimientos de trabajos y hallazgos anteriores, entre otros. Su intención obedece a la importancia de estructurar una plataforma conceptual, además de criterios y enfoques que permitan desarrollar a futuro otras investigaciones en el área.

IDENTIDAD Y CULTURA

La historia de la humanidad puede ser relatada a través del estudio de los hábitos y productos alimentarios consumidos. Hasta cierto momento, el hom-

bre se preocupó por obtener alimentos para sobrevivir y en la medida que el suministro de éstos fue más controlado, las personas comenzaron a comer para vivir. Sin embargo, costumbres, maneras, etiquetas y normas relacionadas con los alimentos y su consumo emergen en épocas recientes. Algunas de estas regulaciones o normas surgen por distintas razones, tales como: clima, condiciones de la tierra y ubicación geográfica, entre otras. No obstante, los hábitos alimenticios se reglamentaron cada vez más por un sentido de propiedad que de sobrevivencia: *el comer se vinculó a una expresión de identidad*. Como consecuencia de este hecho, la producción de alimentos se consideró una actividad relevante, en la cual, la ejecución de quien los preparaba se constituía en elemento artístico, dando lugar así a especialidades características de cada región o localidad, originándose lo que hoy se conoce como especialidad gastronómica (Zago, de Sales & de Oliveira, 2013).

Las prácticas culinarias se asocian con el estilo de vida y se puede suponer que es la última fuente metafórica del concepto de sabor. En concordancia con esta polivalencia de significados, las prácticas de la alimentación pueden ser utilizadas como un laboratorio para comprender las relaciones sociales, y la manera cómo diferentes culturas preservan su sentido de identidad a través de ellas. Lo cierto es, que las prácticas alimentarias revelan las características propias de cada región, localidad o lugar, y definitivamente constituyen uno de los valores más ilustrativos de las costumbres, tradiciones y usos de los pueblos. Estos aspectos contribuyen con la preservación de la identidad de cada comunidad y minimiza la estandarización de la cultura. Asimismo, la satisfacción gastronómica está en primer lugar de los placeres derivados del viaje. La impresión favorable o no que tendrá de ella el viajero, puede condicionar su valoración y recuerdo de los restaurantes que ha visitado y de todo lo que ha visto y vivido en el viaje (Alcántara, Rivas, & Longa, 2004).

Así, a través del tiempo, en cada espacio geográfico se ha ido generando una cultura culinaria diferenciada, que viene determinada por los productos que pueden elaborarse en dicho espacio, más la creatividad que se ha aplicado en la preparación de especialidades, que refleja su cultura gastronómica. Entendiéndose entonces como gastronomía el arte de preparar y apreciar una buena comida, representando un símbolo muy importante de la identidad de los pueblos. Bajo estas premisas, se considera que las especialidades gastronómicas son parte fundamental del patrimonio cultural de cada destino y como tal se constituyen en un valor del mismo (Schenkel & Pinassi, 2015).

Por lo tanto, conocer un pueblo significa conocer su paisaje, su arquitectura, su literatura, sus monumentos, su cultura culinaria y su gastronomía, entre otros. Estas últimas representan un arte social, con un lenguaje universal comprensible por todos los hombres, porque involucran a la alimentación, el cual es un acto no limitado por fronteras, pleno de humanidad, de creatividad, depositario de tradiciones seculares y por ello vínculo del hombre con su pasado. Así se ha verificado, que existe otra dimensión del acto alimentario muy ligada con el bienestar social, derivada de la conciencia de una tradición que al ser

apreciada y cultivada, refuerza la autoestima y apuntala la identidad cultural.

En tal sentido, el organismo internacional UNESCO ha otorgado a la gastronomía el lugar privilegiado que se merece, ya que los alimentos y las bebidas son, entre los productos de un país, una de las más importantes expresiones culturales y de acuerdo con estudios de este organismo, el nivel cultural de los pueblos se mide por tres criterios: cocina, cerámica y música.

Estos hechos conllevan a la revalorización de la representación social y a la imaginación, facetas asociadas espontáneamente con la comida y conectadas con una mitología de la "tierra" y sus productos tradicionales. Comer en un sitio determinado convierte al comensal, de espectador en protagonista, y esto le permite encontrarse con otra cultura en un nivel íntimo en forma más concreta, a través de sabores, colores, preparaciones, aromas, combinaciones y creatividad. Es por ello, que al interpretar una situación histórica de los rituales en la mesa, pueden establecerse los valores fundamentales de una cultura, lo cual permite su mejor comprensión.

Bajo esta concepción, la gastronomía de un pueblo es un hito clave en su historia y a través de ella se puede profundizar en el conocimiento de la vida económica, social, cultural, psicológica, ambiental y hasta religiosa. Así, la gastronomía nacional es un atributo de relevo que pasa de generación en generación, enriquecida por los cambios en los procesos y la tecnología.

En este sentido, (Oliveira, 2007) apunta, que la última parte del siglo veinte se caracterizó por la existencia de transformaciones sociales, culturales y tecnológicas que parecen no tener un final inmediato, contribuyendo a que el progreso tienda a extenderse por varios caminos, sin mostrar indicios de interrupción, tal vez por aquello de que las crisis generan salidas y aperturas en todos los ámbitos. Precisamente, el turismo ha sido considerado como una salida para el desarrollo socio - económico de los países. Sin embargo, en la última década ha surgido una preocupación creciente en virtud de que dicha actividad no ha reportado los beneficios esperados.

Bajo estas condiciones la actividad turística no ha tenido gran relevancia como herramienta de desarrollo socio - económico, si bien es cierto, que ha sido considerada en los diferentes Programas de Gobierno como una prioridad. No obstante, la declaración de prioridad no ha estado acompañada por la definición de una visión, estrategias, programas y planes de acción para solventar las carencias estructurales que sirvan de bases para el desarrollo de una actividad turística sostenible.

En tal sentido, es posible precisar que aun cuando la actividad turística en Ecuador no ha alcanzado las expectativas que se tenían, hasta el presente se ha acumulado una experiencia (gestión, operación, formación, tecnología, mercadeo, etc.) valiosa que puede servir de apalancamiento para dicha actividad, bajo parámetros de viabilidad, sostenibilidad y participación de los sectores público y privado, dado que Ecuador mantiene su potencial turístico gracias a la riqueza de los recursos naturales, culturales y humanos que posee.

TURISMO Y GASTRONOMÍA ECUATORIANA

En general, la comida es un segmento de turismo cultural. La cultura gastronómica tiene desarrollada la oferta turística de muchos destinos.

Sostiene (Sengel, Karagoz, Cetin, & Dincer, 2015) que "la alimentación es una fuente de información valiosa. A través de la gastronomía, podemos identificar una sociedad, una cultura, una religión, una forma de vida, una clase social, un evento o por tiempo".

De acuerdo con (Guerra & Muller, 2013) la cocina local merece la atención, no solo desde el punto de vista cultural sino proporcionar un punto importante de Turismo de contactos, ya que la actividad turística de la diferencia y las características específicas de una localidad son las materias primas básicas como un medio de diferenciación de un destino turístico, haciendo hincapié en que cuanto más "típico" es un plato más valioso será.

Señala (Davila Jimenez, 2016) que "la cocina es un símbolo cultural, es la memoria, y en especial la equidad cultural de cualquier grupo social". Por lo tanto, es evidente que el símbolo de la comida desempeña una importante influencia en el turismo, siendo capaz de establecerse como un componente importante en un destino, comunidad y turistas.

Muchos destinos están tratando de desarrollar de manera sostenible y añadir valor a su ciudad a través del segmento de turismo cultural y gastronómico, la valoración de las manifestaciones locales, comida típica, la arquitectura del lugar y experiencias interculturales. Los estudios demuestran que la gastronomía ha sido valorada como elemento cultural intangible que está asociado a la mejora del atractivo de los destinos turísticos.

Para (Ceretta & Ciliane., 2012) "turismo gastronómico tiene la función simbólica la traducción de la experiencia del consumidor en sentir, en la memoria de todos lo que es único, diferente, emocionante y tener una identidad en ser descubierto".

La variabilidad alimentaria es expresión de la diversidad, creatividad y el cambio cultural en el tiempo y el espacio. La comida es un medio de comunicación, de constitución de vínculos afectivos, y de identificación y diferenciación social. El artículo de (Matta, 2014) que abre el dossier, es sobre el reciente auge gastronómico en el Perú. El autor muestra la manera en que la cocina peruana, considerada hoy como una de las mejores del mundo, se ha convertido no solo en una nueva fuente de empleo e ingreso, vía la patrimonialización y los emprendimientos, sino que ha dado lugar a un nacionalismo donde la comida es fuente de identidad, de desarrollo económico y social, y de discurso político neoliberal en el que los chefs juegan un importante papel.

Hay que tener en cuenta que una parte de la patrimonialización gastronómica está vinculada a las regiones rurales, las cuales han sido en las últimas décadas objeto de un creciente atractivo turístico debido a su multifuncionalidad, como indican (Vázquez Ordoñez, 2016). En definitiva, las distintas experiencias o proyectos concretos permiten ver la diversidad de procesos que requiere y

supone la patrimonialización de la gastronomía. Seleccionar productos y platos, caracterizarlos, preservarlos, difundirlos, promocionarlos, comercializarlos, protegerlos e incluso recuperarlos. Todas estas acciones sirven para destacar que se trata, en definitiva, de un proceso social de construcción de la gastronomía como patrimonio cultural. Porque a partir de criterios contemporáneos se reinterpreta la tradición cultural y gastronómica de un territorio concreto (Loscos Presculí, 2008).

Ecuador es un país pleno de ricas tradiciones culturales, las cuales reflejan el perfil cultural de las diversas regiones que conforman el territorio nacional. Estas manifestaciones culturales pueden ser atributos muy locales que sólo se practican en pequeñas y distantes poblaciones, lo que ha originado que algunos platos de la gastronomía nacional hayan sido sustituidos por costumbres y prácticas globalizadoras, tales como, la generalización de las hamburguesas y demás comida chatarra; en el consumo nacional. En este sentido se comprende, que en ciertas ocasiones, ha existido desconocimiento o desinformación asociado algunas veces a un débil sentido de pertenencia nacional y limitada divulgación. La realidad señala que la gastronomía ecuatoriana no ha sido considerada en su verdadero potencial, ni aprovechada como recurso turístico. Las referencias que mencionan a esta importante expresión cultural como recurso turístico son muy escasas. No obstante, las manifestaciones culinarias son susceptibles de ser rescatadas en la medida en que se vinculen con la concepción de patrimonio cultural, resaltando la dimensión en términos de su valor y su integración con el resto de los atributos que conforman la identidad nacional.

Dentro de este marco, la mayor parte de las tradiciones culturales ecuatorianas cualquiera que sea su situación actual, son el resultado de un proceso de transferencia de costumbres, modos de vida, creencias, mitos o leyendas entre los grupos que inicialmente entraron en contacto: españoles e indígenas. Más adelante, con la llegada del esclavo negro, traído de África, se conformó una trilogía de la que va a surgir la verdadera cultura ecuatoriana producto del mestizaje de estos grupos étnico - culturales. La conjunción de estos grupos influyó la identidad cultural gastronómica (siglos XVI y XVII), dando paso a innumerables claves que, en conjunto, constituyen las raíces de la cultura ecuatoriana, integrándose a su vez una porción importante de la identidad gastronómica. En los Cuadros 1 y 2, se observan algunas manifestaciones alimentarias originadas por dicha influencia.

Cuadro 1. Manifestaciones alimentarias según Grupos Étnicos

Indígenas	Españoles	Africanos
Consumo de papa, mote, granos como quinua, maíz, amaranto; vegetales como brócoli, zanahoria, alfalfa; complementado con cerdo, res, borrego y de caza, frutas y tubérculo como ocas, mashua y melloco.	Introducción de nuevos productos animales y vegetales: carne de vacuno, porcino, aves, aceites, especias, harina de trigo, vino, ajos, cebolla, lentejas, caña de azúcar.	Consumo de tubérculos como la yuca, jengibre; granos como habas, fréjol; verduras como zapallo, ají; frutas (plátanos, cocos), así como mariscos, carne de gallina, uso del aceite de palma y miel.

Fuente: Diseño propio.

Cuadro 2. Preparaciones emblemáticas de la cocina ecuatoriana por regiones

Región Costa: Esmeraldas, Santo Domingo, Manabí, Los Ríos, Santa Elena, Guayas y El Oro.

Platos	Dulcería
Encocado de pescado, cazuela de marisco, ceviche, viche, guatita, caldo de gallina, tonga, caldo de bolas, corviches, tapao de pescado, cangrejos, encebollado, chupe de pescado.	Casabe, manjar, cocadas, torta de guineo, arroz de leche, dulce de grosella, pastelitos, troliches, alfajores, melcocha, pan de yuca, helado de coco, bombones, humitas, ensalada de frutas.

Región Andina: Tulcán, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Azogues, Azuay, Loja.

Platos	Dulcería
Hornado, fritada, seco de borrego, yaguarloro, tripa misqui, cevichochos, repe, chuchucas, cascaritas, papas con cuero, mote pillo, llapingachos, fanesca, sopa de verduras, coladas.	Bizcochos, higos con queso, helados de paila, ayuyas, colaciones, dulces de frutas, espumilla, panes de dulce, tortas, mermeladas, quimbolitos, quesadillas, buñuelos, colada morada.

Región Amazónica: Sucumbíos, Pastaza, Morona Santiago, Orellana, Zamora Chinchipe, Napo.

Platos	
Ayampacos de pescado, maito de pescado, volqueteros, pinchos de chontacuros, chicha de yuca, truchas y tilapias asadas, inchicapi, seco de guanta y venado, humitas, melcocha, dulce de caña, ayahuasca.	

Región Insular: Las Islas Galápagos.

Platos	Dulcería
Ceviche de canchalagua, arroz marinero, bolón de verde, bacalao, seco de chivo, langosta, sopa marinera, sopa de pepino de mar.	Pan de yuca, panes de sal y de dulce, tortas, dulce de higos, tomate kumato, plátanos dulces, queso de piña.

Fuente: Elaboración propia.

En esta perspectiva, la gastronomía ecuatoriana se mantiene como parte fundamental del patrimonio cultural, con un valor intrínseco, y puede ser un valor agregado dentro de la actividad turística, constituyéndose en una oferta válida de los distintos destinos en el ámbito nacional. De esta manera, se reconoce al turismo como creador de impresiones de las tradiciones en el terreno local y regional para atraer a los turistas.

El análisis precedente, permite señalar que dentro de la cocina nacional existen preparaciones emblemáticas que representan la herencia cultural ecuatoriana, ya que en ellas se funden los aportes de los grupos indígenas, españoles y africanos. Otras preparaciones son específicas de la cocina regional, donde tuvieron mayor o menor influencia cada uno de estos grupos étnicos, dependiendo de los procesos históricos locales de formación de sus sociedades y de los recursos disponibles en el medio geográfico regional. Estas preparaciones se presentan en el Cuadro 2, en el cual se refleja la presencia de una cocina tradicional con un repertorio extenso, que puede ser desarrollado bajo estrategias de competitividad, con una perspectiva de actuación local y visión nacional. Es decir, como señala (Rosen, Digh, Singer, & Phillips, 2000), cada país debe encontrar un equilibrio saludable entre preservar la identidad, sobrevivir y prosperar dentro de un sistema globalizado. Este hecho ha impulsado a las naciones a desarrollar nuevos modos de pensamientos y actuaciones locales y globales. En consecuencia, se impone el reconocimiento de las prácticas alimentarias, no solamente de los productos en sí mismos, sino también de los diferentes medios físicos o equipos y rituales que se utilizan en su preparación y en su consumo, como un modo de actuación local.

PATRIMONIALIZACIÓN

Visto de esta forma, en este estudio se establece que la *Patrimonialización de la Gastronomía* es el proceso de revalorización de las prácticas culinarias, tanto de sus productos como de los medios físicos o equipos y rituales que se utilizan en su preparación, los cuales son característicos de un área geográfica y han constituido un valor cultural a través de las generaciones, considerándose válidas aquellas prácticas que a través del tiempo han necesitado embellecimiento, adaptación o creatividad para ser preservadas.

Así, la *patrimonialización* es relevante frente a la mencionada dinámica, ya que, a través de su inserción en este escenario, se establece que uno de los valores de la cultura ecuatoriana permanezca a través del tiempo y se transforme en una ventaja competitiva en actividades tales como el turismo.

Una de las estrategias viables podría ser la creación de unidades de negocios en el área de servicios de alimentación, con una oferta de preparaciones representativas de la cocina ecuatoriana, con estructuras de costos diferenciadas, un producto de alta calidad y con la participación comunitaria. Se plantea entonces como alternativa la integración de la *patrimonialización* de la

gastronomía venezolana en un proceso de cinco fases atendiendo a un orden práctico para su aplicación, como se puede observar en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Aplicación Estratégica del Concepto de Patrimonialización.

<p>Fase I ¿Dónde estamos ahora?</p>	<p>1.- Identificación del Patrimonio Gastronómico: culinaria, tradición, práctica, producto, equipos.</p> <p>2.- Perfil de la Ubicación: económico, poblacional, capital humano, climatológico, tecnológico, cultural, entorno legal, infraestructura básica y de servicio, estructuras turísticas, vocación del área, otros.</p> <p>3.- Concepto de producto/servicio: restaurantes, confiterías, ventas ambulantes, paraderos, otros.</p> <p>4.- Consumidor: Demanda actual, demanda potencial, oportunidades.</p>
<p>Fase II ¿Dónde nos gustaría estar?</p>	<p>Definición de una política de Estado con intervención local, regional y nacional que establezca un entorno macroeconómico favorable e impulse el área tecnológica hacia la formación de pequeñas y medianas empresas.</p> <p>1.- Unidades de Negocios: definición del producto/servicio, estructura de costos, equipamiento, procesos, recursos humanos calificados, segmentación, aprovisionamiento.</p> <p>2.- Redes de Servicios: modalidades de operación, asociación con productores, asesorías técnicas, acceso a los sectores productivos, financieros, científicas, educativas y tecnológicas, sostenibilidad.</p> <p>3.-Rutas Gastronómicas: Agencia de gestión, el valor de la gastronomía como producto de la cultura nacional.</p>
<p>Fase III ¿Cómo llegamos allá?</p>	<p>1.- Planificación Táctica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinación de objetivos, de desarrollo y calidad. • Programas en: adiestramiento acelerado, revalorizaron del turismo cultural, financiamiento, etc. <p>2.- Planificación Estratégica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyección y expansión de la red de servicios. • Desarrollo de rutas gastronómicas en el ámbito local, regional y nacional.
<p>Fase IV ¿Cómo nos aseguramos que llegamos allá?</p>	<p>Programa de Gestión: Programas de seguimiento y control.</p>

Fase V ¿Cómo sabemos que llegamos?	Programa de Gestión: Programas de evaluación. Proyección y expansión de la red de servicios considerando criterios de sostenibilidad.
---------------------------------------	---

Fuente: (Alcántara , Rivas , & Longa, 2004).

Lograr la combinación que genere una organización de acuerdo con lo expresado en dicho esquema, es lo relevante para alcanzar una posición competitiva local, nacional y global. Por lo tanto, este proceso de *patrimonialización* permitirá el ajuste de la gastronomía tradicional, no sólo para seguir las tendencias del siglo XXI, sino para afianzar y crear las denominadas rutas gastronómicas. Si la decisión está asociada al desarrollo de pequeñas empresas, esta debe estar conectada con la formación de cadenas o redes de servicio donde cada eslabón representado por productores agrícolas, artesanos, transportistas, servicios de seguridad, asesorías técnicas: legales, marketing, adiestramiento, financieras y económicas, entre otros, sea un valor agregado para la misma. Dicha estructura proporcionará el acceso a los grandes sectores productivo, financiero, científico, tecnológico y educativo.

Según el Cuadro 3, cada unidad de negocios debe definir claramente el producto que ofrece, la estructura de costos, equipamiento, procesos, recursos humanos, proveedores, segmentos de mercados y valor agregado que aporta. A su vez, los integrantes del tejido productivo deben plantear un programa de gestión, cuya principal función sea coordinar el esfuerzo de desarrollo, mantenimiento, control, evaluación y proyección, dirigida a la estructuración de rutas gastronómicas. En este sentido, se busca proponer la creación de organizaciones, la posibilidad de inserción en las comunidades como entes generadores de empleo y con la intención intrínseca de promover los valores culturales de cada región.

CONCLUSIÓN

El proceso de *patrimonialización* fortalecerá la gastronomía nacional impulsando el desarrollo de los procesos y la creación de productos únicos y sostenibles, que conformen una oferta competitiva dirigida a la estructuración de rutas gastronómicas, en las cuales la participación comunitaria represente un valor agregado dado su rol protagónico dentro del proceso.

El valor de la gastronomía como producto nacional determina acciones precisas hacia la patrimonialización de dicho valor. Mantenerlo sólo como un concepto mistifica la posibilidad que le da su función rememorativa a través de la cual puede ser comprendida la identidad nacional, además de ofrecer elementos originales que, combinados con una estructura organizacional sostenible, puede representar la ecuación del éxito. Es decir, el correcto balance entre valores culturales, identidad y cambios.

La gastronomía tradicional es un valor cultural importante que puede y debe ser integrada a los destinos turísticos, dado que ofrecerá a los visitantes nacionales o foráneos el conocimiento de las cocinas: locales, regionales y nacionales.

La revalorización de la gastronomía nacional se puede promocionar el uso de determinados alimentos, propiciándose la renovación de su consumo, así como procesos, equipos y rituales utilizados en su preparación, los cuales se convierten en puntos claves de la identidad nacional, y en ventajas competitivas en actividades turísticas.

En definitiva, las distintas experiencias o investigaciones permiten ver la diversidad de procesos que requiere y supone la patrimonialización de la gastronomía. Seleccionar productos y platos, caracterizarlos, preservarlos, difundirlos, promocionarlos, comercializarlos, protegerlos e incluso recuperarlos. Todas estas acciones sirven para destacar que se trata, en definitiva, de un proceso social de construcción de la gastronomía como patrimonio cultural. Todo esto pone nuevamente a la vista de todos, la relación directa con el patrimonio, la gastronomía y el turismo.

Trabajar en conjunto con la academia, el ministerio de turismo y el sector privado en la difusión y revalorización de nuestras costumbres, platos típicos y gastronomía es una tarea pendiente y ardua para convertir al Ecuador en una potencia gastronómica. Sin embargo, lo que se necesita para esto es que el recurso gastronómico se convierta en producto turístico, que esté perfectamente definido y que sea puesto en el mercado a través de las empresas o emprendimientos turísticos públicos o privados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alcántara , M., Rivas , A., & Longa, O. (2004). La patrimonialización de la gastronomía venezolana como estrategia de desarrollo turístico. *Anales Venezolanos de Nutrición*, 18-24.
- Ceretta, & Ciliane., C. (2012). Eventos de la marca: valor turístico de la evidencia . *Pasos*.
- Colasurdo , M., & Sartori, J. (2011). La Conformación de la etnicidad a partir de los hábitos alimenticios: su abordaje desde la antropología y la arqueología histórica. *Revista de Arqueología Histórica Argentina y Latinoamericana*, 125-146.
- Davila Jimenez, R. (2016). *Análisis de factores que inciden en la pérdida de las costumbres y tradiciones que posee la Provincia de el Oro*. Machala.

- Guerra, M., & Muller, A. (2013). Herencia de la colonización alemana en la gastronomía de Novo Hamburgo (RS, Brasil). *Turismo y patrimonio*.
- Loscos Presculí, E. (2008). Reseña de "Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo" de Jordi Tresserras y F. Xavier Medina. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6.
- Matta, R. (2014). Introducción: Comida, cultura y política. *Revista Colombiana de Antropología*, 7-8.
- Oliveira, S. (2007). La importancia de la gastronomía en el turismo: Un ejemplo de Mealhada - Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 261-282.
- Olivera, A. (2011). Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios. *Cuadernos de Turismo*.
- Rosen, R., Digh, P., Singer, M., & Phillips, C. (2000). *Global Literacies: Lessons on business leadership and national cultures*. New York: Simon & Schuster.
- Schenkel, E., & Pinassi, A. (2015). Patrimonios de la Humanidad: estrategia de la política turística en la Argentina. *Revista Universitaria de Geografía*, 24.
- Sengel, T., Karagoz, A., Cetin, G., Dincer, F., Ertugral, S., & Balik, M. (2015). Tourists' approach to local food. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 429-437.
- Stigliano, B., & César, P. (2011). Paisaje cultural y el turismo rural: contribuciones a la ruta de Inmigrantes Road. *Rosa dos Ventos*, 2.
- Vázquez Ordoñez, P. (2016). *Análisis histórico comparativo de la forma de preparación de los platos más destacados de la gastronomía ecuatoriana*. Quito.
- Zago, A., de Sales, G., & de Oliveira, P. (2013). Eventos Culturais e Stakeholders: A Gastronomia Como Fator Promocional do Turismo no Festival Revelando São Paulo. *Rosa Dos Ventos-Turismo e Hospitalidade*, 2-5.

Recibido: 10/08/2017 | Aceptado: 18/10/2017