

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Modelo de gestión empresarial para el patrimonio alimentario

Carlos Fernando Inga Aguagallo, Osmany Pérez Barral

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, Ecuador

La investigación desarrolla una reflexión en torno a los desafíos que en la actualidad siguen presentes en materia alimentaria. Se centra en la tensión que provoca la inadecuada administración de los establecimientos de alimentos y bebidas, cuyo giro de negocio es la gastronomía típica y tradicional. Por lo tanto, el objetivo de la investigación es desarrollar un modelo de gestión que permita la evaluación y posterior toma de decisiones en relación a la preservación del patrimonio alimentario, para así sustentar el desarrollo del turismo gastronómico ecuatoriano. Para ello, se realiza una investigación de tipo descriptivo-explicativo, que se vale de un enfoque mixto de corte transversal. Asimismo, se emplean la encuesta y la observación directa como técnicas y métodos de evaluación para obtener información. La investigación se sustenta en instrumentos previamente validados por expertos, con la finalidad de conseguir información sobre la problemática, con lo que se llega a la respuesta mediante una propuesta efectiva sobre el problema planteado. De esta manera, desde un análisis metódico de los diversos modelos administrativos, se estructura una tipología que permite a los prestadores de servicios gastronómicos, a través de sus actores, avanzar en la comprensión de un modelo apropiado de gestión y en la necesidad de su implementación como herramienta administrativa de primer orden.

Palabras clave: patrimonio alimentario, turismo gastronómico, modelo de gestión

Business management model for food heritage

The research develops a reflection around the challenges that are still present in the food sector, focusing on the tension caused by the inadequate administration of food and beverage establi-



<https://doi.org/10.18800/contabilidad.202201.006>

Contabilidad y Negocios (17) 33, 2022, pp. 141-166 / e-ISSN 2221-724X

shments whose business line is typical and traditional gastronomy, for Therefore, the objective of the research is to develop a management model, which allows the evaluation and subsequent decision-making in relation to the preservation of food heritage and thereby sustains the development of Ecuadorian gastronomic tourism; For this, a descriptive-explanatory research is used, using a mixed cross-sectional approach. Likewise, the survey and direct observation are used to obtain information, such as evaluation techniques and method. The research is based on instruments previously validated by experts; with the purpose of obtaining information regarding the problem, giving an answer, by means of an effective proposal of the problem posed. In this way, from a methodical analysis of the various administrative models, a typology is structured that allows gastronomic service providers, through their actors, to advance in the understanding of an appropriate management model and the need for its implementation as first-rate administrative tool.

Keywords: food heritage, gastronomic tourism, management model

Modelo de gestão empresarial para o patrimônio alimentar

A pesquisa desenvolve uma reflexão sobre os desafios que ainda hoje estão presentes na questão alimentar. Centra-se na tensão causada pela administração inadequada dos estabelecimentos de alimentação e bebidas, cujo ramo de atividade é a gastronomia típica e tradicional. Portanto, o objetivo da pesquisa é desenvolver um modelo de gestão, que permita a avaliação e posterior tomada de decisão em relação à preservação do patrimônio alimentar, a fim de sustentar e, assim, sustentar o desenvolvimento do turismo gastronômico. Para isso, realiza-se uma pesquisa do tipo descritivo-explicativo, que se utiliza de uma abordagem transversal mista. Da mesma forma, o levantamento e a observação direta são usados para obter informações, como técnicas e métodos de avaliação. A pesquisa é baseada em instrumentos previamente validados por especialistas; com o objetivo de obter informações sobre o problema, com o qual a resposta é dada, por meio de uma proposta efetiva do problema colocado. Desta forma, a partir de uma análise metódica dos diversos modelos administrativos, estrutura-se uma tipologia que permite aos prestadores de serviços gastronômicos, através dos seus atores, avançar na compreensão de um modelo de gestão adequado e da necessidade da sua implementação. ferramenta administrativa de pedidos.

Palavras-chave: patrimônio alimentar, turismo gastronômico, modelo de gestão

1. INTRODUCCIÓN

El patrimonio alimentario ecuatoriano, valorado como diverso, único y sostenible, está recobrando su indiscutible importancia en el fortalecimiento del turismo nacional durante la última década. Esto se debe a diversas razones, como la implementación de políticas públicas que promueven la soberanía alimentaria respetando los procesos productivos locales y el acceso adecuado a los alimentos, así como el empoderamiento de los ciudadanos para mantener una cultura alimentaria relacionada al producto local.

Al respecto, el amplio bagaje alimentario que posee el país es evidente a nivel mundial por la presencia del Ecuador en eventos internacionales. Concretamente, se destaca su participación en la Feria Internacional de Turismo (en adelante, FITUR), catalogada como la más importante de Europa, cuya sede es España. Esto ha permitido que la creación de la propuesta presentada al evento haya obtenido el premio por la plataforma digital ecuatoriana App GoUio¹ en la categoría «Premios Excelencias Turísticas 2018». A su vez, de acuerdo a los reportes del Ministerio de Turismo (MINTUR, 2021), en la edición de FITUR 2020, la prefectura de Chimborazo «mantuvo reuniones de trabajo con representantes de PRO ECUADOR, Negocios sin Fronteras, Turalza Touring, Embajador de Ecuador en España, Universidad Complutense de Madrid, Operadora Maquita Turismo y varios expertos de la industria turística», (pp. 52-54). Así, se ha reconocido la expansión de la oferta cultural y natural de los Andes ecuatorianos. De la misma manera, en ITB Berlín, que tiene más de 10 000 expositores de todo el mundo y alrededor de 170 000 asistentes, se destaca la participación del turismo nacional ecuatoriano desde el año 1968. Dicho evento contribuye con la generación de reuniones con los medios de comunicación internacionales, proveedores, operadores turísticos, agencias de viajes, representantes gubernamentales, así como con la realización de acuerdos de cooperación con la Asociación Mundial de Turismo de Aventura, la Asociación Internacional de Ecoturismo y la Asociación en Alemania de Promoción de Turismo en Latinoamérica MINTUR, (2021). Estos son espacios que tratan globalmente la promoción del turismo nacional y en cuyo sistema integral se aborda la actividad culinaria. También destaca la participación de Ecuador en otras ferias gastronómicas. Entre ellas, se encuentran el Festival Salon du Chocolat en Francia; Salone del Gusto y Tierra Madre en Italia; Madrid Fusión en España; ferias nacionales con impacto mundial, como MESABE Ecuador, Raíces, Guayaquil Gastronómico y Patrimonio Culinario de Altura, entre otras. Estos últimos eventos han puesto en la palestra mundial la diversidad gastronómica presente en Ecuador; además, se caracterizan por

¹ La aplicación ofrece galardones en el ámbito turístico y gastronómico iberoamericano.

el aprovechamiento del producto local y puesta en valor de las técnicas ancestrales de producción alimentaria y servicio.

Los antecedentes mencionados y las cifras expuestas por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) corroboran las buenas perspectivas del crecimiento turístico de Ecuador, que, indiscutiblemente, es fortalecido para versiones futuras de los eventos mencionados y que se realizan años tras años por el área gastronómica, enfocada en una gastronomía de salud y con responsabilidad alimenticia. Así lo demuestran los resultados desde 2017 hasta 2019 no solo en el contexto alimenticio, sino también desde la óptica del incremento de los ingresos por concepto de turismo internacional (con cerca de 1548 millones de dólares).

No obstante, como señala Vicuña (2016), existe evidencia científica de limitantes significativas que tiene el rubro gastronómico a nivel nacional en Ecuador. Entre los obstáculos, sobresalen la falta de institucionalidad, la deficiente calidad del servicio, la inseguridad y el insuficiente recurso económico. Además, aún persiste una limitada y deficiente gestión; la desmotivación del talento humano; y los efectos adversos de la pandemia por el virus COVID-19 en el turismo mundial, que detienen la oportunidad de crecimiento económico en dicho ámbito en el país.

En tal sentido, los enfoques del patrimonio alimentario y la gastronomía autóctona de un pueblo inciden también en los resultados de la gestión alimentaria. Así, se concuerda con Fernández et al. (2016) cuando consideran que se «ha alcanzado crecientes niveles, por su gran aporte al valor competitivo de la oferta turística» (p. 118). Sin embargo, también aparecen problemáticas relacionadas al limitado conocimiento de herramientas de gestión por parte de los actores del turismo gastronómico: a pesar del nivel insuficiente o limitado de formación profesional, y de la improvisación, la competencia les exige a los involucrados en el sector adoptar herramientas de gestión avanzadas que potencien la actividad administrativa en los negocios y se adecuen a las características propias de los establecimientos de alimentos y bebidas.

Lo expuesto confirma la importancia de contar con el desarrollo de un modelo de gestión para el patrimonio alimentario por la necesidad de potenciar el rubro turístico/gastronómico de la zona objeto de estudio. Esto se debe al enfoque de aplicabilidad de la propuesta, que se fundamenta en la cadena de valor y los elementos de trazabilidad. Así, se fortalece el patrimonio natural y cultural alimentario de Ecuador.

2. ESTUDIO TEÓRICO DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO ECUATORIANO

El patrimonio alimentario ecuatoriano está cimentado en sabores y saberes con amplia diversidad que concede a cada región una particularidad asociada al deleite del buen comer y beber de manera saludable y responsable. De esta manera, existe una amplia riqueza culinaria y un valor histórico en la gastronomía ecuatoriana, que tiene saberes ancestrales y prácticas que promueven el empoderamiento cultural mediante sistemas alimentarios basados en la trazabilidad y expresiones de un universo patrimonial que merece ser aprovechado y comunicado al mundo (Unigarro, 2015). Entonces, son las comidas tradicionales de los pueblos las que conducen a denominar a la actividad gastronómica como «patrimonio» de un país.

Al respecto, el patrimonio alimentario es considerado un bien de consumo en términos económicos (Espeitx, 2004), cuya particularidad recae en su complicación actual debido a la emergencia sanitaria por el COVID-19. En este contexto, se ha sentido un impacto en el ámbito financiero por el cierre de emprendimientos dedicados al área alimentaria tradicional. Por ello, el consumidor ha generado cambios en los hábitos alimenticios, que incluyen la falta de abasto de comida, la inadecuada selección de alimentos, estrés emocional, menor frecuencia y cantidades de consumo, así como cambios en el estilo de vida por el aislamiento, como lo manifiestan Castañeda Vergara et al. (2020).

Dado lo expuesto, se evidencia la necesidad de la implementación de los protocolos de bioseguridad con un concepto de positivismo para enfrentar los riesgos de los clientes. Estos contribuyen a fomentar la conciencia y práctica salubre en la prestación del servicio, pues la seguridad alimentaria e inocuidad son parámetros primarios en la oferta, íntimamente ligados al buen comer y las propiedades organolépticas del plato o bebida. También se busca educar a los prestadores y clientes para tener un comportamiento adecuado dentro de los establecimientos alimenticios para evitar riesgos de salud por contaminación de los clientes o prestadores enfermos por COVID-19.

Asimismo, se percibe que, dentro de la amplia oferta del patrimonio alimentario local, existe un limitado conocimiento que priorice la problemática del saber culinario. Entonces, la proyección debe enfocarse en formar culturalmente a los niños, jóvenes e inclusive adultos que desconozcan a profundidad los productos locales que son de nutrición sana para el organismo. En este contexto, se coincide con las apreciaciones de Álvarez y Medina (2008), y Dalouh et al. (2019), quienes señalan que el nivel de empoderamiento sobre tradiciones, identidad y cultura alimentaria se ve mermado por la falta

de entendimiento y compromiso. En el sector gastronómico persisten personas que se limitan al consumo de un plato o bebida, pero desconocen plenamente los procesos productivos transmitidos durante varias generaciones y que aportan de gran manera a la valoración de la gastronomía elaborada artesanalmente dentro de un territorio (Siza Buñay & López Pérez, 2016). Entre dichos procesos destacan aspectos relacionados con técnicas ancestrales de cocción; ingredientes como la oca, mashua y camote (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2013), entre otros, consumidos desde tiempos remotos (antiguos) por los aborígenes de la sierra ecuatoriana (Arellano Guerrón & Aulet Serrallonga, 2017); y tradiciones que involucran la preparación propiamente dicha.

De esa manera, el entendimiento del patrimonio alimentario conduce a la diferenciación de dos fases que lo promueve: en primer lugar, el patrimonio natural alimentario, que es el cúmulo de conocimientos y saberes ancestrales asociado a un alimento durante todo su ciclo productivo hasta cuando es considerado como materia prima para la práctica gastronómica (Villalva, 2018); y, en segundo lugar, el patrimonio cultural alimentario, que estudia los ingredientes, técnicas de producción, métodos, protocolos, la seguridad alimentaria y el servicio de una receta propia de la localidad. Así, se reconoce que la gastronomía ecuatoriana posee un gran valor histórico y contemporáneo, una riqueza culinaria construida a lo largo del tiempo por los sabores y saberes adaptados a la biodiversidad del país, y costumbres y tradiciones que otorgan las cuatro regiones asociadas al placer del buen comer (Prado, 2015). Entonces, se considera el fundamento para consolidar la cultura alimentaria del Ecuador (Herrera Pérez & Muñoz Oviedo, 2019). De manera general, esto puede contribuir al desarrollo de la gastronomía ecuatoriana desde un sentido creativo e innovativo.

De acuerdo a lo planteado, el apropiamiento cultural es fundamental en el turismo gastronómico. Se trata de un elemento importante por medio del cual la comunidad oferta a los turistas la diversidad gastronómica local. Esto implica la adecuación de espacios; el uso de producto local; la trazabilidad alimentaria; la visita a restaurantes tradicionales o de comida local; y la realización de festivales gastronómicos (Flavián & Fandos, 2011), como en el caso del cantón Guano-Ecuador, donde existe un adecuado flujo gastronómico de comida tradicional. Dicha modalidad de turismo tiene actividades relacionadas con la participación en fiestas locales en diversas fechas del año calendario. Entre ellas, destacan la celebración de la fundación del cantón y la celebración del carnaval, entre otras, como señalan Santana Talavera (2003) y Cárdenas Naranjo (2015).

A partir de lo anterior, se reconoce que las prácticas socioeconómicas habituales se fortalecen y perduran en el tiempo, y se hacen sostenibles para los establecimientos

gastronómicos. Además, el turista ha elevado su cultura alimenticia, por lo que el prestador de servicios gastronómicos debe estar actualizado con respecto al conocimiento de las tendencias alimenticias por medio de herramientas como el comercio electrónico, estrategias de servicio postventa, y estrategias de diferenciación y fidelización de clientes, entre otras. Por ello, Arellano López (2014) considera la necesidad de una gestión adecuada que garantice la calidad y mejora continua con instrumentos adaptados o diseñados para el ámbito alimentario. Sin embargo, esto no debe conllevar bajo ningún concepto a la alteración de la esencia cultural.

Al respecto, una de las herramientas que puede contribuir a mejorar el enfrentamiento de todos los problemas suscitados o mencionados consiste en un modelo de gestión para el patrimonio alimentario en Ecuador, concebido como un gestor de estrategias que busca la consecución de los objetivos, la misión y la visión empresarial para las empresas de alimentos y bebidas (Rodríguez, 2004, p. 15). De acuerdo a lo investigado en el cantón y a partir de la generalización de la información a un ámbito provincial, dicho modelo de gestión no ha sido desarrollado para el área de objeto de estudio. Entonces, se necesita entender o sostener determinadas variables que inciden en el estudio que se realiza para profundizar en la propuesta. Entre las variables, se encuentran la estructura pública, el financiamiento que tiene el sector (en este caso particular, en el ámbito gastronómico cantonal), y la infraestructura comunal y regional para eventos o concentraciones de personas en diferentes tipos de actividades que demanden servicios gastronómicos. Al respecto, autores como Correa (2015), Carrión et al. (2016) y Yáñez (2018) consideran que existe evidencia de la participación estatal para impulsar el desarrollo de las empresas a partir de un modelo de gestión bien elaborado, planificado y organizado, que permite la detección y corrección de las falencias (errores) que hoy se aprecian en los establecimientos gastronómicos en la parte productiva y en la prestación del servicio al cliente.

A partir de los antecedentes teóricos abordados, se evidencia que existen voluntades de superación turística y cultural. Sin embargo, la gestión del patrimonio alimentario es deficiente, lo cual influye en el desarrollo turístico del sector e induce a procesos de transculturación, que de alguna manera lo convierte en un elemento nocivo para la localidad. Para mitigar tales efectos, el modelo de gestión se enfoca en las necesidades detectadas (Colcha Chacha, 2019) y en los factores de calidad que aprueban efectos de diferenciación con desarrollo sostenible. Esto conduce a determinar estrategias de sostenibilidad a partir del desarrollo turístico mediante servicios de calidad, como afirma Calvopiña Andrade (2017) en sus estudios.

3. METODOLOGÍA

La metodología del estudio se enfoca en un tipo de investigación descriptivo-explicativo, con la finalidad de profundizar en la propuesta de un modelo de gestión patrimonial alimentaria, sustentada esencialmente en los métodos teóricos de análisis-síntesis. El estudio se desarrolla en el cantón Guano de la provincia de Chimborazo (Ecuador), popularmente conocido como la capital turística y artesanal de Ecuador. Se realizó el estudio en acuerdo entre los autores de la investigación y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (en adelante, GADM) del cantón mencionado, perteneciente a la zona 3 en la región interandina o sierra, donde el flujo turístico asociado al turismo gastronómico ha incrementado en los últimos cinco años. Por ello, el tipo de investigación mencionado permitió referir el estado situacional del patrimonio alimentario en el cantón Guano con el análisis de las siguientes dimensiones: representaciones, creencias, conocimientos y prácticas ancestrales. Así, se generaron ideas concretas para los prestadores de servicios de alimentación y turísticos. De esta manera, se profundizó en los indicadores analizados para este proceso de investigación. Concretamente, destacan los siguientes indicadores: caracteres de identidad, saberes ancestrales, procesos culinarios, seguridad alimentaria, innovación del producto, planes comunicacionales, generación de experiencia, empatía, elementos tangibles, fiabilidad, seguridad y capacidad de respuesta.

En concordancia con lo expuesto en el estado del arte, y a partir del entendimiento de la práctica como una categoría central y deductiva del estudio para la generación de conocimiento técnico y efectivo Guevara, (2016), se fundamenta y sustenta el método de investigación documental. Para ello, se revisaron en total 118 documentos de los últimos cinco años, que incluyen proyectos de investigación, proyectos integradores de saberes, artículos científicos, acuerdos ministeriales, y reportes y ordenanzas municipales (físicos y digitales). Toda esta información fue analizada bajo una revisión sistemática que, de acuerdo a criterios de inclusión y exclusión, permitió priorizar la información de 25 documentos catalogados como relevantes para la investigación.

Del mismo modo, al no manipular deliberadamente las variables de la investigación, se desarrolló un estudio no experimental de corte transversal con enfoque mixto. Para ello, se emplearon la encuesta y la observación directa como técnicas para la recolección de datos. Los instrumentos de investigación han sido previamente validados por expertos de la Universidad Nacional de Chimborazo, la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, el GADM Riobamba, el GADM Guano, el MINTUR y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC). Además, fueron sometidos al estadígrafo alfa de Cronbach para determinar su confiabilidad. El resultado para la encuesta dirigida a gestores de

restaurantes de comida tradicional fue de 0,859, con una calificación de «bueno»; por otro lado, la encuesta aplicada a turistas obtuvo un resultado de 0,872 con la misma calificación. Así, se corroboró la fiabilidad de los instrumentos aplicados.

En el estudio, las poblaciones que fueron objeto de análisis estuvieron constituidas por 51 gerentes de alimentos y bebidas de los restaurantes del cantón Guano de comida tradicional, a quienes se les consultó sobre el nivel de conocimiento de los saberes ancestrales gastronómicos y los procesos productivos; y por 3101 turistas y visitantes, que, según el reporte del GADM Guano, corresponden a la media mensual de personas que llegaron al cantón en el año 2019. De acuerdo con el cálculo de la muestra para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95% y error del 5%, se aplicó el instrumento de evaluación a 292 visitantes. Se les consultó sobre la percepción del servicio alimentario recibido vinculado con indicadores culturales. Los resultados obtenidos fueron analizados y permitieron generar un sólido criterio sobre las características que un modelo de gestión debe mantener para el objeto de estudio.

4. RESULTADOS

4.1. Propuesta del modelo de gestión del patrimonio alimentario

Ecuador es un país muy diverso por su gastronomía, catalogada como única y sostenible, puesto que cuenta con una gran variedad de recursos agrícolas y pecuarios dada su ubicación geográfica y pisos climáticos. Por ello, el MINTUR ha denominado a Ecuador como «el país de los cuatro mundos». Debido a ello, el valor del patrimonio alimentario ecuatoriano, tanto natural como cultural, es inmensurable. Entonces, es preciso gestionarlo oportuna, adecuada y eficientemente.

La propuesta de modelo de gestión del patrimonio alimentario se diseña al determinar que el 92,16% de establecimientos de gastronomía tradicional del cantón Guano no cuentan con herramientas administrativas especializadas; además, los pocos que sí cuentan con herramientas no las utilizan efectivamente. Esto permite deducir un efecto de crisis administrativa, relacionado con un deficiente control de costos e inventarios en, por ejemplo, 96,07% y 100% de establecimientos, respectivamente.

En el marco del conocimiento ancestral del patrimonio alimentario, el análisis fundamenta que los custodios de los saberes, quienes aún mantienen las tradiciones alimentarias de antaño y las reflejan en sus establecimientos integralmente, son personas mayores de 65 años en un porcentaje del 5,88% de la muestra. Por su parte, el 94,12% restante ha preferido modificar ciertos componentes en la prestación del servicio por efectos de la globalización, la disminución de tiempo en la producción,

la transculturación y la diversificación de la oferta gastronómica. Con respecto a los procesos en los restaurantes, se evidencia que el 100% de gestores de alimentos y bebidas desean que estos mejoren mediante la implementación de herramientas administrativas proactivas, para lo cual se toman en cuenta procesos de capacitación previa, pues ese tipo de insumos no son familiares para ellos. Asimismo, en general, el cliente/turista se siente satisfecho por el servicio (70,92%), considerando que las propiedades sensoriales y la atención al cliente son los elementos claves para dicho criterio. Otros juicios apuntan a la necesidad de mejorar componentes relacionados con la ambientación del espacio (4,11%), ruidos ocasionados por objetos y personas (5,48%), y aspectos vinculados con la seguridad alimentaria (19,49%). Así, se evalúa el reconocimiento positivo sobre la percepción del establecimiento.

Las opiniones sobre mantener los efectos de tradicionalidad en la prestación del servicio apuntan a la tecnificación de los procesos y a su profesionalización para efectos de seguridad alimentaria. De esta manera, se mantiene el mayor apego a la ancestralidad en cuanto a técnicas e ingredientes (97,26%). No obstante, en la actualidad, destaca que las nuevas generaciones buscan nuevas ofertas vinculadas con el aprovechamiento del producto local (fusiones en la gastronomía culinaria). Con estos antecedentes, se fundamentan los preceptos para el diseño de un modelo de gestión que cubra las dimensiones detectadas con parámetros de sostenibilidad y participación íntegra tanto del cliente interno como externo de los establecimientos gastronómicos con la cultura, historia y memoria de un pueblo, mediante la generación de experiencia con su llegada al territorio. Así mismo, el modelo se sustenta en la necesidad tácita de gestionar el patrimonio alimentario con indicadores que permitan una adecuada toma de decisiones netamente vinculante al servicio de alimentos y bebidas tradicionales, tras realizar el análisis.

A partir de lo expuesto, es necesario contextualizar el cantón donde se desarrolla la propuesta de esta investigación. El cantón Guano tiene una demanda turística considerable de acuerdo a reportes de la Jefatura de Turismo del año 2019. La mayor parte de este flujo está conformada por turistas nacionales (87,15%); y, en menor grado, por turistas extranjeros (15%). Sin embargo, en el periodo transcurrido de 2020, correspondiente al primer semestre, la baja ha sido considerable por la pandemia del COVID-19. Por otra parte, la gestión en los establecimientos de alimentos y bebidas constituye un elemento primordial en la consecución de objetivos y metas empresariales. Por ello, se inicia con el diseño de estructuras sólidas en la estandarización de procesos. Se entiende que la herramienta de gestión tiene determinados indicadores que puedan medir los resultados relacionados a determinadas variables como, por ejemplo, cultura alimentaria, trazabilidad y prestación del servicio gastronómico.

En un sentido amplio, la cultura alimentaria del cantón Guano está constituida por las tradiciones y costumbres transmitidas de generación en generación, tales como los métodos de cocción ancestrales, es decir, la producción o elaboración de las dietas de consumo diario de los pobladores y turistas; las elaboraciones culinarias simbólicas, que han sido objeto de amplio reconocimiento a nivel nacional e internacional; y la creación de emprendimientos gastronómicos, que son los principales beneficiarios del modelo de gestión cultural.

Frente a lo anterior, destacan los platillos y bebidas patrimoniales de la cultura alimentaria del cantón Guano, entre los que se encuentran la fritada, compuesta por carne de cerdo sometida a un doble método de cocción (ebullición tipo sancochado y fritura parcial) o profunda en su mismo recurso graso; el chorizo, elaborado artesanalmente por los lugareños²; el maduro frito, que se encuentra en el mismo género graso de la carne; el tostado; el mote pelado y cocido; la ensalada de lechuga criolla y tomate, aderezada con el típico agrio; y los llapingachos. Otros productos en el cantón Guano reconocidos por los turistas y a nivel nacional son la chicha huevona, bebida patrimonial de la localidad compuesta por un licuado de chicha de jora dulce y fermentada por lo menos tres días; los huevos de campo; el licor artesanal denominado «puntas»; la cerveza que, dependiendo de la hora de servicio, se mezcla con hielo extraído del volcán Chimborazo por Baltazar Ushca, reconocido a nivel internacional como el último hielero del volcán, de quien se han hecho múltiples reportajes nacionales e internacionales, y cuyos saberes ancestrales se han convertido en recursos aprovechables a nivel turístico y gastronómico; y las cholas de Guano, panes pequeños elaborados con harina de trigo, cuyo relleno es raspadura de panela que, al someterse al método de cocción en horno de leña, se funde y se presenta como centro líquido³. Además, entre los platos de mayor demanda, se encuentran las papas con cuero; el ceviche de chochos; los asados de carnes con menestra; y los postres, como dulce de leche, colada morada, dulce de higos y espumilla, y ensaladas de frutas, entre otros que forman parte del patrimonio cultural alimentario local.

Desde otra arista del estudio, es importante concebir los efectos de trazabilidad alimentaria, pues las etapas del proceso de producción culinaria buscan el aprovechamiento del producto local. Por ello, con el fin de lograr sostenibilidad, los empresarios

² Cabe señalar que la fritada de Guano se diferencia de las preparadas en otras ciudades del país, pues contiene un adobo hecho con chicha de jora amarga, bebida elaborada con maíz germinado.

³ Es muy apetecible por los turistas, quienes lo adquieren en las panaderías para llevarlo como recuerdo de la visita.

y gestores alimentarios adquieren la materia prima en plazas, mercados, e, inclusive, directamente de productores agrícolas y pecuarios de la localidad, así como de los distribuidores de abastos de cantones aledaños como Penipe y Riobamba. En tal sentido, la fase de producción alimentaria, entendida como la gestión de bodega, *mise en place* y producción, es efectuada en cerca del 90% de los establecimientos por personal nativo de la zona o, en su defecto, residentes con más de cinco años en el cantón que han generado las destrezas culinarias locales. El servicio ha sufrido algunos ajustes por los efectos del COVID-19, puesto que las maniobras de empaquetado para servicio a domicilio han debido reformularse de acuerdo a los requerimientos del Ministerio de Salud y sus protocolos de bioseguridad; como se evidencia en la investigación, también ha cambiado la atención de sala, ya que se implementaron cabinas de desinfección para los clientes, áreas de desinfección de calzado y de lavado de manos, prácticas de distanciamiento social, uso de prendas de protección, señalética, y digitalización de menús. Así, los preceptos expuestos desde el punto de vista teórico y metodológico conllevan y sustentan la necesidad de plantear el modelo de gestión del patrimonio alimentario, basado en principios, objetivos y condiciones para su aplicación, y las dimensiones de cultura alimentaria, trazabilidad alimentaria, gestión de procesos y servicios gastronómicos (es decir, la dimensión cultural, ambiental, económica y de responsabilidad social).

- **Principios del modelo** (ver figura 1)

1. Promoción del trabajo participativo entre los actores del patrimonio alimentario del cantón Guano. Tales actores son los que se encuentran en la cadena de valor, así como en las instituciones públicas y privadas que buscan el posicionamiento del turismo gastronómico de la localidad.
2. Mejora continua en los procesos operativos y de gestión en los establecimientos de gastronomía típica y tradicional
3. Constante actualización de conocimientos gastronómicos y de atención al usuario en el cliente interno para conseguir empoderamiento personal, social y cultural
4. Adopción de herramientas de gestión con alcance a todo nivel del patrimonio alimentario para la toma de decisiones proactivas y efectivas
5. Uso del producto local para la oferta alimentaria, promoviendo la sostenibilidad en cada fase de la cadena de valor

Figura 1. Principios del modelo de gestión

- **Objetivos del modelo**

1. Elaborar un diagnóstico situacional de los establecimientos de alimentos y bebidas en torno a la gestión de procesos
2. Socializar al personal en la situación inicial de la empresa antes de la implementación del modelo de gestión
3. Empoderar al cliente interno de los establecimientos de producción alimentaria sobre la cultura alimentaria de Guano y el uso principal del producto local en todas las fases de la cadena de valor
4. Mejorar la gestión en las empresas a partir de la optimización de los recursos y el incremento de los valores agregados que promueven la diferenciación
5. Determinar los puntos de control (pc) y puntos críticos de control (pcc) en los procesos productivos
6. Elaborar planes de control preventivos y correctivos sobre la base de los pc y pcc detectados
7. Implementar planes de mejora continua en cada uno de los procesos sobre la base de retroalimentación y evaluación

8. Garantizar que el modelo de gestión sea conocido y aplicado por el cliente interno y, en la medida de lo posible, el cliente externo relacionado a los establecimientos gastronómicos
- **Condiciones mínimas requeridas para la aplicación**
 1. Debe estar legalmente constituido y figurar en el catastro municipal como prestador de servicios turísticos.
 2. El modelo de gestión debe ser adaptado de acuerdo a la categoría del establecimiento.
 3. El modelo tiene que ser flexible, de acuerdo a las características propias de los prestadores de servicios y en función de los procesos previamente establecidos.
 4. La planeación estratégica que involucra el modelo debe ser objetiva, sobre la base de un estudio real de costos y grado de aplicabilidad.
 5. El modelo debe usar un lenguaje coloquial, con la finalidad de que todos los usuarios lo entiendan y apliquen fácilmente.
 6. La mejora en los procesos debe ser exponencial, con el fin de reducir los bajos rendimientos de los indicadores que se miden, entre los que destacan tiempos de entrega, costos, transculturación, entre otros. Esto conlleva al incremento de la utilidad, la afluencia de clientes, y el uso de producto local y tecnología, así como, al crecimiento de los índices de sostenibilidad y cuidado ambiental.
 - **Dimensiones del modelo de gestión cultural**

Tabla 1. Dimensiones de gestión

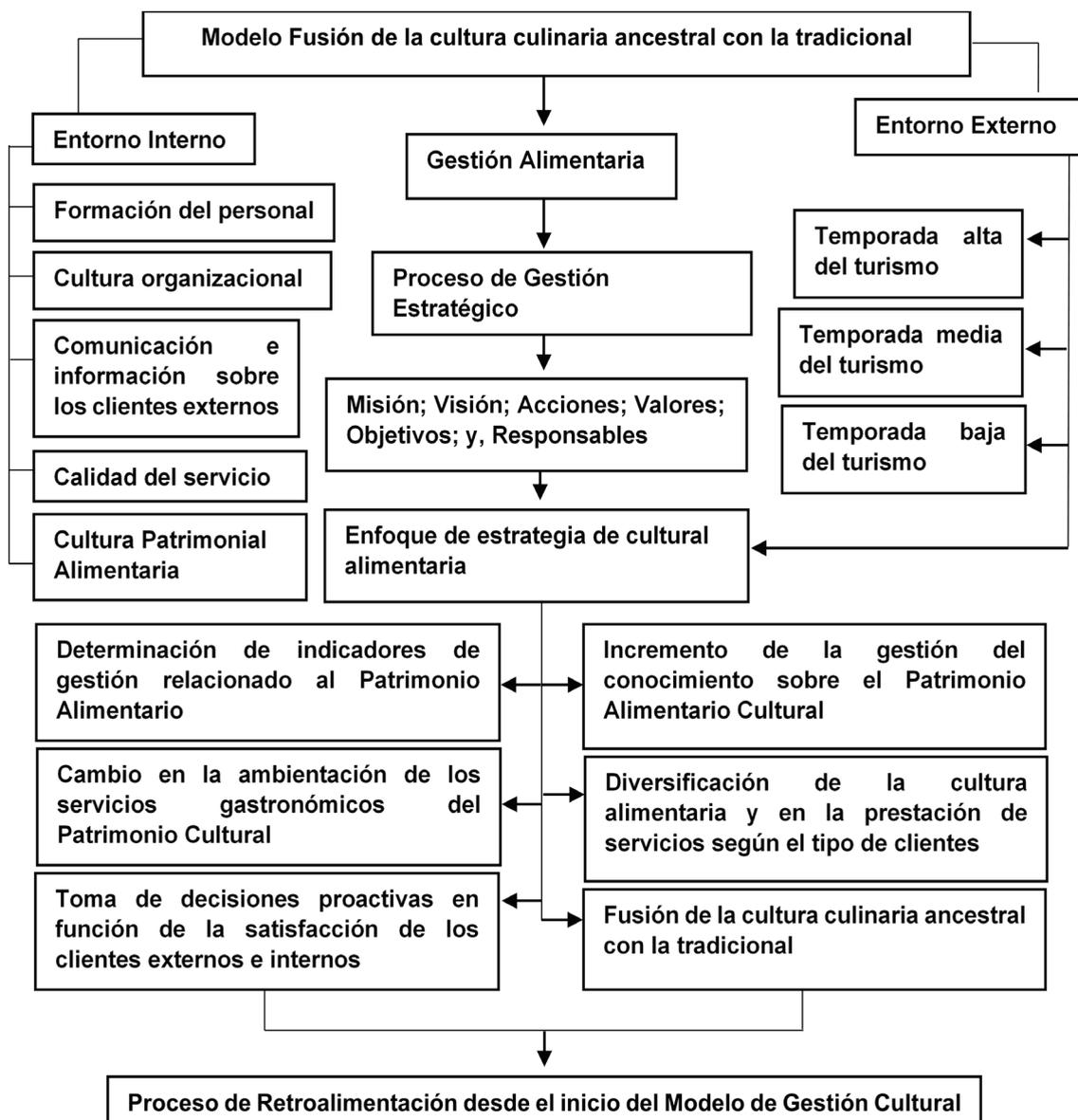
Dimensiones observadas	Subdimensiones observables
Cultura alimentaria	Gastronomía tradicional
	Culinaria
	Fiestas y ceremonias
Trazabilidad alimentaria	Fase 1. Producción agrícola y pecuaria
	Fase 2. Lugares de adquisición de materia prima
	Fase 3. Manipulación de alimentos y bebidas
	Fase 4. Servicio alimentario

Dimensiones observadas	Subdimensiones observables
Gestión de procesos	Administrativos
	Operacionales
	Marketing y ventas
Servicio gastronómico	Gestión de compras
	Almacenamiento y distribución
	<i>Mise en place</i>
	Producción alimentaria
	Servicio

Con respecto a la tabla 1, las dimensiones y subdimensiones presentes en el modelo de gestión propuesto permiten estructurar los indicadores de gestión que, a criterio de los gestores de alimentos y bebidas, pueden contribuir en los establecimientos a un nivel de flexibilidad y adaptabilidad adecuado a las características propias de los emprendimientos o negocios gastronómicos. Asimismo, su diseño considera las cuatro dimensiones mencionadas: cultura alimentaria, que fortalece el empoderamiento cultural de los usuarios del modelo; trazabilidad alimentaria, que robustece el aprovechamiento del producto local con caracteres identitarios que salvaguarden los saberes ancestrales; gestión adecuada de procesos, que se proyecta a la mejora continua; y prestación del servicio gastronómico, analizado durante todas las fases, desde el momento de la compra hasta el servicio postventa. A partir de ello, el modelo de gestión se convierte en una herramienta integral para la gestión del patrimonio alimentario. La figura 2 corrobora lo expuesto al detallar los componentes necesarios que integran el modelo de gestión para el patrimonio alimentario, que tienen la finalidad de contribuir al desarrollo del turismo gastronómico a través de una buena gestión del mismo.

Dado lo expuesto, el modelo propuesto se fortalece con la cadena de valor, pues contribuye a la toma de decisiones, y a la satisfacción de las necesidades y gustos de la sociedad con respecto a la comida tradicional-patrimonial en la gastronomía ecuatoriana, sobre todo, en el sector Guano de la provincia de Chimborazo. Al respecto, los restaurantes de cocina tradicional en el cantón Guano constituyen el mayor recurso de comercialización del patrimonio alimentario, por lo que su adecuada gestión y atención es fundamental. De esta manera, la cadena de valor está constituida por actividades primarias y de soporte, que son descritas a continuación.

Figura 2. Modelo de gestión para el patrimonio alimentario



- **Actividades primarias:** son las actividades que se identifican directamente con el resultado final de los productos alimentario tradicionales con carácter patrimonial. Incluyen las siguientes:

- **Manejo de la cadena de abastecimientos:** se debe realizar una requisición de materia prima o pedido para cada proveedor de acuerdo al menú y demás consideraciones con la logística establecida. Se ejecuta la entrega en el área de recepción y se verifica la cadena de frío para los diferentes grupos de alimentos, así como las propiedades organolépticas, fechas de caducidad, cantidades y consideraciones previas de acceso. Si cumple con todas las características de recepción, ingresa a kárdex. De lo contrario, se efectúa la devolución del producto.
- **Logística interna:** incluye actividades como la asesoría personalizada en los procesos productivos y de gestión, descripción de los protocolos de bioseguridad, recepción, almacenaje de materias primas de acuerdo a su tipo de conservación (cumpliendo los estándares de seguridad alimentaria), higiene personal, estandarización de recetas, cálculo de costos, control de inventarios, y *mise en place*. Se presta especial atención a los porcentajes de merma que, de acuerdo al estudio, no son considerados dentro de la fase de producción alimentaria.
- **Operaciones/cocina:** consisten en las actividades de preparación y cocción de los alimentos por medio de los cuales se transforman en comida, con resguardo de las técnicas, saberes y métodos ancestrales de cocción. Incluyen los procesos de preparación, presentación, o montaje, maquillaje de platos, limpieza, mantenimiento y control de la calidad.
- **Servicio:** está constituido por las actividades relacionadas con el servicio y entrega del producto final al cliente, tales como el proceso de los pedidos u órdenes de producción, el nivel y tipo de servicio, el grado de atención, la organización, la limpieza, y el mantenimiento. Tanto las actividades de cocina como las de servicio deben ser realizadas con personal capacitado y, de ser el caso, certificado por competencias laborales.
- **Ventas y marketing:** engloban todos los medios necesarios para promocionar los establecimientos de alimentos y bebidas. Se dividen en dos fases. En primer lugar, se encuentra la primera línea, que se manifiesta en la cordialidad en la atención al cliente y la personalización del servicio que permite la diferenciación de la competencia, más aún si se emplean elementos propios de la localidad como atuendos o indumentarias; elementos decorativos propios de la cultura local en la sala; obsequios o degustaciones; montajes de platos estéticos, vanguardistas y coloridos que aprovechen el producto local, lo que no debe interferir en la tradicionalidad de

la preparación culinaria. La segunda fase es el plan comunicacional que inserta al GADM de Guano mediante sus plataformas virtuales y recursos promocionales, e internacionalización de la oferta gastronómica del cantón, de acuerdo con los prestadores de servicios.

- **Servicio posventa:** se genera a partir de políticas de fidelización mediante el registro de bases de datos de los clientes, el ajuste del producto en función de los requerimientos, atenciones personalizadas u otros servicios adicionales. Esta herramienta ha sido poco utilizada. Sin embargo, los resultados efectivizan este recurso en los procesos de diferenciación y recomendación del servicio.
- **Actividades de soporte**
 - **Investigación + desarrollo + innovación (I+D+i) del producto, tecnología y desarrollo de sistemas:** se trabaja con herramientas tecnológicas comunicacionales, pues con las redes sociales es posible ejecutar toda la cadena de abastecimiento hasta la presentación final y el servicio postventa, así como la promoción de la marca gastronómica del cantón Guano a gran escala. En relación al equipamiento, se debe trabajar con herramientas tecnológicas que potencien la producción alimentaria y promuevan la inocuidad, tales como termómetros digitales, balanzas de precisión y deshidratadores de alimentos, entre otros. Sin embargo, los métodos tradicionales deben ejecutarse con respeto irrestricto con la finalidad de conservar las propiedades organolépticas del producto para vender la tradición alimentaria. En los procesos de innovación, un punto neurálgico es la presentación o montaje de platos, lo que debe convertirse en el atractivo para los clientes, ya que puede ser uno de los elementos diferenciadores frente a la competencia, pues ello atrae a los turistas nacionales y motiva el consumo en los turistas internacionales.
 - **Administración general:** se enfoca en la seguridad alimentaria. Por ello, los proveedores son constantemente monitoreados, pues las visitas repentinas sirven para verificar la calidad, así como la higiene personal. Así, se realizan controles del uso de uniformes, protocolos de bioseguridad y control de buenas prácticas, entre otras actividades. Con respecto a los precios, es preciso ofrecer una suerte de estabilidad al cliente, ya que los cambios repentinos pueden generar molestias.

- **Compras/aprovisionamiento:** las actividades de compras están encaminadas a buscar la materia prima en las mejores condiciones y trazabilidad. Por ello, se deben mantener relaciones estratégicas con los proveedores, quienes conocen los parámetros y estándares sobre la provisión alimentaria.

Una vez determinada la cadena de valor, se describen los mecanismos de control para la toma de decisiones. Así, se parte del análisis de los procesos y actividades que agregan valor para generar alimentos tradicionales con un sentido patrimonial, los que son detectados mediante una lista de cotejo de los indicadores de gestión generados por cada establecimiento. Lo descrito hasta aquí conlleva a que el modelo de gestión cultural pueda integrarse sistémicamente a un tablero de gestión y control de objetivos estratégicos. Ello facilita la toma de decisiones proactivas, y la posibilidad de mejorar la gestión alimentaria y los servicios que se ofrecen como patrimonio cultural, mediante la determinación de indicadores de gestión que deben evidenciar información precisa para la toma de decisiones y verificación de la mejora en los procesos empresariales.

Entonces, la mejora de los procesos que promueve el modelo de gestión se enfoca en la satisfacción del cliente. Para ello, se distinguen tres procesos macro: 1) dirección, que está a cargo de la gerencia y busca el adecuado funcionamiento de la empresa, siempre considerando un eje transversal para la toma de decisiones y el criterio de todos los actores; 2) procesos operativos, vinculados a la producción alimentaria y el servicio de gastronomía tradicional en el cantón; 3) y procesos de apoyo, enfocados en la gestión financiera, y la seguridad en los ámbitos personal y alimentario, y de mantenimiento de equipos, maquinaria, mobiliario, utillaje, instalaciones, entre otros.

A partir de lo expuesto, en la tabla 2, se presenta un resumen del tablero de gestión y control de objetivos estratégicos concebidos. Se dejan explícitos algunos elementos, entre los que destacan el objetivo estratégico, la acción, el indicador, la meta, la revisión de avances y el responsable.

Tabla 2. Tablero de gestión y control de objetivos estratégicos

Objetivo estratégico	Acción	Indicador	Meta	Revisión de avances/tiempo de cumplimiento	Responsable
Ofertar el platillo estrella por debajo del precio de mercado	Seleccionar el plato de mayor demanda y que más les agrada a los clientes	Menús de mayor demanda/Menús totales Unidad de medida: porcentaje de demanda.	Registro de los tres menús de mayor demanda respecto de la oferta general	Mensual/3 meses	Gerente, chef, ventas
	Decidir el nuevo precio, tomando en cuenta el de la competencia y el punto de equilibrio	Catastro de precios de la competencia Unidad de medida: precios en USD	100% del registro	Semanal/1mes	Gerente
	Publicitar el menú económico en pancartas y redes sociales	Publicidad del menú estrella Unidad de medida: número de publicaciones en redes sociales	Cuatro publicaciones mensuales	Semanal/1mes	Gerente y publicista
Diseñar ofertas para clientes frecuentes y grupos	Promocionar los servicios mediante operadoras de turismo	Gratuidades por grupos mayores a 10 pax. Unidad de medida: número de gratuidades	60% de clientes fidelizados	Mensual/3 meses	Gerente
	Promocionar a través de recomendaciones a terceros	Descuentos por recomendación Unidad de medida: porcentaje de descuento	Incremento del 30% de la demanda por clientes frecuentes	Mensual/3 meses	Gerente, ventas
Gestionar servicio de calidad y prestigio, basado en la diferenciación	Diseñar montajes de platos vanguardistas con producto local	Diseños de montaje Unidad de medida: número de diseños aplicados	Incrementar en un 15% el volumen de las ventas	Semestral/1 año	Gerente, chef
	Ejecutar servicio al cliente con metodología ancestral	Nivel de cumplimiento Nivel de aceptación	100% de aceptación de la metodología de servicio	Bimensual/6 meses	Gerente, chef
	Gestionar ventas en volumen para operadoras, e instituciones públicas y privadas	Alianzas laborales Unidad de medida: número de convenios interinstitucionales	10 convenios de prestación de servicios al año	Bimensual/1 año	Gerente, chef

Objetivo estratégico	Acción	Indicador	Meta	Revisión de avances/tiempo de cumplimiento	Responsable
Dotar de tecnología adecuada al entorno para los procesos productivos	Implementar aplicación web para los procesos de la cadena de valor	Ventas a través de la plataforma web Unidad de medida: porcentaje respecto a ventas físicas	50% de ventas mediante plataforma	Bimensual/6 meses	Gerente, chef
	Analizar el desempeño del proveedor a partir de un análisis periódico de la prestación del servicio y la gestión de pagos a proveedores	Rotación de proveedores Unidad de medida: porcentaje de rotación	Máximo el 10%	Mensual/3 meses	Gerente, chef
		Porcentaje de transacciones exitosas	100% de transacciones para pagos exitosas Fase inicial: 80% Fase media: 90% Fase final: 100%	Bimensual/6 meses	Gerente, chef

Dado lo expuesto en la investigación realizada, se procede a dejar explícitas las conclusiones del estudio sobre la propuesta del modelo de gestión para el patrimonio alimentario.

5. CONCLUSIONES

El patrimonio alimentario engloba la riqueza cultural, las tradiciones, costumbres y creencias que las personas han desarrollado a lo largo de los años, relacionadas con prácticas culinarias, actividades agrarias y consumo. Del mismo modo, el patrimonio natural y cultural alimentario están estrechamente relacionados: el primero engloba los productos nativo-endémicos o locales, y que son de amplia producción en las zonas geográficas mediante recetas y técnicas culinarias que las personas utilizan para preparar sus platillos; el segundo está enfocado en las prácticas, saberes ancestrales y conocimientos que se construyen en una sociedad de transformación continua, que implica a la tradición y la modernidad (elemento fusión), fácilmente evidenciable y con carácter generalizador.

El turismo gastronómico local constituye el segundo motivo de viaje al cantón Guano, que es visitado por turistas para realizar actividades relacionadas con la degustación de platillos típicos y tradicionales del sector. Entre los platos de la zona, destacan las fritadas con chorizo, el yaguarlocro, la chicha huevona, las cholas de Guano y el yogurt con puntas, entre otras delicias. Así, se dinamiza la economía de restaurantes, tiendas, panaderías, plazas y mercados, por lo que el turismo gastronómico es una actividad que solventa problemas socioeconómicos por la actividad que produce en la economía de los pueblos. De esta manera, se cumplen con las expectativas del turista en la prestación del servicio, pues el diseño del modelo de gestión cubre los requerimientos administrativos de mejora continua y de gestión de la calidad para los servicios gastronómicos.

El modelo de gestión integrado al tablero de gestión y control de objetivos estratégicos constituye una fortaleza para la promoción del patrimonio alimentario. Su carácter generalizador y de adaptabilidad incluye los siguientes elementos: factor de calidad, objetivos estratégicos, desarrollo sostenible, mejora continua, y visión con el cumplimiento de los objetivos empresariales, comunitarios y culturales. De esta manera, puede adoptarse e implementarse sin dificultad.

Contribución de autores

Inga C: Conceptualización, Metodología, Software, Validación, Análisis formal, Investigación, Recursos, Curación de datos, Redacción borrador original, Administración del proyecto. **Pérez O:** Análisis formal, Investigación, Curación de datos, Supervisión, Validación, Administración del proyecto, Adquisición de fondos.

Declaración de conflicto de intereses

El (los) autor(es) declara(n) que, durante el proceso de investigación, no ha existido ningún tipo de interés personal, profesional o económico que haya podido influenciar el juicio y/o accionar de los investigadores al momento de elaborar y publicar el presente artículo.

REFERENCIAS

- Aldana, S., Vereda, F., Hidalgo-Alvarez, R., & de Vicente, J. (2016). Facile synthesis of magnetic agarose microfibers by directed selfassembly. *Polymer*, 93, 61-64.
- Álvarez, M., & Medina, X. (2008). *Identidades en el plato*. Icaria.
- Arellano Guerrón, S., & Aulet Serrallonga, S. (2017). *El ají, patrimonio alimentario de América y la universalidad de su uso*. Universitat de Girona.
- Arellano López, J. G. (2014). *Cocina tradicional andina: epistemologías femeninas y sistemas bioculturales en la sierra ecuatoriana*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Bhat, S., Tripathi, A., & Kumar, A. (2010). Supermacroprous chitosan-agarose-gelatin cryogels. in vitro characterization and in vivo assesment for cartilage tissue engineering. *Journal of the Royal Society Interface*, 8(57), 540-554.
- Bossis, G., Marins, J., Kuzhir, P., Volkova, O., & Zubarev, A. (2015). Functionalized microfibers for field-responsive materials and biological applications. *Journal of Intelligent Material Systems and Structures*, 26(14), 1871-1879.
- Calvopiña Andrade, D. (2017). *Modelo de gestión de la calidad de los servicios turísticos de Riobamba orientado a la competitividad y al desarrollo sostenible del Ecuador*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Cárdenas Naranjo, E. (2015). *Diseño de una ruta turística gastronómica del cantón Riobamba, para la valorización y difusión del patrimonio cultural inmaterial*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Carrión, L., Zula, J., Palacios, W., & Castillo, L. (2016). *Modelo de gestión administrativa para las pequeñas empresas de la industria del catering de la economía popular y solidaria de la ciudad de Riobamba, Ecuador*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Castañeda Vergara, A., Lobato Lastiri, M., Gay Díaz, M., & Moreno Ayala, M. (2020). Cambios en el comportamiento alimentario en la era del COVID-19. *Revista Latinoamericana de Investigación Social*, 3(1), 27-30. <http://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/relais/article/view/2637>.
- Colcha Chacha, M. (2019). *Talento humano y gestión turística en el cantón Guano*. Universidad Nacional de Chimborazo.
- Correa, G. (2015). *Modelo de gestión cultural para «unidades territoriales» de Chile* [Tesis de magíster, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/101206>

- Cortés, J., Puig, J., Morales, J., & Mendizábal, E. (2011). Hidrogeles nanoestructurados termosensibles sintetizados mediante polimerización en microemulsión inversa. *Revista Mexicana de Ingeniería Química*, 10(3), 513-520.
- Dalouh, R., Gonzáles Jiménez, A., & Ayala Almécija, P. (2019). *Re-inventando la investigación en salud y educación para una sociedad transcultural: Propuestas de acción*. Edeal.
- Dias, A., Hussain, A., Marcos, A., & Roque, A. (2011). A biotechnological perspective on the application of iron oxide magnetic colloids modified with polysaccharides. *Biotechnology Advances*, 29, 142-155.
- Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 193-213. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.016>.
- Estrada Guerrero, R., Lemus Torres, D., Mendoza Anaya, D., & Rodríguez Lugo, V. (2010). Hidrogeles poliméricos potencialmente aplicables en agricultura. *Revista Iberoamericana de Polímeros*, 12(2), 76-87.
- Fernández, L., Rodríguez, Z., Pozo, J., & Espinosa, M. (2016). Estrategias para el fortalecimiento del turismo gastronómico en el cantón Pastaza, Ecuador. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, 5(2), 118-136.
- Flavián, C., & Fandos, C. (2011). *Turismo gastronómico*. UNE.
- García-Cerda, L., Rodríguez-Fernández, O., Betancourt-Galindo, R., Saldívar-Guerrero, R., & Torres-Torres, M. (2003). Síntesis y propiedades de ferrofluidos de magnetita. *Superficies y Vacío*, 16(1), 28-31.
- Guevara, R. (2016, julio-diciembre). El estado del arte en la investigación: ¿Análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos? *FOLIOS*, (44), 165-179. <https://www.redalyc.org/pdf/3459/345945922011.pdf>
- Herrera Pérez, T., & Muñoz Oviedo, D. (2019). *La revalorización de los alimentos ancestrales*. Universidad San Francisco de Quito.
- Ilg, P. (2013). Stimuli-responsive hydrogels cross-linked by magnetic nanoparticles. *Soft Matter*, 9, 3465-3468.
- Lewitus, D., Branch, J., Smith, K., Callegari, G., Kohn, J., & Neimark, A. (2011). Biohybrid carbon nanotube/agarose fibers for neural tissue engineering. *Advanced Functional Materials*, 21, 2624-2632.
- Lin, Y.-S., Huang, K.-S., Yang, C.-H., Wang, C.-Y., Yang, Y.-S., Hsu, H.-C., & Tsai, C.-W. (2012). Microfluidic synthesis of microfibers for magnetic-responsive controlled drug release and cell culture. *PLoS ONE*, 7(3), 1-8.

- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2013, 26 de octubre). *Patrimonio alimentario*. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/1-Patrimonio-Alimentario-LUNES-21.pdf>
- Ministerio de Turismo (MINTUR). (2021). *Informe de rendición de cuentas 2020*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Informe-de-Rendicio%C-C%81n-de-Cuentas-2020.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020). *Turismo internacional 2019 y perspectivas 2020*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/Presentacion-barometro-jan%202020.pdf>
- Prado, C. (2015). *Registro de las tradiciones culinarias del cantón Riobamba, como patrimonio cultural inmaterial, 2015*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Rodríguez, J. (2004). *El modelo de gestión de recursos humanos*. UOC.
- Ruiz Estrada, G. (2004). *Desarrollo de un sistema de liberación de fármacos basado en nanopartículas magnéticas recubiertas con polietilenglicol para el tratamiento de diferentes enfermedades*. Universidad Autónoma de Madrid. Departamento de Física Aplicada.
- Santana Talavera, A. (2003). Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 1(1), 1-12. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2003.01.001>.
- Siza Buñay, J., & López Pérez, V. (2016). *El pan artesanal de la parroquia Yaruquíes como patrimonio alimentario. Propuesta comunicacional gráfica de packaging*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Song, J., King, S., Yoon, S., Cho, D., & Jeong, Y. (2014). Enhanced spinnability of carbon nanotube fibers by surfactant addition. *Fibers and Polymers*, 15(4), 762-766.
- Tartaj, P., Morales, M., González-Carreño, T., Veintemillas-Verdaguer, S., & Serna, C. (2005). Advances in magnetic nanoparticles for biotechnology applications. *Journal of Magnetism and Magnetic Materials*, 290, 28-34.
- Unigarro, C. (2015). Sistemas alimentarios y patrimonio alimentario. Transculturaciones en el caso ecuatoriano. *Antropología Cuadernos de Investigación*, (15), 21-34. <https://doi.org/10.26807/ant.v0i15.38>.
- Vicuña, V. (2016). *Política pública enfocada al sector turístico: lecciones aprendidas aplicables al Ecuador* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio UASB. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5128/1/T2048-MRI-Salvador-Politica.pdf>

- Villalva, M. (2018). *Diseño de una ruta gastronómica que integren las parroquias Tena, Puerto Napo y Misahualli para promover la cocina típica y tradicional en el cantón Tena, provincia de Napo, 2018*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Wulff-Pérez, M., Martín-Rodríguez, A., Gálvez-Ruiz, M., & de Vicente, J. (2013). The effect of polymer surfactant on the rheological properties of nanoemulsions. *Colloid and Polymer Science*, 291, 709-716.
- Yáñez, C. (2018). *Praxis de la gestión cultural*. Universidad Nacional de Colombia.
- Zamora Mora, V., Soares, P., Echeverría, C., Hernández, R., & Mijangos, C. (2015). Composite chitosan/Agarose ferrogels for potential applications in magnetic hyperthermia. *Gels*, 1, 69-80.

Fecha de recepción: 05/06/2021

Fecha de aceptación: 18/08/2021

Correspondencia: operez@pucesa.edu.ec

cfinga@unach.edu.ec