



La gastronomía como recurso de la identidad ancestral: el caso de la Parroquia
Chuquiribamba, Loja, Ecuador.

Gastronomy as a resource for ancestral identity: the case of Chuquiribamba Parish, Loja,
Ecuador.

Montalván Fernández Anabell¹, Cabrero Miret Ferrán²

¹ Magister en Gestión Turística, Docente en la Universidad Estatal Amazónica sede Zamora Chinchipe. Ecuador.

² Doctor Arqueología Prehistórica, Docente-investigador de la Universidad Estatal Amazónica, matriz Puyo.

Correspondencia: as.montalvanf@uea.edu.ec; fcabrero@uea.edu.ec

Resumen

El presente artículo plantea que la identificación de elementos gastronómicos desde la perspectiva de patrimonio cultural inmaterial es un paso previo que permitirá fortalecer la identidad cultural y el desarrollar el turismo rural en el sector, tomando en cuenta el origen antropológico, la identidad cultural, la transmisión de conocimientos ancestrales, aportando con la elaboración de una guía gastronómica. Aplicando de manera oportuna la metodología más apropiada para trabajar en la comunidad sin interferir en su cotidianidad a diferencia una investigación aislada y apática.

Palabras claves: Gastronomía ancestral, identidad, comunidad, turismo.

Abstract

This article states that the identification of gastronomic elements from the perspective of intangible cultural heritage is a preliminary step that will strengthen the cultural identity and develop rural tourism in the sector, taking into account anthropological origin, cultural identity, transmission of ancestral knowledge, contributing with the elaboration of a gastronomic guide. Applying in a timely manner the most appropriate methodology to work in the community without interfering in their daily routine unlike an isolated and apathetic investigation.

Keywords: Ancestral gastronomy, identity, community, tourism.



Introducción

En la cocina ecuatoriana predomina la variedad de ingredientes. Debe tenerse en cuenta que Ecuador tiene acceso a tres diferentes tipos de recursos culinarios que remiten a sus distintas regiones biogeográficas: las costas del Océano Pacífico, así como las islas Galápagos; los Andes, y por último la selva amazónica. La cocina gira en torno a estas tres fuentes de ingredientes, haciendo que las personas y las culturas de la zona puedan elaborar diversos platos autóctonos., con un potencial turístico importante.

En cuanto al sector local, la provincia de Loja tiene gran variedad gastronómica ya que por su ubicación geográfica cuenta con diversidad de climas que permiten la producción de diferentes productos agrícolas que difieren según la ubicación en los que se produzcan lo que ha provocado diversidad de elementos gastronómicos, la mayoría de ellos conocidos a nivel nacional por la difusión que se les ha brindado.

Sin embargo las pequeñas comunidades, que por las grandes distancias a los centros urbanos o el olvido de autoridades en cuanto a infraestructura vial o de servicios básicos, han quedado relegadas de esta promoción, siendo sus pobladores los verdaderos poseedores del patrimonio gastronómico cotidiano, lamentablemente no existe ningún estudio a nivel local como referencia a la comida cotidiana, siendo un factor para olvidar técnicas de cultivo antiguas, productos que están desapareciendo por ende el abandono total de los campos y las áreas rurales, ya que se han basado sólo en la difusión de la gastronomía festiva, esta investigación es un referente para no dejar en el abandono productos que antiguamente eran la base de la alimentación, por su valor nutricional y energético. A partir del supuesto; en el caso de Chuquiribamba, se plantea que al conocer e identificar la gastronomía ancestral de sector como tal, se permite a las generaciones venideras del sector y en general, conocer y valorar la identidad gastronó-

mica de sus ancestros, sin que esta se pierda en el tiempo y además pueda convertirse en un elemento clave para el desarrollo turístico de la zona.

Gastronomía

Actualmente la gastronomía está afirmándose como un elemento importante de diversificación y como una herramienta de definición de marca y de imagen de un territorio, un país y una cultura (Hjalager, 2010).

Las cocinas constituyen un elemento de sinergia sobre diversos aspectos de la vida de las comunidades: la agricultura, la dieta, los mercados tradicionales, las formas de conservar los alimentos, las tradiciones, los procedimientos desde las viejas tecnologías hasta las innovaciones más recientes.

Para Padilla, 2006 toda cocina debe cumplir con los siguientes elementos para identificarse como elemento propio de una sociedad: 1) crear sus propios utensilios, insumos y materiales, 2) inventar sus modos y maneras propios de cocinar, 3) tener en su repertorio platillos que abarquen toda la gama de sabores: del agrio al dulce, del áspero al suave, de lo salado a lo amargo, 4) integrar la totalidad de los pasos de una comida, desde la entrada, pasando por los caldos, las sopas secas, los guisados y hasta los postres, 5) establecer sus horarios, costumbres, etiqueta y ordenamiento, 6) que el gusto por el platillo, el guiso y las viandas, haya rebasado tres generaciones, ceñirse al parecer del tiempo, amo y señor de lo caduco y permanente, 7) capacidad de aprovechar e incorporar los conocimientos de cocina ajenos sin desvirtuar su espíritu.

El producto del mestizaje dio origen a gran variedad de elementos gastronómicos que pasaron a formar parte de los saberes ancestrales gastronómicos propios de cada pueblo, producto de la combinación de ingredientes de cada zona y el respeto a tradiciones generacionales.

Loja no es en sí la excepción, dentro de su historia Loja tiene una gran influencia judía

sefardita, como lo refiere Ordoñez (2005); lo que le ha dado características únicas a esta provincia. Cabe recalcar que dicha cultura huía de la represión hacia pueblos pequeños, apartados y excluidos.

Dentro de esos pequeños pueblos excluidos se encuentra la parroquia Chuquiribamba y su gastronomía variada; producto de la herencia tradicional del cultivo, de la fiesta de la cosecha, de la crianza de los animales; y que ha intentado sobreponerse a la aculturación que se vive a través de la globalización.

Turismo

Según (Flores, 2016), hacer turismo es uno de los actos más enriquecedores que puede llevar a cabo el ser humano, debido a que le permite conocer nuevos lugares, culturas y personas en su tiempo de ocio. Malaver (2011), opina que el turismo es una industria que experimenta una continua transformación. El turismo evoluciona constantemente y presenta cambios importantes a los que hay que enfrentarse, surgiendo nuevos modelos de explotación turística y en definitiva nuevas formas de hacer negocio.

Se debe tomar en cuenta que las formas nuevas de turismo toman en cuenta la preservación tanto medioambiental como cultural, y es nuestra obligación innovar tomando en cuenta esos aspectos, y así mismo crear experiencias innovadoras para los turistas.

Cultura

La cultura, conjuntamente con la religión y otras caracterizaciones sociodemográficas, representa uno de los principales factores que determinan la aceptación de determinados productos dentro de la alimentación, así como su apreciación en término de gustos y sabores según (Mak, 2012).

La cultura popular es la cultura del pueblo. En Latinoamérica, la cultura popular puede asociarse a los pueblos indígenas (aunque no sin problemas, pues tienen su propia realidad

y derechos), a los afros descendientes, y al campesinado mestizo (Colombres, 2012).

Bajo estos conceptos aliados con el turismo puede aprovechar el apogeo turístico y las diversas actividades en las que están interesados los turistas y convertirlo en una oportunidad para aquellos territorios que empiezan a tener un empuje turístico y a formar productos apreciables para el turista. Pero no se debe dejar de lado que, al convertirse en un buen producto, el lugar será un atractivo turístico importante, pero al mismo tiempo corre el riesgo de convertirse en un destino masificado y dejar de lado la conservación y rescate de la identidad propia para volcarse únicamente a la obtención de recursos económicos.

Turismo Cultural

En la década de los años 80 se consolida el Turismo Cultural como forma de turismo alternativo y reacción al turismo de masas, dentro de los nuevos entornos socioeconómicos y culturales que se estaban produciendo. En la actualidad, se tiende a considerar el Turismo Cultural como un objeto de producción y de consumo, siendo ya común su análisis desde la demanda, el marketing, como imagen y marca de un destino y así, estamos empezando a vivir una cierta masificación de la cultura e incluso del patrimonio, cuando en el imaginario de turistas y visitantes el Turismo Cultural es sinónimo de una práctica minoritaria y de vinculación con el patrimonio y las artes (Methaodos, 2017).

Según Talavera (2008), las actividades llevadas a cabo para satisfacer tales motivaciones (¿curiosidad del consumidor?) consistirán en la participación en eventos locales, en el encuentro cara a cara con gentes exóticas, con culturas distantes –en el espacio o en el tiempo- a la propia, en la observación directa de monumentos, edificios, pueblos o ciudades distintivos por su pasado real o hiper-real, más o menos cargado de sensacionalismo según nos desplazemos de la “autenticidad” a la “realidad” (en el sentido antes expresa-

do) turística.

Para el turismo los bienes de patrimonio tienen, principalmente, un valor de uso: son valiosos por completar el interés de un destino. Mientras que para la esfera cultural del patrimonio tienen un valor simbólico: representan lo que la comunidad concreta ha aportado al conjunto de la cultura. Por ello, mientras que para el turismo la posibilidad de su consumo es el interés central, para el sector del patrimonio lo principal es su existencia y, por tanto, la tarea básica es su conservación (Velazco, 2009).

Las cocinas particulares son una de las expresiones culturales más importantes, y constituyen una de las expresiones culturales más importantes que han sido denominadas como patrimonio intangible de las comunidades. Es por esto que las cocinas regionales muestran una gran variedad de estilos de vida, que se relacionan directamente con la forma de sembrar los productos, la forma de abastecerse de aquellos que no poseen dentro de su territorio, y la manera de prepararlos, los utensilios. De esta manera los alimentos se han convertido en parte fundamental de la economía del sector.

La mejor inversión que el Ecuador puede hacer en turismo cultural es reforzar la autenticidad, ya que esto hará que los turistas sigan apareciendo más tarde, fascinados por nuestra autenticidad. El Turismo Cultural es una de las tantas derivaciones que tiene el turismo; que busca resguardar aspectos patrimoniales a través de distinta normativa, pero también difundirlos para poder lograr su permanencia en el tiempo y la debida importancia histórica que merecen como identidad de los pueblos, que además ayude al avance económico y social de los mismos.

Métodos

El proceso de la investigación tiene un enfoque netamente cualitativo debido que pretendía analizar a las características del objeto de estudio, además que permitió la integración

con la comunidad tomando en cuenta los criterios de las personas que tienen conocimiento de la cocina ancestral del sector, fue un estudio de carácter transversal y temporal debido a que se realizó en un lugar delimitado y durante un tiempo determinado, en este caso el sector de estudio ; la Parroquia Chuquiribamba, está ubicada al noroeste de la ciudad de Loja provincia de Loja, con una altura de 2960 m.s.n.m. con una temperatura de 12° a 20°, lo que da pie al cultivo de productos agrícolas como hortalizas, legumbres, granos y tubérculos así como también la crianza de animales de corral tal como cuyes, gallinas y conejos. Aunque la investigación fue meramente cualitativa se requería datos que valoren la etapa del diagnóstico para permitir el desarrollo de la investigación y consecuentemente abordar la interesante relación entre la gastronomía como patrimonio cultural inmaterial y el desarrollo turístico que se puede generar en la zona.

Como etapa previa se realizó un diagnóstico a través de observación directa y un breve cuestionario con preguntas abiertas dirigida a turistas elegidos al azar y que pretendía evaluar su conocimiento sobre la gastronomía de la parroquia Chuquiribamba; de acuerdo a Hernández Sampieri (2014), en las investigaciones donde la variable principal es de tipo cualitativo, que se reporta mediante la proporción del fenómeno de estudio en la población de referencia, la muestra se calcula a través de las fórmulas y cuando se conoce el número de la población se aplica la fórmula, en este caso para aplicar la encuesta breve a los turistas no se cuenta con un número exacto de turistas presentes en esa fecha o en programaciones anteriores ya que no se ha hecho un registro de visitas previamente estandarizado más bien a groso modo el GAD parroquial tiene un estimado de 1500 durante las actividades se realizan durante la celebración a San Vicente Ferrer, fiestas más importantes de la parroquia que se celebran el último domingo del mes de Abril de cada año, dato utilizado para poder obtener la muestra:

Datos:

$n =$ tamaño de la muestra

$N = 1500$ (población de estudio)

$d = 0.5$ (varianza poblacional)

$E = 0.05$ (límite aceptable de error)

$z = 1.96$ (nivel de confianza 95%)

$$n = \frac{Nd^2z^2}{(N - 1)E^2 + d^2z^2}$$
$$= \frac{1500 * (0.5)^2 * (1.96)^2}{(1500 - 1) * (0.05)^2 + (0.5)^2 * (1.96)^2}$$

$$n = \frac{1440,6}{15,35} = 93,8 = 94//.$$

Por consiguiente, para la etapa de diagnóstico previa se entrevistó a 94 turistas.

Para cumplir el objetivo de la investigación; identificación y posteriormente inventario de los elementos gastronómicos; se centró en el método etnográfico que según Romero (2015) se basa en dos fases; la primera que consiste en identificar el objeto de estudio, para lo cual se identificó y con el Proyecto del adulto mayor “San Vicente Ferrer” Chuquiribamba, promovido por la Junta Parroquial, conformado por un número aproximado de 30 adultos mayores; mientras que la segunda fase que es la más trascendental, pues es el proceso de recolección de datos en el campo con la selección de informantes claves.

Se asumió como técnica principal la observación directa; registra y describe a detalle lo observado; principalmente la observación con participación activa que busca realizar un aprendizaje desde las reglas y comportamientos

Al ser una comunidad rural como instrumento base fue necesario aplicar el manual de investigación comunitaria de la UNESCO

(2012), que sugiere la participación activa de sus pobladores y finalmente el uso de las fichas del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) para poder registrar el inventario de los elementos gastronómicos seleccionados.

Resultados y discusión

La gastronomía cotidiana de Chuquiribamba guarda tradiciones y conocimientos de su pueblo. Lamentablemente se ha convertido en un aspecto secundario e irrelevante para la promoción turística y cultural del sector, según el diagnóstico previo en el que se evaluó el conocimiento de los turistas sobre la gastronomía de la parroquia Chuquiribamba.

Los turistas observados son profesionales de Loja, en un rango de edad de 30 a 60 años quienes han visitado la parroquia Chuquiribamba por más de tres ocasiones en compañía de familiares, que además la razón más importante para visitar la parroquia es la fiesta de San Vicente Ferrer, además que desconocen la gastronomía de la parroquia y que el consumo de alimentos era únicamente para saciar su apetito sin importar el valor

cultural de la misma, sin embargo demostraron un alto interés en participar de eventos gastronómicos que pretendan mostrar la identidad gastronómica de Chuquiribamba. Una de las preguntas que se analizaron como diagnóstico y dieron pie a la investigación es que el turista no asocia a la gastronomía como un punto fuerte dentro del desarrollo

turístico y social. (como lo describe el siguiente gráfico).

- a. Devoción a San Vicente Ferrer
- b. Gastronomía
- c. Negocios
- d. Algún evento
- e. Visita a Familia/amigos

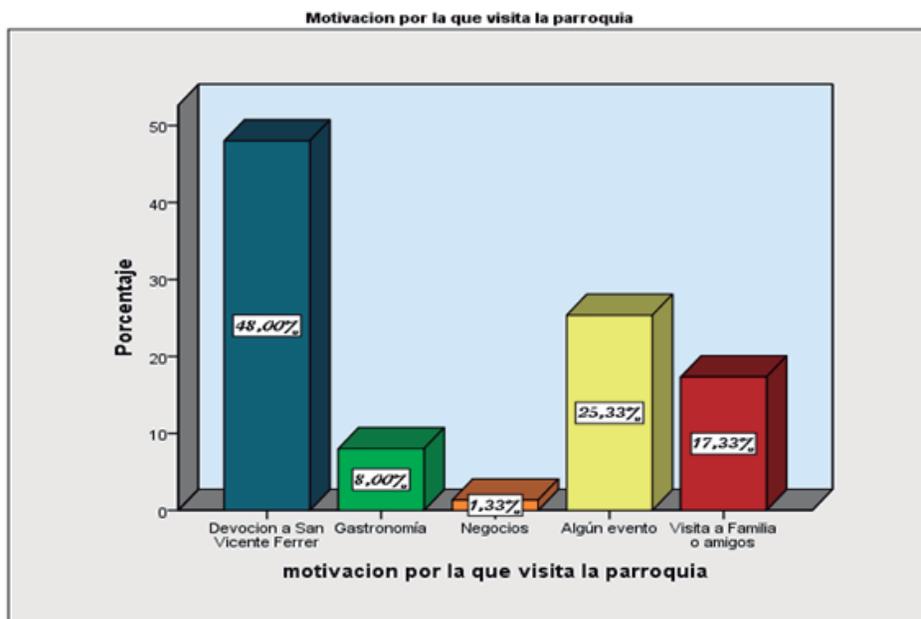


Figura 1. Principal motivación de los turistas a la Parroquia Chuquiribamba

Fuente: Elaborado por la autora

Una de las razones más fuertes que motivan a los turistas es la devoción que tienen al santo San Vicente Ferre, por lo que se puede analizar el porqué de la afluencia en esta fecha que se relaciona con el segundo porcentaje más alto que es la realización del evento en sí.

Para poder realizar el inventario de los elementos gastronómicos, según la metodología planteada se procedió a un conversatorio con los miembros del grupo Gerontológico de Chuquiribamba conformado por 30 personas de la tercera edad, así se identifica-

ron nueve elementos gastronómicos relevantes para la parroquia, que tenían como característica común: el haber sido transmitido por al menos 3 generaciones atrás, estar compuestos en su mayoría por productos que son cultivados y/o elaborados en la zona, y ser muy poco conocidos por las generaciones actuales; los cuales se enuncian a continuación:

Tabla 1. Elementos gastronómicos identificados

Elementos identificados		
Sango	Locro de zambo	Colada de oca
Sopa de harina de arveja	Sopa de melloco	Dulce de zambo
Sopa de poroto con guineo	Cuy con arroz de cebada	Tortillas de maíz blanco

Fuente: Autores, investigación de campo

Los nueve elementos identificados, fueron inventariados con las fichas del INPC, teniendo la siguiente descripción:

Tabla 2. Análisis de las fichas del INPC

Elemento gastronómico	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Ingredientes	Observaciones
Sango	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía ancestral cotidiana	Maíz amarillo, cebolla, ajo, agua, quesillo, sal, manteca de cerdo	Alimentación rica en nutrientes que brinda la energía necesaria para trabajar en el campo
Locro de zambo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía ancestral cotidiana	Zambo, agua, achogchas, choclo, papa, fréjol, quesillo, cilantro, ajo y sal.	Alimentación saludable, con productos de huertos de los pobladores locales.
Sopa de harina de arveja	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía ancestral cotidiana	Harina de arveja, agua, papas, nabo, quesillo, ajo y sal	La harina de arveja se comercializa ya de forma industrializada.
Sopa de melloco	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía ancestral cotidiana	Fréjol, guineo verde, agua, quesillo, cilantro, ajo y sal.	El melloco cumple el mismo objetivo en las comidas que cumple la papa
Sopa de poroto con guineo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía ancestral cotidiana	Melloco rosado, papas, choclo tierno, agua, quesillo, cilantro, sal y ajo.	El guineo anteriormente era cultivado en la zona, en la actualidad ha desaparecido.
Cuy con arroz de cebada	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía ancestral cotidiana	Cuy, arroz de cebada, papas, manteca de cerdo, sal, ajo.	El arroz de cebada reemplaza al arroz blanco.
Colada de oca	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía ancestral cotidiana	Oca, atado de panela, agua.	La oca se cultiva en la parroquia, pero en ciertas temporadas
Dulce de zambo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía ancestral cotidiana	Zambo, atado de panela, leche, agua.	El zambo es una legumbre que no requiere un proceso de siembra, ya que es una planta trepadora.
Tortillas de maíz blanco	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía ancestral cotidiana	Harina de maíz blanco, harina de trigo, huevos, atado de panela, manteca de cerdo, agua.	Se las identifica como la golosina propia de la parroquia.

Fuente: Elaborado por los autores

Como muestra la tabla anterior, los elementos gastronómicos inventariados tienen en común la identificación correspondiente a ámbito, subámbito y detalle del subámbito; sus ingredientes tienen la particularidad de ser cultivados en su gran mayoría por los pobladores, aunque la harina de trigo, panela, harina de arveja y cebada se adquieren en las tiendas de abarrotes. Sin embargo, hay características que los hacen diferentes, es decir, que aunque existen características comunes entre sí, existen elementos que los hacen únicos.

Es importante mencionar que todo lo denominado patrimonio cultural puede convertirse en atractivo turístico; pero no todo atractivo turístico puede ser patrimonio. Sin embargo, si no se atenúan las amenazas que se ciernen sobre la viabilidad de un elemento del PCI, éste corre el riesgo de no practicarse como patrimonio vivo. Aunque se mantengan sus representaciones, se sigan elaborando productos para los turistas y personas ajenas a la comunidad interesada, sus fines serán puramente comerciales (Bedón, 2016). En el caso de esta investigación, se pretende que la comunidad se empodere de su propia identidad para que de esta manera el patrimonio sea usado, pero de la misma manera respetado en el aspecto turístico para no convertirla en un mero producto comercial.

En la investigación se plantea que los platos que se pueda identificar se conviertan en parte del patrimonio cultural de la parroquia. El patrimonio representa vinculación con las nociones de herencia, memoria e identidad; así, se sugiere que el patrimonio cultural está íntimamente ligado al pasado como herencia. De esta manera, de igual forma en qué herencia, memoria e identidad se interrelacionan en la noción de patrimonio, también pasado, presente y futuro alcanzan armonía y le otorgan sentido al mismo (Eljuri, 2013), con el afán de contribuir a la revalorización de las culturas y de las identidades, y ser un

vehículo importante para la transmisión de experiencias, aptitudes y conocimientos entre las generaciones (UNESCO, 2014).

Para quienes conservan el patrimonio gastronómico de Chuquiribamba es vital rescatarlo, mantenerlo y difundirlo; no sólo es lo que el alimento representa en sí sino más bien lo que está tras él: el proceso de cultivo, la preparación, rituales; que manifiesta sentimientos, recuerdos con su elaboración o consumo, vínculos afectivos como el lugar, e identidad cultural.

El proceso de investigación fue en su totalidad recíproco, desde la etapa de identificación, elaboración, propuesta y evaluación, los miembros del grupo seleccionado para la investigación aportó con sus ideas, opiniones, de esta manera la contribución que dio a la comunidad al trabajo investigativo de gran relevancia, por lo cual el mismo representa en su mayoría la opinión y vivencias de la localidad, aunque la investigación no fue dada a gran escala el proceso investigativo puede replicarse en cualquier comunidad.

El grupo seleccionado para esta investigación se condujo siempre colaborador y se mostraban positivos hacia la transmisión de sus conocimientos a futuras generaciones, para que de esta manera sea valorado, mantenido en el tiempo, y como un factor para el desarrollo del turismo.

Conclusiones

Se identificaron nueve elementos los ingredientes que se usan para la elaboración de estos platillos son productos agrícolas o derivados de los mismos; originarios de la zona y que en algunos casos ya no existe producción agrícola de manera artesanal de los mismos. Además, también se inventariaron los nueve elementos gastronómicos, en un proceso de investigación participativa que ha permitido valorar el patrimonio cultural

inmaterial, rescatar la memoria desde los pobladores y promocionar los recursos gastronómicos a los turistas interesados en visitar la parroquia.

La finalidad principal de este trabajo investigativo es el aporte a la comunidad para lo cual se propuso la elaboración de una guía gastronómica donde se muestren algunos de los platos tradicionales más importantes de la localidad, con fotografías atractivas y un diseño fácil de entender, que permita a la comunidad y ciudadanía en general conocer los ingredientes y manera de preparación de los mismos, además de datos de interés que le dan al elemento gastronómico un valor agregado por su importancia patrimonial y turística.

Literatura Citada

Bedón, F. (2016). "Hacia un paradigma del patrimonio del patrimonio cultural inmaterial". En Cabrero, F. Memorias del III y IV Congreso Ecuatoriano de Gestión Cultural. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana, 39 – 49.

Castillo Palacio, M., & Castaño Molina, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. Estudios y Perspectivas en Turismo, 24(3). Recuperado el 23 de Julio de 2016.

Colombres, A. (2012). "II. Cultura popular y culturas hegemónicas". Nuevo manual del promotor cultural. Bases teóricas de la acción. Buenos Aires: Fondo Cultural del ALBA.

Eljuri, G. (2013). "Trayectoria del debate patrimonial y aproximaciones a la gestión del Patrimonio Cultural Inmaterial". En Cabrero, F. Hacia un dialogo de saberes para el buen vivir y el ejercicio de los derechos culturales; I Congreso Ecuatoriano de gestión cultural (selección ponencias).

Quito: FLACSO – Sede Ecuador, 213 – 222.
Flores, E. A. (2016). La gastronomía típica como motivación primaria hacia un destino en el cantón Ambato. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Guber, R. (2004). "Cap.4 El trabajo de campo como instancia reflexiva del conocimiento".

En El Salvaje Metropolitano. Buenos Aires: PAIDOS.

Hernández Mogollón, J. M., Di-Clemente, E., & López-Guzmán, T. (2015). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles (68). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5138997>.

Hernández, S. (2014). "Metodología de la Investigación" sexta edición. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México. pp. 178 -179.

Jiang, X. (2012). "El diseño de la experiencia del turismo gastronómico en Bilbao". Investigaciones Turísticas. ISSN 2174 – 5609, pp. 105 – 119.

La identidad por medio de la comida ecuatoriana. (2010). Ecuador inmediato. Recuperado <http://www.ecuadorinmediato.com/hoy en la cocina / Información / identidaddecomidaecuatoriana.html>.

Mak, A.H. N., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalization and food consumption in tourism. Annals of Tourism Research, 39, 171 – 196.

Malaver, T. (2011). "El uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en las pequeñas y medianas empresas de turismo (PYME)". Revista CITUR Vol.1,

n°2 pp. 128 – 135.

Methaodos.revista de ciencias sociales, 2017, 5 (1): 4-8 ISSN: 2340-8413 <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i1.151>

Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal. Estudios y Perspectivas en Turismo, 20(3). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717583012>

Ordoñez, R. (2005). La Herencia Sefardita en la Provincia de Loja. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.

Padilla, C. (2006). "Las cocinas regionales. Principio y fundamento etnográfico", ponencia presentada en el VII Congreso Internacional de Sociología Rural. Quito, Ecuador, (20 –24 noviembre). Guía número 5 Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.

Romero, S. y Hernández A. (2015). El método etnográfico y su relación con el

análisis de dominio. BIBLIOS, Universidad de Pittsburgh.

Santana, A. (2008). El Turismo Cultural ¿Un negocio responsable? Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 17, núm. 4, diciembre, 2008, pp. 272-290 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina

Soliz, F. y Maldonado, A (2012). Guía de metodologías comunitarias participativas. Guía número 5 Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.

UNESCO (2012), Manual de investigación cultural comunitaria; San José. Herramienta de Cultura y Desarrollo, Nicaragua.

UNESCO (2014), Igualdad de género, patrimonio y creatividad; Argentina.

Velasco, M. (2009). Gestión Turística del Patrimonio Cultural. Murcia: Universidad de Murcia.