

Innovación y sostenibilidad en la cocina: prácticas culinarias emergentes y su impacto en el turismo gastronómico responsable.

Innovation and sustainability in the kitchen: emerging culinary practices and their impact on responsible gastronomic tourism .

Tobar-Jácome, Mayra Catalina¹; Inga-Aguagallo, Carlos Fernando²; Ortega-Quijosaca, Rafael Santiago³; Pomaina-Pilamunga, Bacilio Segundo⁴.

Cita: Tobar-Jácome, M. C., Inga-Aguagallo, C. F., Ortega-Quijosaca, R. S., & Pomaina-Pilamunga, B. S. (2026). Innovación y sostenibilidad en la cocina: prácticas culinarias emergentes y su impacto en el turismo gastronómico responsable. *Innova Science Journal*, 4(1), 383-394. <https://doi.org/10.63618/omd/lsj/v4/n1/236>

Recibido: 12/10/2025

Aceptado: 15/01/2026

Publicado: 31/01/2026



Copyright: © 2026 por los autores. Este artículo es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos y condiciones de la **Licencia Creative Commons, Atribución-NoComercial 4.0 Internacional. (CC BY-NC)**.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

¹ Universidad Intercultural de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas Amawtay Wasi; Ecuador, Quito; <https://orcid.org/0009-0008-8436-7139>; mayra.tobar@uaw.edu.ec

² Universidad Intercultural de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas Amawtay Wasi; Ecuador, Quito; <https://orcid.org/0000-0003-1929-4427>; carlos.inga@uaw.edu.ec

³ Instituto Superior Tecnológico Tungurahua; Ecuador, Ambato; <https://orcid.org/0000-0001-9479-3459>; rortega.istt@gmail.com

⁴ Universidad Intercultural de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas Amawtay Wasi; Ecuador, Quito; <https://orcid.org/0000-0003-1700-1969>; bacilio.pomaina@uaw.edu.ec

¹ Autor Correspondencia

 <https://doi.org/10.63618/omd/lsj/v4/n1/236>

Resumen: La investigación analiza la relación entre innovación culinaria, sostenibilidad e identidad cultural en el turismo gastronómico responsable, mediante un estudio de caso desarrollado en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. El estudio busca fortalecer modelos de desarrollo local que articulen patrimonio alimentario, prácticas culinarias emergentes y turismo sostenible, reconociendo los saberes ancestrales y la agrobiodiversidad andina como elementos diferenciadores del territorio. El objetivo fue analizar el impacto de las prácticas culinarias locales e innovadoras en la motivación turística, la percepción de la identidad cultural y su contribución a la sostenibilidad del turismo gastronómico. La metodología adoptó un enfoque mixto entre febrero y junio de 2025, mediante encuestas con escala de Likert aplicadas a 238 turistas y entrevistas semiestructuradas a 10 emprendedores comunitarios vinculados a la gastronomía y al turismo. Los resultados evidencian que la gastronomía del territorio constituye un factor determinante en la experiencia turística y confirman la riqueza del patrimonio alimentario local y la permanencia de prácticas culinarias ancestrales. Se concluye que la innovación culinaria basada en el territorio fortalece la sostenibilidad cultural, social y económica del turismo gastronómico responsable en contextos rurales andinos del Ecuador.

Palabras clave: Patrimonio alimentario; Turismo gastronómico; Identidad cultural; Desarrollo local sostenible; Saberes ancestrales.

Abstract: The research analyzes the relationship between culinary innovation, sustainability, and cultural identity in responsible gastronomic tourism through a case study conducted in the parish of San Juan, Riobamba canton, Chimborazo province. The study seeks to strengthen local development models that articulate food heritage, emerging culinary practices, and sustainable tourism, recognizing ancestral knowledge and Andean agrobiodiversity as differentiating elements of the territory. The objective was to analyze the impact of local and innovative culinary practices on tourist motivation, the perception of cultural identity, and their contribution to the sustainability of gastronomic tourism. The methodology adopted a mixed approach between February and June 2025, using Likert scale surveys applied to 238 tourists and semi-structured interviews with 10 community entrepreneurs linked to gastronomy and tourism. The results show that the region's gastronomy is a determining factor in the tourist experience and confirm the richness of the local food heritage and the permanence of ancestral culinary practices. It is concluded that culinary innovation based on the region strengthens the cultural, social, and economic sustainability of responsible gastronomic tourism in rural Andean contexts in Ecuador.

Keywords: Food heritage; Gastronomic tourism; Cultural identity; Sustainable local development; Ancestral knowledge.

1. Introducción

El turismo gastronómico se ha consolidado en las últimas décadas como una modalidad estratégica dentro del turismo cultural y responsable, al vincular la experiencia alimentaria con la identidad cultural, los saberes locales y los procesos de desarrollo territorial sostenible. En este contexto, la gastronomía deja de ser un servicio complementario para convertirse en un eje central de la experiencia turística, capaz de generar valor simbólico, económico y social para los territorios. Diversas investigaciones en el ámbito latinoamericano destacan que la cocina tradicional constituye un patrimonio cultural inmaterial que, cuando se gestiona desde enfoques sostenibles e inclusivos, contribuye a la generación de experiencias auténticas, al fortalecimiento de las economías locales y a la preservación de prácticas culinarias ancestrales.

En América Latina, la relación entre gastronomía, cultura e identidad ha sido ampliamente reconocida como un factor diferenciador de los destinos turísticos, particularmente en territorios rurales donde la alimentación se articula con la agrobiodiversidad, los sistemas productivos locales y las formas comunitarias de organización social. Estudios recientes evidencian que los turistas gastronómicos muestran una mayor motivación y satisfacción cuando acceden a preparaciones tradicionales elaboradas con productos propios del territorio, lo que refuerza la percepción de autenticidad y el sentido de pertenencia cultural del destino visitado.

Desde una perspectiva de sostenibilidad, la gastronomía aplicada al turismo implica no solo la gestión responsable de los recursos alimentarios, sino también la preservación del patrimonio cultural y la transmisión intergeneracional de saberes culinarios. En este marco, la innovación culinaria no se concibe como la sustitución de las prácticas ancestrales, sino como un proceso de resignificación y adaptación que permite responder a las dinámicas contemporáneas del mercado turístico sin comprometer la identidad cultural local. La literatura especializada señala que la innovación basada en el territorio fortalece la competitividad de los emprendimientos gastronómicos comunitarios y contribuye a la sostenibilidad cultural, social y económica de los destinos.

En el contexto ecuatoriano, especialmente en la región andina, la gastronomía tradicional se encuentra estrechamente vinculada a la diversidad cultural y agroalimentaria del país. No obstante, distintos estudios advierten que estas prácticas no siempre son suficientemente valoradas ni integradas de manera estratégica en la oferta turística, lo que limita su potencial como recurso para el desarrollo local sostenible. Esta situación es particularmente evidente en zonas rurales, donde los emprendimientos comunitarios enfrentan desafíos relacionados con la innovación, la visibilización de la identidad cultural y su articulación con el turismo responsable.

La parroquia rural de San Juan, ubicada en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, constituye un territorio con una notable riqueza alimentaria y cultural, caracterizada por la presencia de productos agrícolas locales, preparaciones tradicionales y conocimientos culinarios transmitidos de generación en generación. Sin embargo, se observa una limitada integración de la identidad alimentaria local en la oferta gastronómica dirigida al turismo, así como una débil articulación entre innovación culinaria, sostenibilidad e identidad cultural. Esta problemática genera una brecha entre las expectativas del turista interesado en experiencias gastronómicas auténticas y las prácticas actuales de los prestadores de servicios turísticos, lo que plantea la necesidad

de analizar de manera sistemática el papel de las prácticas culinarias emergentes en el desarrollo del turismo gastronómico responsable en este territorio rural andino.

2. Materiales y Métodos

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de obtener una comprensión integral del fenómeno estudiado. El enfoque mixto resulta pertinente cuando se busca analizar, de manera simultánea, percepciones medibles y discursos profundos relacionados con prácticas culturales, identidad y sostenibilidad, especialmente en estudios de turismo y gastronomía con base comunitaria (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

El diseño de la investigación es no experimental, de tipo transversal y alcance descriptivo-analítico, dado que las variables no fueron manipuladas y los datos se recolectaron en un único periodo temporal comprendido entre febrero y junio de 2025. Este tipo de diseño es ampliamente utilizado en estudios de turismo cultural y gastronómico, donde se analizan percepciones, motivaciones y prácticas en contextos territoriales específicos (López-Guzmán et al., 2019).

2.1. Área de estudio

El estudio se desarrolló en la parroquia rural San Juan, ubicada en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, Ecuador. San Juan se caracteriza por una fuerte presencia de comunidades indígenas, sistemas productivos agroalimentarios tradicionales y una riqueza significativa de prácticas culinarias ancestrales vinculadas al territorio andino. Estas características la convierten en un escenario pertinente para analizar la relación entre innovación culinaria, sostenibilidad y turismo gastronómico responsable, desde un enfoque de identidad cultural y patrimonio alimentario (Cueva & Yáñez, 2020).

2.2. Población y muestra

La población de estudio estuvo conformada por dos grupos diferenciados:

1. Turistas nacionales y extranjeros que visitaron la parroquia San Juan durante el periodo de estudio.
2. Emprendedores comunitarios vinculados a actividades de turismo y gastronomía local.

Para el componente cuantitativo, se aplicó una fórmula estadística para poblaciones finitas, obteniéndose una muestra de 238 turistas, considerada estadísticamente representativa. Este tamaño muestral es coherente con investigaciones similares desarrolladas en destinos rurales latinoamericanos, donde se analizan motivaciones y percepciones del turista gastronómico (Sánchez-Cañizares & Castillo-Canalejo, 2015).

En el componente cualitativo, se trabajó con 10 emprendedores comunitarios, seleccionados mediante un muestreo intencional, considerando criterios de participación activa en la oferta gastronómica local, conocimiento de prácticas culinarias tradicionales y vinculación directa con el turismo comunitario. Este tipo de muestreo es adecuado cuando se busca profundizar en saberes locales y discursos identitarios (Vasilachis de Gialdino, 2019).

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el componente cuantitativo, se utilizó la encuesta estructurada, diseñada con preguntas cerradas en escala de Likert de cinco puntos, orientadas a medir la percepción del turista respecto a:

- Motivación por el consumo de gastronomía local
- Valoración de la identidad cultural en la experiencia turística
- Percepción de autenticidad y sostenibilidad de la oferta gastronómica

La escala de Likert resulta adecuada para medir actitudes y percepciones en estudios de turismo, al permitir un análisis estadístico claro y confiable de variables subjetivas (Moral-Cuadra et al., 2020).

Para el componente cualitativo, se aplicó la entrevista semiestructurada, que permitió explorar en profundidad las percepciones de los emprendedores comunitarios sobre:

- Uso de prácticas culinarias ancestrales
- Innovación gastronómica basada en productos locales
- Relación entre identidad cultural y turismo

La entrevista semiestructurada es ampliamente utilizada en investigaciones cualitativas en turismo comunitario, ya que facilita el diálogo intercultural y la recuperación de narrativas locales sin perder coherencia analítica (Troncoso & Almirón, 2018).

2.4. Procedimiento

La recolección de datos se realizó en tres fases. En una primera fase, se efectuó la revisión documental y el diseño de los instrumentos de investigación. En una segunda fase, se aplicaron las encuestas a los turistas de manera presencial, respetando criterios éticos de consentimiento informado. En la tercera fase, se desarrollaron las entrevistas con los emprendedores comunitarios, las cuales fueron grabadas y posteriormente transcritas para su análisis.

2.5. Análisis de datos

Los datos cuantitativos fueron procesados mediante estadística descriptiva, utilizando medidas de frecuencia, porcentajes y promedios, lo cual permitió identificar tendencias en las percepciones del turista. Este tipo de análisis es común en estudios de turismo gastronómico y permite establecer relaciones preliminares entre variables culturales y motivacionales (Pulido-Fernández et al., 2016).

Los datos cualitativos fueron analizados mediante análisis de contenido temático, identificando categorías emergentes relacionadas con identidad cultural, innovación culinaria y sostenibilidad. Este método permite sistematizar discursos y comprender significados sociales desde la perspectiva de los actores locales (Bardin, 2016).

3. Resultados

3.1. Resultados del componente cuantitativo: percepción de los turistas

Los resultados cuantitativos obtenidos a partir de las 238 encuestas aplicadas a turistas permiten identificar patrones consistentes en torno a la relación entre gastronomía local, identidad cultural y motivación turística. Más allá de la lectura porcentual, los datos

revelan una estructura de preferencias claramente orientada hacia experiencias auténticas, asociadas al territorio y a su patrimonio alimentario.

Tabla 1.

Motivación del turista para consumir gastronomía local

Nivel de acuerdo	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	2,1 %
En desacuerdo	9	3,8 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	8,8 %
De acuerdo	87	36,6 %
Totalmente de acuerdo	116	48,7 %
Total	238	100 %

Nota: Elaborados por los autores

El alto nivel de acuerdo registrado en relación con la motivación por consumir gastronomía local no solo evidencia interés culinario, sino que posiciona a la alimentación como un factor decisonal del desplazamiento turístico. El hecho de que más del 85 % de los turistas valore positivamente la gastronomía propia del territorio sugiere que San Juan no es percibido únicamente como un destino paisajístico o cultural, sino como un espacio donde la comida forma parte central de la experiencia.

Este resultado adquiere mayor relevancia al considerar que una proporción mínima de turistas manifestó desacuerdo, lo que indica una aceptación casi generalizada de la gastronomía local. La baja dispersión de respuestas negativas refuerza la idea de que el consumo de alimentos tradicionales constituye un eje transversal de satisfacción turística, independientemente del origen del visitante.

Tabla 2.

Percepción del turista sobre la identidad cultural en la gastronomía local

Nivel de acuerdo	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	2,9 %
En desacuerdo	15	6,3 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	16,0 %
De acuerdo	96	40,3 %
Totalmente de acuerdo	82	34,5 %
Total	238	100 %

Nota: Elaborados por los autores

La percepción de identidad cultural en la oferta gastronómica, aunque mayoritariamente positiva, presenta matices que requieren atención estratégica. El porcentaje de

respuestas neutras sugiere que, si bien los elementos identitarios están presentes en la gastronomía local, no siempre son reconocidos de forma consciente por el turista.

Este fenómeno puede interpretarse como una brecha entre la existencia del patrimonio alimentario y su puesta en valor comunicativa. En otras palabras, la identidad cultural está incorporada en los ingredientes y técnicas, pero no siempre es narrada, explicada o contextualizada dentro de la experiencia turística. Esta situación limita el potencial educativo y simbólico de la gastronomía, reduciéndola en algunos casos a un consumo meramente funcional.

Tabla 3.

Valoración del uso de productos locales en la gastronomía

Nivel de acuerdo	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	1,3 %
En desacuerdo	6	2,5 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	8,0 %
De acuerdo	92	38,7 %
Totalmente de acuerdo	118	49,6 %
Total	238	100 %

Nota: Elaborados por los autores

La valoración altamente positiva del uso de productos locales constituye uno de los hallazgos más contundentes del estudio. Los turistas no solo identifican el origen local de los alimentos, sino que lo asocian directamente con atributos de autenticidad, calidad y sostenibilidad.

Este resultado evidencia que la riqueza agroalimentaria de San Juan es percibida como un valor diferenciador, capaz de competir con ofertas gastronómicas más estandarizadas. Asimismo, revela una disposición favorable del turista hacia modelos de consumo responsables, donde el origen del alimento y su vínculo con el territorio adquieren un significado relevante.

Desde una perspectiva estratégica, este hallazgo posiciona a los productos locales como el núcleo estructurante de futuras propuestas gastronómicas y agroecológicas, reforzando la viabilidad de circuitos cortos de comercialización y economías locales.

3.2. Resultados del componente cualitativo: visión de los emprendedores comunitarios

El análisis de las entrevistas semiestructuradas a los emprendedores comunitarios permitió identificar no solo prácticas y discursos, sino también tensiones, aspiraciones y proyecciones en torno a la gastronomía y el turismo.

3.3. Saberes culinarios ancestrales como patrimonio vivo

Los emprendedores describieron la cocina local como un saber heredado, aprendido en el ámbito familiar y comunitario, donde la preparación de alimentos está ligada a rituales,

tiempos agrícolas y relaciones de reciprocidad. Estos saberes no son percibidos como “técnicas antiguas”, sino como prácticas vigentes que estructuran la vida cotidiana.

No obstante, emergió con fuerza la preocupación por la pérdida progresiva de estos saberes entre las generaciones más jóvenes, especialmente cuando no encuentran espacios económicos que valoren la cocina tradicional. Este aspecto posiciona al turismo gastronómico como una herramienta de salvaguardia cultural, siempre que se gestione desde una lógica comunitaria.

3.4. Innovación culinaria: adaptación sin ruptura

La innovación culinaria fue interpretada por los emprendedores como un proceso gradual y cuidadoso, basado en la adaptación de recetas tradicionales a nuevas exigencias del mercado turístico. Esta innovación se expresa principalmente en la presentación de los platos, la estandarización básica de procesos y la mejora en las condiciones de higiene, sin alterar el uso de ingredientes locales ni las técnicas fundamentales.

Este enfoque evidencia una innovación endógena, nacida del territorio, que dialoga con el turismo sin renunciar a la identidad cultural. La innovación no es percibida como una imposición externa, sino como una estrategia de supervivencia y fortalecimiento económico.

3.5. Gastronomía, territorio y orgullo identitario

Un hallazgo relevante del componente cualitativo es la relación entre gastronomía y orgullo identitario. Los emprendedores manifestaron que, cuando el turista muestra interés por la comida local y su historia, se genera un proceso de revalorización cultural interna. Este reconocimiento externo fortalece la autoestima comunitaria y motiva la continuidad de las prácticas alimentarias tradicionales.

Asimismo, los emprendedores identifican la gastronomía como un elemento capaz de articular el turismo con la agricultura local, especialmente con sistemas de producción agroecológica, lo que abre oportunidades para proyectos integrales de desarrollo territorial.

3.6. Integración ampliada de resultados: proyección estratégica

La integración de los resultados cuantitativos y cualitativos permite afirmar que la parroquia San Juan posee condiciones sólidas para el desarrollo de proyectos agroecológicos, alimentarios y turísticos con enfoque sostenible. La alta motivación del turista por la gastronomía local converge con la disposición de los emprendedores a fortalecer la identidad cultural como eje de la oferta turística.

Los resultados evidencian que la gastronomía puede funcionar como un puente estratégico entre la producción agroecológica y el turismo responsable, generando encadenamientos productivos que benefician a agricultores, cocineros y prestadores de servicios turísticos. Esta articulación no solo incrementa el valor económico del alimento, sino que refuerza su valor simbólico y cultural.

Asimismo, la investigación muestra que el fortalecimiento del componente identitario no requiere la creación de nuevas prácticas, sino la visibilización, narración y puesta en valor de las ya existentes. En este sentido, los resultados ofrecen una base empírica

sólida para el diseño de políticas locales, programas de capacitación y proyectos comunitarios orientados a la sostenibilidad alimentaria y turística.

En síntesis, los resultados confirman que la innovación culinaria, cuando se fundamenta en el patrimonio alimentario y en la identidad cultural, se convierte en un motor de sostenibilidad y desarrollo local. La parroquia San Juan emerge, así como un caso de estudio relevante, capaz de inspirar futuras iniciativas de turismo gastronómico responsable en contextos rurales andinos.

4. Discusión

Los resultados obtenidos en la parroquia San Juan confirman que la gastronomía local, cuando se sustenta en prácticas culinarias tradicionales y en el uso de productos propios del territorio, constituye un eje estructural del turismo gastronómico responsable y no un elemento accesorio de la experiencia turística. Esta evidencia refuerza planteamientos desarrollados en contextos rurales latinoamericanos, donde la alimentación tradicional se posiciona como un recurso estratégico para la diferenciación de destinos, la sostenibilidad del turismo comunitario y la valorización del patrimonio cultural inmaterial (Pérez-Gálvez et al., 2017; López-Guzmán & Sánchez-Cañizares, 2012).

El alto nivel de motivación del turista por consumir gastronomía propia de la zona confirma una tendencia del turismo contemporáneo hacia la búsqueda de experiencias auténticas, estrechamente vinculadas al territorio y a la identidad cultural local. En concordancia con lo señalado por Contreras y Gracia (2018), la gastronomía tradicional funciona como un “lenguaje cultural” que permite al visitante interpretar los valores sociales, simbólicos y productivos del destino. En el caso de San Juan, el interés del turista no se limita a atributos sensoriales como el sabor o la presentación, sino que se extiende al origen cultural, histórico y territorial de los platos, lo que refuerza el papel de la cocina como mediadora cultural entre visitantes y comunidad anfitriona.

No obstante, la presencia de percepciones neutras respecto a la identidad cultural en la oferta gastronómica evidencia que la patrimonialización de la cocina no es un proceso automático. Tal como advierten Álvarez y Medina (2021), la identidad alimentaria requiere procesos conscientes de comunicación, interpretación y mediación cultural. En este sentido, aunque la gastronomía de San Juan posee un alto valor identitario intrínseco, enfrenta el desafío de fortalecer su dimensión narrativa y simbólica dentro de la experiencia turística, evitando que el patrimonio alimentario sea percibido únicamente como un servicio de consumo.

La valoración positiva del uso de productos locales y alimentos patrimoniales refuerza la centralidad del patrimonio alimentario como eje de sostenibilidad territorial. Este hallazgo coincide con estudios que destacan que el empleo de insumos locales no solo reduce impactos ambientales, sino que también fortalece las economías rurales, los sistemas agroalimentarios tradicionales y las relaciones de reciprocidad comunitaria (Viteri & Tapia, 2018). Desde esta perspectiva, la gastronomía de San Juan se perfila como un articulador estratégico entre turismo y agroecología, favoreciendo circuitos cortos de comercialización y promoviendo prácticas productivas sostenibles. Investigaciones desarrolladas en territorios andinos confirman que esta articulación incrementa la resiliencia comunitaria y contribuye a la soberanía alimentaria local (Vasco et al., 2025).

Uno de los aportes más relevantes del estudio es la comprensión de la innovación culinaria como un proceso endógeno, gradual y no disruptivo. Los emprendedores comunitarios conciben la innovación no como una ruptura con la tradición, sino como una adaptación cuidadosa de recetas, técnicas y formas de presentación, orientada a responder a las demandas del turismo sin sacrificar la autenticidad cultural. Esta visión coincide con lo planteado por Troncoso y Almirón (2018), quienes sostienen que la innovación en contextos culturales debe entenderse como un proceso situado, construido desde el territorio y sus actores. De este modo, la experiencia de San Juan se alinea con enfoques de innovación social y cultural que priorizan el valor simbólico del alimento por encima de su mercantilización indiscriminada, evitando procesos de folklorización o estandarización gastronómica (Pelegrín Entenza et al., 2023).

El análisis cualitativo revela que los emprendimientos comunitarios reconocen la gastronomía como un eje identitario y económico, pero también como un espacio de tensión entre la preservación de los saberes tradicionales y las exigencias del mercado turístico. Esta dualidad ha sido ampliamente documentada en estudios latinoamericanos, donde se señala que el turismo puede actuar tanto como un factor de revitalización cultural como de riesgo para el patrimonio alimentario, dependiendo del modelo de gestión adoptado (Blanco Benítez et al., 2025). En este contexto, los resultados sugieren que el fortalecimiento del componente identitario en los prestadores de servicios no debe limitarse a capacitaciones técnicas, sino que requiere procesos formativos interculturales orientados a la valoración del patrimonio alimentario y a la construcción de relatos gastronómicos coherentes con la cosmovisión local. Así, la gastronomía se configura no solo como una actividad económica, sino también como una herramienta pedagógica y cultural.

La integración de los resultados permite afirmar que la parroquia San Juan posee condiciones favorables para el desarrollo de proyectos integrales de turismo gastronómico responsable, articulados con iniciativas agroecológicas y de soberanía alimentaria. La convergencia entre la motivación del turista, la riqueza alimentaria del territorio y la disposición de los emprendedores comunitarios genera un escenario propicio para la planificación territorial sostenible (Aguirre, 2025). Este enfoque coincide con propuestas de desarrollo local que plantean la necesidad de integrar turismo, agricultura y cultura como ejes complementarios, evitando modelos extractivistas del patrimonio y promoviendo procesos de desarrollo endógeno (Pulido-Fernández et al., 2016).

En síntesis, la discusión confirma que la innovación culinaria basada en el patrimonio alimentario y la identidad cultural no solo fortalece la sostenibilidad del turismo gastronómico, sino que contribuye activamente a la preservación de saberes ancestrales y a la proyección de futuros proyectos agroecológicos y alimentarios con arraigo territorial. El caso de San Juan aporta evidencia empírica relevante al debate académico sobre turismo gastronómico responsable en contextos rurales andinos, destacando la gastronomía como un sistema cultural y productivo clave para el desarrollo local sostenible.

5. Conclusiones

La investigación permite concluir, en primer lugar, que la gastronomía local constituye un factor estructural de la experiencia turística en la parroquia San Juan y no un

componente accesorio del viaje. Los resultados cuantitativos evidencian que la motivación del turista está fuertemente asociada al consumo de alimentos propios del territorio, lo que confirma que la cocina tradicional influye de manera directa en la percepción de autenticidad y en la satisfacción del visitante. Este hallazgo posiciona a la gastronomía local como un eje estratégico para el turismo gastronómico responsable, capaz de fortalecer la identidad del destino y generar ventajas competitivas sostenibles en contextos rurales andinos.

En segundo lugar, se concluye que la parroquia San Juan posee una significativa riqueza alimentaria y un conjunto de saberes culinarios ancestrales que se mantienen vigentes en las prácticas cotidianas de los emprendedores comunitarios. No obstante, los resultados revelan una brecha entre la existencia de este patrimonio alimentario y su adecuada puesta en valor dentro de la oferta turística. Aunque los alimentos tradicionales y los productos locales son utilizados de manera recurrente, su dimensión cultural no siempre es reconocida plenamente por el turista, lo que pone en evidencia la necesidad de fortalecer procesos de comunicación identitaria, interpretación gastronómica y construcción de relatos culturales coherentes con el territorio.

Finalmente, la investigación confirma que la innovación culinaria basada en el territorio emerge como una oportunidad clave para articular gastronomía, agroecología y desarrollo local sostenible. Los emprendedores comunitarios conciben la innovación como un proceso de adaptación de la tradición, que respeta los ingredientes, técnicas y significados culturales, al tiempo que responde a las demandas del turismo contemporáneo. Esta forma de innovación endógena genera condiciones favorables para el diseño de proyectos agroalimentarios y turísticos con enfoque comunitario, contribuyendo a la preservación del patrimonio alimentario, al fortalecimiento de la economía local y a la consolidación de un modelo de turismo gastronómico responsable con identidad cultural.

Referencias Bibliográficas

- Aguirre-Muñoz, A. A., Dávalos-Cerrón, P. Y., Álvarez-Córdova, V. M., Calderón-Vallejo, C. V., & Vasco-Aguilera, A. S. (2025). La Alimentación y su Incidencia en la Sociedad y Economía. *Innova Science Journal*, 3(E1), 334-342. <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v3/nE1/199>
- Álvarez, M., & Medina, F. X. (2021). Patrimonio alimentario, turismo y desarrollo local: tensiones y oportunidades en contextos rurales. *Revista de Antropología Social*, 30(1), 113–132. <https://revistas.ucm.es/index.php/raso>
- Bardin, L. (2016). *Análisis de contenido*. Ediciones Akal. <https://es.scribd.com/doc/316986801/Bardin-Analisis-de-Contenido>
- Blanco Benítez, A. del R., Calderón Ávila, Y. D., & Yepes González, E. (2025). Turismo gastronómico y sostenibilidad: imagen del destino para la identidad cultural. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(3). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i3.17908

- Carrión, D., & Herrera, S. (2020). Turismo gastronómico y desarrollo territorial sostenible en Ecuador. *Siembra*, 7(2), 45–58. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA>
- Contreras, J., & Gracia, M. (2018). Saberes alimentarios, patrimonialización e identidad. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpo, Emociones y Sociedad*, 10(27), 10–22. <https://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/issue/archive>
- Cueva, N., & Yáñez, C. (2020). Turismo comunitario y desarrollo local en territorios andinos del Ecuador. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 4(2), 45–62. <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/sathiri/article/download/1199/3518/12149>
- Flores Flores, J. C., & Ramírez Coronado, H. (2025). Sabores de Lima: impacto del turismo gastronómico en la identidad cultural y el desarrollo económico local. *Business Innova Sciences*, 3(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.13845251>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education. <https://repositorio.uasb.edu.bo/items/70dca925-d1b4-49f0-ae97-26eb71787891>
- Koeller Alvarado, R. E., & Chavarría Muñiz, D. O. (2025). *Diseño de un producto turístico gastronómico para fortalecer la identidad cultural en Ayangué, provincia de Santa Elena* (Tesis de grado). Universidad de Guayaquil. <https://repositorio.ug.edu.ec/entities/publication/d592abfb-f4c5-4819-bd28-ba674c931643>
- López-Guzmán, T., & Sánchez-Cañizares, S. (2012). La gastronomía como factor clave en la motivación del turista. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(2), 431–446. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.072>
- López-Guzmán, T., Uribe-Lotero, C., Pérez-Gálvez, J. C., & Ríos-Rivera, I. (2019). Gastronomic festivals: Attitude, motivation and satisfaction of tourists. *British Food Journal*, 121(5), 1166–1180. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2018-0384>
- Moral-Cuadra, S., Acero de la Cruz, R., & López-Guzmán, T. (2020). Analysis of tourist satisfaction in gastronomic destinations. *Sustainability*, 12(23), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su12239931>
- Pelegrín Entenza, N., Naranjo Lluport, M. R., & Pelegrín Naranjo, A. (2023). Metodología para el diagnóstico del turismo gastronómico en destinos turísticos. *RILCO DS*, 7(66). https://ojs.eumed.net/rev/index.php/rilcoDS/article/view/327pnp?utm_source=chatgpt.com
- Pérez-Gálvez, J. C., López-Guzmán, T., & Buiza, F. (2017). El turismo gastronómico como motor de desarrollo económico local. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(1), 120–138.

https://www.redalyc.org/journal/1807/180755394013/180755394013.pdf?utm_source=chatgpt.com

- Pisarski Junior, M. R., Zepeda Arce, A., & Valduga, V. (2025). Turismo gastronómico y desarrollo local en el contexto de América Latina. *Élisée: Revista de Geografía da UEG*. <https://www.revista.ueg.br/index.php/elisee/article/view/15763>
- Pulido-Fernández, J. I., López-Guzmán, T., & González Santa Cruz, F. (2016). Motivaciones turísticas y gastronomía. *Cuadernos de Turismo*, (38), 387–404. <https://doi.org/10.6018/turismo.38.271531>
- Richards, G. (2012). An overview of food and tourism trends and policies. *OECD Studies on Tourism*. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2012/02/food-and-the-tourism-experience_g1g1b71d/9789264171923-en.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Sánchez-Cañizares, S., & Castillo-Canalejo, A. M. (2015). A comparative study of tourist attitudes towards culinary tourism in Spain and Ecuador. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(3), 1–16. <https://doi.org/10.1080/14766825.2014.980843>
- Troncoso, C., & Almirón, A. (2018). Turismo, cultura e identidad: debates actuales. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(4), 843–855. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.060>
- Vasco-Aguilera, A. S., Palacio-Altamirano, P. C., Villegas-Castillo, J. C., Garcés-Yanzapanta, S. D., & Vargas-Hurtado, V.-H. J. V. (2025). Impacto Ambiental y Social del Derrame de Crudo en el Ecuador. *Innova Science Journal*, 3(E1), 303–314. <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v3/nE1/195>
- Vasilachis de Gialdino, I. (2019). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa. https://www.marcialpons.es/libros/estrategias-de-investigacion-cualitativa/9788417835033/?utm_source=chatgpt.com
- Viteri, M. L., & Tapia, M. E. (2018). Agrobiodiversidad, cultura alimentaria y desarrollo local. *Letras Verdes*, (24), 97–116. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/search?query=Agrobiodiversidad,%20cultura%20alimentaria%20y%20desarrollo%20local&spc.page=1>

CONFLICTO DE INTERESES

“Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses”.