

**Análisis de la oferta gastronómica en los  
mercados de Tumbaco bajo la perspectiva  
de la patrimonialización**

**Analysis about gastronomical offer in  
Tumbaco's markets under patrimonializa-  
tion perspective**

**Raquel Chacón-Jordán**

Instituto Superior Tecnológico ISMAC - Ecuador  
rchacon@tecnologicoismac.edu.ec

**Carlos Pérez-Salazar**

Instituto Superior Tecnológico ISMAC - Ecuador  
cperez@tecnologicoismac.edu.ec

**Keyerman Toapanta-Cisneros**

Instituto Superior Tecnológico ISMAC - Ecuador  
investigación@tecnologicoismac.edu.ec

[doi.org/10.33386/593dp.2020.3.211](https://doi.org/10.33386/593dp.2020.3.211)

## RESUMEN

El presente estudio analiza los factores influyentes en los procesos de patrimonialización gastronómica y como problema principal se evidenció que es necesario llevar a cabo un análisis de los factores influyentes en los procesos de patrimonialización gastronómica, así como de sus actores y elementos para conocer su intervención en el fortalecimiento de la identidad cultural; tomando la alimentación desde una perspectiva inclinada a la antropología, para poder recolectar información sobre la importancia y valor del rescate y presencia de hábitos cotidianos de alimentación en lugares vernáculos como son los mercados. Para ello, se ha utilizado un diseño de investigación descriptiva no experimental, usando métodos de recolección de datos primarios, y tomándose como herramienta útil la encuesta para recoger opiniones específicas en la zona de estudio, con una muestra de trescientos ochenta y tres (383) personas; obteniendo de ésta manera que, la oferta gastronómica en los mercados es un bien patrimonial en la cultura de la parroquia de Tumbaco, al encasillarse en una tradición que se mantiene vigente después de haber pasado de generación en generación, que vale la pena rescatarse y mantenerse y que, ha otorgado un sentido de identidad al colectivo social que necesita ser reafirmado en el mismo; para de este modo encontrarse en la ventajosa situación de la dinamización social y apropiación del bagaje cultural. Actualmente con base a los resultados obtenidos se encontró que, mediante el estudio, realce y promoción de valores culturales que se generan alrededor de la oferta de alimentos en el mercado es posible generar un fortalecimiento de la identidad cultural de los tumbaqueños.

**Palabras clave:** oferta gastronómica, mercados, patrimonialización

## ABSTRACT

The present research work analyses the influential factors in the processes of gastronomic heritage and as a main problem was evidenced that it is necessary to make an analysis of, as well as its actors and elements to know its intervention in the strengthening of cultural identity; taking feeding from a perspective inclined to anthropology, to be able to gather information about the importance and value of the rescue and presence of daily eating habits in vernacular places such as markets. For this, a descriptive non-experimental research design has been used, using primary data collection methods, and using the survey as a useful tool to collect specific opinions in the study area, with a sample of three hundred eighty three (383) people; obtaining in this way that, the gastronomic offer in the markets is a heritage asset in the culture of Tumbaco's parish, when it is sorted out in a tradition that remains in force after having passed from generation to generation, which is worth rescuing and keep, has granted a sense of identity to the social group that needs to be reaffirmed in it; in order to find itself in the advantageous situation of social revitalization and appropriation of cultural baggage. Currently, based on the results obtained, it was found that, through the study, enhancement and promotion of cultural values that are generated around the food supply in the market, it is possible to generate a strengthening of the cultural identity of the citizens in Tumbaco.

**Key words:** gastronomic offer, markets, patrimonialization

Cómo citar este artículo:

APA:

Chacón, R., Pérez, C., & Toapanta, K. (2020). Análisis de la oferta gastronómica en los mercados de Tumbaco bajo la perspectiva de la patrimonialización. 593 Digital Publisher CEIT, 5(3), 220-228. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.3.211>

**Descargar para Mendeley y Zotero**

## Introducción

La identidad colectiva de los distintos pueblos se ha ido formando alrededor de una serie de sistemas (políticos, culturales, económicos), siendo uno de ellos, el sistema alimentario. Los hábitos al momento de hablar de alimentos y su consumo, tienen una gran trascendencia a nivel social y cultural que se evidencia al tratar sobre patrimonio; tal como lo expresa Medina (2017), los elementos que componen la identidad cultural son significativamente representativos, es decir, se vuelven parte de una sociedad al punto de sentir que otorgan un sentido de autoidentificación como entes de un colectivo, o al menos, esto sucede con una gran parte de sus miembros. Al ser considerados de importancia dichos elementos, se hace relevante la transmisión de ellos entre generaciones y, por lo tanto, dejar legados con los cambios propios del tiempo, pero manteniendo su esencia.

De allí que la importancia de la revalorización del patrimonio cultural gastronómico es un tema que compete a toda una sociedad, tanto a la comunidad que busca defender sus tradicionales formas de alimentación, así como a estamentos públicos y gubernamentales que deberán invertir esfuerzos en rescatar y procurar la salvaguarda de patrimonios alimentarios (Matta, 2015).

Es por ello que, en esta ocasión, se busca determinar los factores que intervienen en el hecho de que los pobladores de Tumbaco realicen esta apropiación, factores como la aceptación de sus mercados, los hábitos de alimentación que ellos generan en relación a estos sitios, la percepción de calidad y servicio que se tienen; para con ello poder comprender el nivel de conocimiento y auto identificación que se tiene del objeto de estudio.

Como lo explica Hernández-Ramírez (2018), tal cual sucede en el proceso de la patrimonialización de lo cultural, en el ámbito gastronómico, la revalorización de elementos materiales e inmateriales que constan en las memorias y tradiciones de la gente, son

adoptados como bien común para su cuidado y rescate, evitando así la pérdida de estas a través de los tiempos; incluyendo prácticas sociales relacionadas con la alimentación.

En el Ecuador, y más sesgadamente en pueblos y comunidades rurales, se evidencian prácticas alimenticias peculiares, no solo en cuanto a ingredientes se trata, sino a los mismos hábitos que culturalmente se han ido desarrollando. Es así que, la actividad de generar dinámicas de consumo de alimentos en los mercados, en donde, como actividad principal se tiene la compraventa de alimentos frescos, genera un elemento digno de apropiación cultural, lo que desencadena en un consecuente proceso patrimonializador.

Al decir que, es considerado como patrimonio cultural aquel que haya sido transmitido entre generaciones manteniendo su fundamento cultural (UNESCO, 2003) se pudo notar que el hábito de generar espacios de oferta y demanda de alimentos preparados en los mercados es un elemento patrimonializable; sin embargo, poca conciencia se ha tenido a nivel colectivo de la importancia cultural que se genera al interactuar en dichos sitios.

“Tumbaco posee un patrimonio intangible en su comida, ya que la gastronomía impone su presencia en los diferentes paraderos de comidas de la parroquia.” (GAD de Tumbaco, 2015); sin embargo, son varios factores que han de afectar el hecho de que los consumidores de alimentos en mercados opten por apropiarse de dicha actividad como parte de su identidad, tales como su comodidad, seguridad, satisfacción de sus necesidades, precios, entre otros.

## Método

En el presente trabajo se lleva a cabo una investigación de tipo cualitativa y cuantitativa con un alcance descriptivo en donde se realizó una labor de recopilación bibliográfica de autores nacionales e internacionales, se ha llegado a inferir en conclusiones fundamentadas en observaciones y trabajos investigativos previos,

tanto generales como de casos de estudio de otros países. Se han recogido perspectivas de investigadores en trabajos documentales para establecer un compendio de información sobre el fenómeno de la patrimonialización; por el lado de estudio de fuentes teóricas; además de aplicar la técnica de la observación no participativa con los sujetos involucrados en la oferta gastronómica de alimentos preparados en el mercado; es decir, tanto a expendedores como consumidores.

Se utilizó la técnica de la encuesta estructurada para obtener criterios e información cualitativa de la población de Tumbaco que asciende a 174.000 habitantes (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2019), cifra que fue tomada como muestra de estudio, obteniendo la cantidad de 383 encuestas a realizar. Esta técnica fue aplicada en puntos de concentración de gente de la ciudad (supermercados, mercados, plazas) con pobladores mayores de edad, teniendo previamente estructuradas 13 preguntas cerradas entre respuestas de tipo politómicas, escala de Likert, y de selección múltiple.

## Resultados

La asimilación de hábitos de alimentación como parte de la cultura de una población es primordial en los procesos de construcción y revalorización de un patrimonio no tangible alimentario; dichos fenómenos son relevantes para el enriquecimiento de un colectivo, para otorgar legitimidad y valor en su autoidentificación.

Se han encontrado resultados de trabajos de patrimonialización en diferentes regiones del mundo que muestran que, al revalorizar las costumbres que rodean el hábito de la alimentación; la población se ve beneficiada en un enriquecimiento de su identidad; la apropiación de un elemento patrimonial alimentario, otorga a una sociedad la oportunidad de llegar incluso a comercializar y dinamizar la economía (Del Río Hernández & Román Gutiérrez, 2017). Por mencionar un par de ellos, se encuentran casos de países como

México y Perú, con su patrimonio gastronómico; así mismo, el de la dieta mediterránea, que ahora identifica a una región completa y es reconocida a nivel mundial; con base a ellos es posible verificar el enorme giro que se puede dar a una sociedad luego de un arduo trabajo mancomunado en pos de lo cultural gastronómico (Moncusí Ferré, 2014).

Hablando localmente, en un marco oficial, en este caso el Ministerio de Cultura y Patrimonio, se han hecho esfuerzos por recopilar ya no solo patrimonio tangible, sino que también se ha tenido como consideración la revalorización del patrimonio cultural intangible, que es justamente en donde podemos encontrar contenido el patrimonio gastronómico (Unigarro Solarte, 2010).

Ahora bien; si se da un enfoque al término y concepto general de lo que un patrimonio es, no solo se considera como patrimonio a lo que se encuentra reconocido por un ente oficial, o se encuentra en un inventario; sino a cada costumbre o hábito, como lo menciona la (UNESCO, 2003): "usos sociales", que se generan en una sociedad siempre que se transmita de generación en generación permaneciendo vigente y siendo aceptado como parte de la identidad de determinado pueblo. Por lo que, habitualmente se encontrará varios elementos a los cuales se puede atribuir dicho fenómeno.

Es así el caso de los mercados que, para el presente trabajo, se han de tomar de Tumbaco, en donde se genera una dinámica de oferta y demanda de alimentos preparados, que se ha ido manteniendo por varias razones, entre ellas, el hecho de haber consolidado esto como una tradición en su gran mayoría familiar, y que para cierta parte de los lugareños se considera parte de la identidad cultural.

De la encuesta aplicada en pobladores del valle de Tumbaco se han obtenido los siguientes resultados:

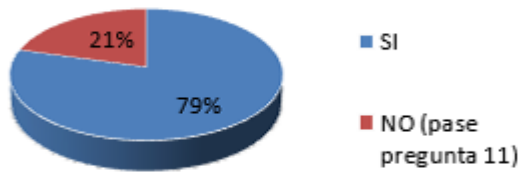


Figura 1. Porcentaje de personas encuestadas que visitan el mercado de Tumbaco.

De acuerdo con la figura 1, podemos decir que, de la población encuestada al menos un 79% visitan o han visitado el mercado de Tumbaco.

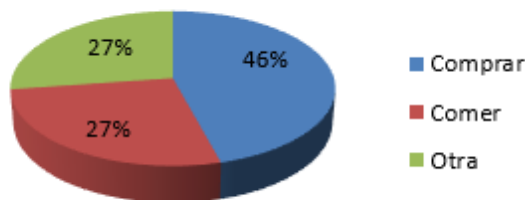


Figura 2. Motivos por los cuáles asisten al mercado.

La figura 2 revela que un lugar destinado para la comercialización de víveres es usualmente para realizar esta actividad específicamente, sin embargo, se prestan otros servicios como la venta de platos típicos, estableciendo un segmento importante que también acude a estos lugares para degustar la gastronomía del lugar.

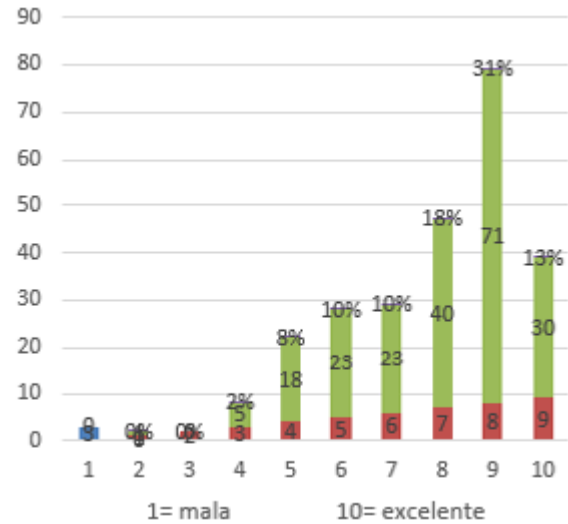


Figura 3. Evaluación de la calidad de los alimentos ofertados en el mercado de Tumbaco.

La figura 3 nos muestra que, un 31% de los encuestados, que son visitantes asiduos del mercado consideran que la oferta se inclina a la satisfacción en cuanto a calidad, factor que es importante para alcanzar la fidelización de los clientes.

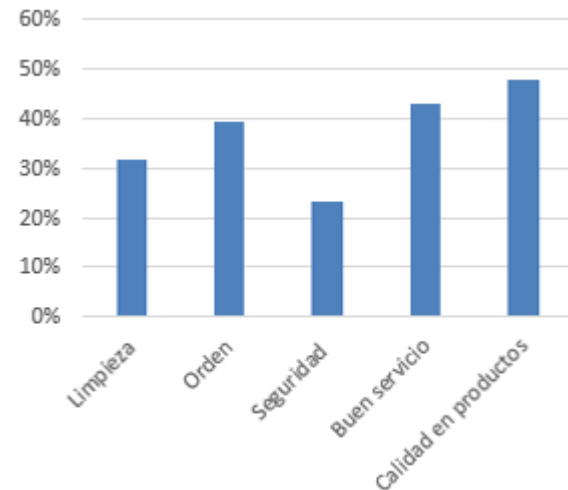


Figura 4. Evaluación de las características encontradas en el mercado.

En la figura 4, se describieron las características que los comensales identifican a menudo en un mercado y para satisfacción de las personas que laboran ahí; evidenciando que, las principales características son la calidad en los productos y el buen servicio, mismos que se destacan del resto.

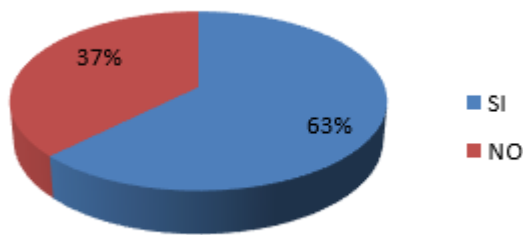


Figura 5. Porcentaje de consumidores de alimentos preparados en el mercado.

En la figura 5 se observa que, de las personas que afirman visitar el mercado, un porcentaje del 63% sí consume alimentos preparados ofertados en el mercado usualmente.

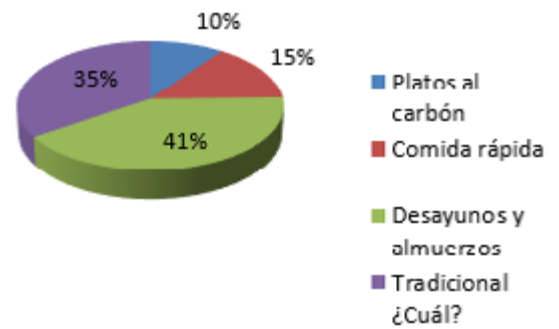


Figura 7. Preferencia de tipo de comida a consumir en el mercado.

En contradicción con los aspectos mencionados de costumbre, la figura 7 evidencia que hay una tendencia importante de consumo de menús de desayuno o almuerzo, que dan una opción basado en los platos típicos para su favorita comida tradicional.

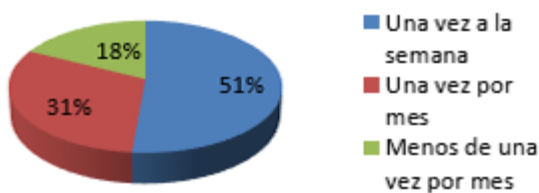


Figura 6. Frecuencia de consumo de alimentos preparados.

La figura 6 deja ver que, los encuestados que consumen alimentos preparados en el mercado, en su mayoría, lo hace cada semana, y una cantidad menor lo hace en menor frecuencia cada mes, lo que indica que no es un lugar de alta influencia, sino que hay mucha afluencia de comensales sobre todo en fechas o días especiales.

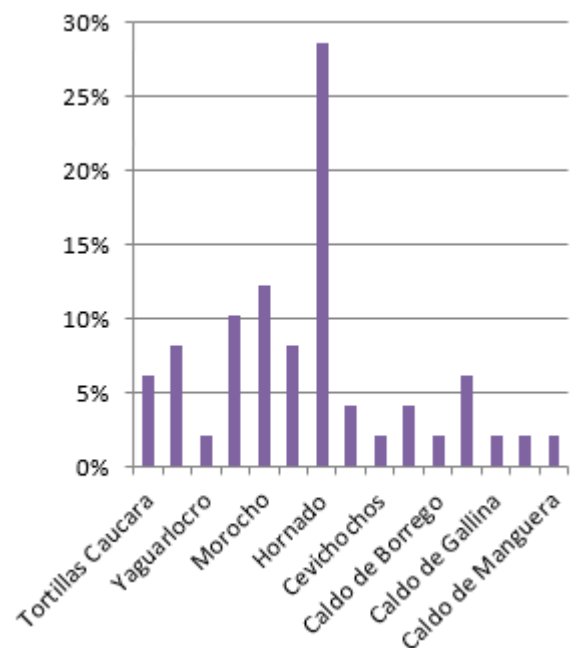


Figura 8. Preferencia de comida tradicional.

En la figura 8 se puede notar que hay mucha variedad de platos ofertados a la comunidad basados en la comida tradicional, sin embargo, los comensales prefieren el hornado, seguido por el morochó y la guatita, platos identificados como íconos de la gastronomía del lugar.



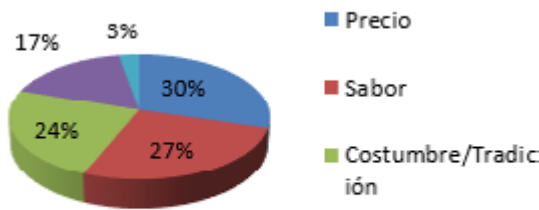


Figura 9. Motivos de consumo de alimentos en el mercado.

Se puede ver según la figura 9 que, los consumidores de alimentos preparados en el mercado consideran como razones para escogerlos el precio referencial, el sabor tradicional que encuentran en el sitio y además la costumbre misma de los habitantes de la zona, que viene desde generaciones anteriores.

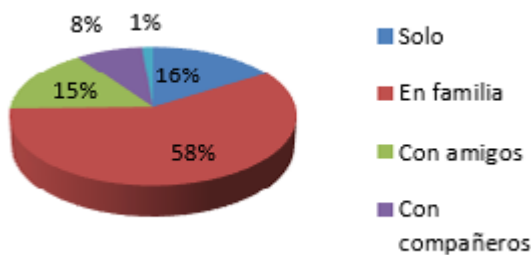


Figura 10. Personas con las que se acostumbra a comer en el mercado.

La figura 10 muestra que, al preguntar acerca de las personas con las que suelen ir a comer en el mercado, la mayoría respondió que lo hace en familia, por tanto, es un lugar de afluencia de familias enteras, que luego de comprar sus víveres degustan platos propios de la zona.

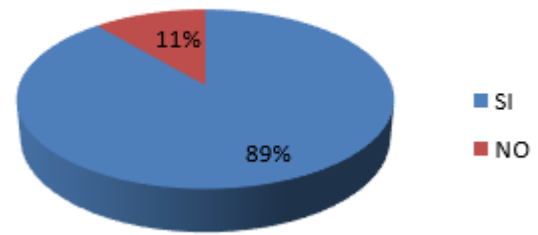


Figura 11. Aceptación del trato recibido en el mercado.

La figura 11 evidencia que, un factor importante en la actualidad es el servicio al cliente, mismo que en las encuestas reflejó de alta trascendencia, es así que, la mayor cantidad de personas que asisten están de acuerdo con el trato que reciben en el mercado, incluso manifiestan que les resulta familiar y característico de la zona.

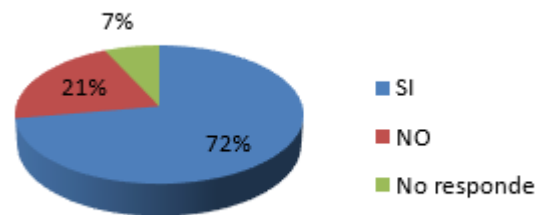


Figura 12. Consciencia de la influencia del consumo de comida en mercados para la cultura.

Según la figura 12, Alrededor de un 80% mantienen un adecuado reconocimiento de la importancia de consumir los alimentos propios de la zona, para enriquecer la cultura.

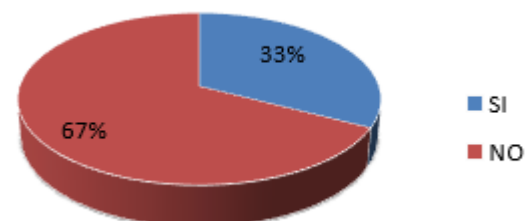


Figura 13. Conocimiento sobre patrimonio alimentario.

Al cuestionar sobre el conocimiento del término patrimonio, la figura 13 da como resultado que, la mayor cantidad de encuestados infiere un desconocimiento del tema; sin embargo, hay un porcentaje no muy bajo que dice poseer una idea poco aproximada al término mencionado.

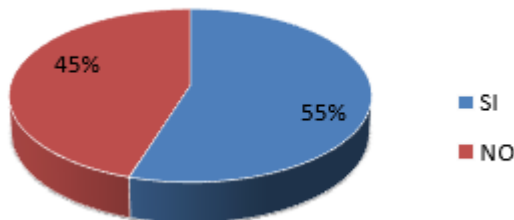


Figura 14. Influencia del consumo de alimentos en el mercado para la revalorización de la cultura.

La figura 14 expone que, existe una opinión casi dividida respecto a la relevancia que tiene el consumo de alimentos para poder recuperar el valor de la cultura local.

### Discusión

El estudio, la revalorización y el reconocimiento de temas de interés cultural de tipo inmaterial se han potenciado desde organismos públicos hasta la aplicación en gobiernos locales; lo que da señal de la urgencia o importancia que tiene el mantener viva la esencia de cada cultura, para así enriquecer la identidad de distintos pueblos.

Al analizar las respuestas y resultados del estudio, se evidencia en la población del sector la existencia de conciencia de revalorizar las costumbres y tradiciones generadas en torno a la alimentación, pese a conocer que no se tiene una apropiación cultural tan latente de los hábitos de consumo en mercados; lo que se genera por el poco o nulo conocimiento de la influencia de la gastronomía en la identidad de colectivos sociales conocido como patrimonio cultural inmaterial como tal.

Por un lado, están las generaciones que se han dedicado a mantener vivas las tradiciones

gastronómicas en los mercados; ya sea como fuente de ingreso o como costumbre o tradición; y por otro está el colectivo social que ha reconocido tal existencia, pero no ha adquirido como suya esta identificación; no ha tomado totalmente como parte de su identidad cultural el hecho de intervenir en esta dinámica. Se pueden mencionar factores como la aculturación, transculturación o simplemente una carencia de identidad propia para justificar el hecho de que no se otorgue mayor trascendencia a aquellos momentos de conjugación en espacios tradicionalmente públicos de reunión popular y familiar como son los mercados, pero lo cierto es que, cualquiera sea el motivo de su poca apreciación; tiene que ser erradicado de la autoidentificación de este colectivo.

Importante en ello, es desde luego, el orden gubernamental como actor en esta labor; pero también el de instancias privadas e incluso populares; que hasta el momento han parecido casi ausentes, moviéndose quizá por motivos comerciales, mercantiles o de tendencias; pero no por la consciencia cultural colectiva.

En los resultados obtenidos por la encuesta se encuentran posturas de aceptación hacia las tradiciones que envuelven los alimentos en los mercados; cosa que se ha de tomar como un camino abierto para la creación de consciencia y revalorizar así la identidad gastronómica y desechar conceptos o elementos limitantes en la continuidad de dichas tradiciones.

En este contexto se puede establecer la importancia de generar líneas de investigación encaminadas al mantenimiento y refuerzo de tradiciones culturales gastronómicas, con lo que se pretende exaltar el esfuerzo que han realizado las generaciones de personas que comercializan alimentos en el mercado de Tumbaco, lo que da una identidad cultural a la zona y puede servir como guía o ejemplo para otras zonas del distrito metropolitano de Quito, que puedan lograr que se considere un patrimonio cultural a las tradiciones gastronómicas de la zona, logrando posicionar con este nombramiento a una parroquia que se



caracteriza por mantener sus rasgos culturales apegados a la realidad de los tiempos.

### Referencias bibliográficas

- Albert, M. F. (2014). La patrimonialización de la cultura alimentaria: apuntes para su desarrollo en el caso de la miel de Ayora. En U. d. Valencia, Educación y entorno territorial de la Universitat de Valencia (págs. 117-127). España.
- Altamirano, N. B. (Noviembre de 2017). La patrimonialización como un recurso para la preservación de la fiesta andina. Caso la Yumbada de Cotacollao. Quito.
- Andrango, J. (2016). Gastronomía de la provincia de Imbabura como patrimonio cultural inmaterial del Ecuador parroquia Imbaya cantón Antonio Ante. Ibarra.
- Comisión para la preservación del patrimonio histórico cultural de la Ciudad de Buenos Aires. (2005). La cocina como patrimonio intangible. Buenos Aires.
- Del Río, L. I. & Román, J. F. (2017). El patrimonio gastronómico de México y sus regiones. Revista Ph Perspectivas. Andalucía.
- GAD de Tumbaco. (15 de 01 de 2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Tumbaco. Quito, Ecuador.
- Hernández, S. R. "Metodología de la Investigación". Sexta edición ed. Mexico. 2014. McGrawHill
- Hernández-Ramírez, J. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. CUHSO, 154-176.
- Matta, R. (Enero de 2015). ResearchGate. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/298401905\\_Conocimiento\\_y\\_poder\\_practicas\\_alimentarias\\_y\\_patrimonializacion\\_cultural](https://www.researchgate.net/publication/298401905_Conocimiento_y_poder_practicas_alimentarias_y_patrimonializacion_cultural)
- Medina, X. (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. Anales de Antropología, 106-113.
- Ministerio de Turismo. "Ecuador Culinario: saberes y sabores". (en línea), 2013, consultado por internet el 5 de Junio de 2017. Dirección de Internet. <http://www.turismo.gov.ec/ecuador-culinario-saberes-y-sabores/>
- Moncusí Ferré, A. (2014). La patrimonialización de la cultura: Apuntes para su desarrollo en el caso miel de Ayora. En U. d. València, Educación y entorno territorial de la Universitat de València (págs. 117-127). València: Universitat de València.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2019). Quito. Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/index.php/administracion-zonales/administracion-zonal-tumbaco#%C3%A1rea-de-intervenci%C3%B3n>
- Osorio, R., Serrano, R. & Palmas. (2018). Patrimonialización y patrimonio inmaterial, como elemento dinamizador de la economía local en Zacazonapan Estado de México. México: International Journal of Scientific Management and Tourism.
- Piña, P. A. (2013). Cultura y alimentación. Aspectos fundamentales para una visión comprensiva de la alimentación humana. México.
- UNESCO. (2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. París.
- Unigarro, C. (2015). Sistemas alimentarios y patrimonio alimentario. Transculturaciones en el caso ecuatoriano. Quito: Antropología Cuadernos de Investigación.