

Las tendencias culinarias en la identidad cultural de la ciudad del Puyo

Culinary Trends in the Cultural Identity of the City of Puyo

Monserrath Calles Velasco¹ ([correo del autor](mailto:correo_del_autor)) (<https://orcid.org/0009-0003-4522-9669>)

Francisco Torres Oñate² (cf.torres@uta.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0002-9411-5401>)

Keila Villagomez García³ (kvillagomez8487@uta.edu.ec) (<https://orcid.org/0009-0009-3433-4694>)

Fernanda Viteri Toro⁴ (mf.viteri@uta.edu.ec) (<https://orcid.org/0000-0003-2600-7115>)

Resumen

Las tendencias culinarias son parte de la constante innovación dentro del sector alimentario, de este modo, se busca generar nuevas experiencias gastronómicas por medio de lo tradicional que caracteriza a la identidad del pueblo. Mediante este análisis se plantea como objetivo “Investigar las tendencias culinarias y la identidad cultural de la población de la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza”. La metodología del estudio es un enfoque cuantitativo donde se aplicó instrumentos como: la encuesta compuesta por 14 preguntas y fichas de recolección de datos del “Patrimonio alimentario”, para así determinar los productos locales y las tendencias culinarias aplicables. Como resultado con técnicas culinarias basadas en la innovación se plantea crear un menú de experiencia culinaria aplicando productos tradicionales amazónicos, con el fin de promocionar un turismo gastronómico y cultural de la ciudad que dinamicen la economía local, beneficie el consumo y comercialización de platos y alimentos tradicionales, además de dar a conocer su importancia e historia ancestral.

Palabras clave: tendencia, cocina local, experiencia turística, tradición, identidad.

Abstract

¹ Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador

² Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

³ Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

⁴ Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Culinary trends are part of the constant innovation within the food sector, aiming to generate new gastronomic experiences through the traditional elements that characterize the identity of the people. This analysis aims to "Investigate the culinary trends and cultural identity of the population of the city of Puyo, province of Pastaza." The study's methodology is a quantitative approach, using instruments such as a survey composed of 14 questions and data collection sheets on "Food Heritage" to determine local products and applicable culinary trends. As a result, with culinary techniques based on innovation, the study proposes creating a culinary experience menu using traditional Amazonian products to promote gastronomic and cultural tourism in the city. This initiative aims to boost the local economy, benefit the consumption and commercialization of traditional dishes and foods, and highlight their importance and ancestral history.

Keywords: trend, local cuisine, tourist experience, tradition, identity

Introducción

La gastronomía refleja las tradiciones y la identidad cultural de una región. A través de la innovación culinaria, que integra ciencias como la física y la química, se crean experiencias únicas (Castellón, L., & Fontecha, J., 2018). Elementos como colores, emplatado y sabores enriquecen la experiencia culinaria y fomentan el turismo gastronómico. La identidad cultural se define por tradiciones, formas de consumo y saberes ancestrales. La gastronomía y el uso de productos tradicionales recrean la historia mediante platillos con ingredientes locales y métodos ancestrales (Torres et al., 2017).

Este estudio se enfoca en Puyo, Pastaza, una provincia agro-productiva sostenible que beneficia el desarrollo cultural, social y económico mediante mercados locales (Mármol et al., 2022). Ecuador, con su diversidad regional, ofrece una rica gastronomía reconocida mundialmente, gracias a su cultura e identidad distintivas (Barrera, 2021). Cultura y gastronomía forman la identidad de un pueblo, diferenciándolo de otros. Este estudio analiza la importancia de combinar lo tradicional y lo moderno para potenciar el consumo de productos locales y su desarrollo sostenible (Fernández et al., 2019).

Tendencias culinarias

Desde el siglo XX, la gastronomía ha implementado diversas alternativas que transforman el mundo alimentario mediante técnicas y nuevas tecnologías, ofreciendo experiencias culinarias innovadoras que atraen al consumidor. Las tendencias culinarias se han convertido en una alternativa de cambio y creatividad para los platillos tradicionales (Ortalli, & Ricatti, 2007). La globalización ha cambiado radicalmente la manera de consumir alimentos con la aparición de nuevas tecnologías. Electrodomésticos inteligentes y utensilios han evolucionado la preparación y servicio de productos, haciendo la cocina más accesible y facilitando la interacción entre el mundo gastronómico y el comensal. Las redes sociales juegan un papel crucial en la difusión y promoción de estas tendencias, adaptándose a las circunstancias del medio y las formas de vida (Vélez, 2012).

El propósito principal de aplicar tendencias culinarias es mejorar la presentación y estética de los platillos, sin perder su valor tradicional e histórico. Se busca incorporar nuevas técnicas alimentarias en la cocina tradicional para atraer al consumidor mediante la innovación y la experiencia gastronómica, manteniendo la atracción visual del producto (Morales et al., 2017). Se ha establecido diferentes tendencias que se adaptan a un tiempo y espacio determinado, en constante cambio y evolución. La motivación actual es priorizar el desarrollo sostenible e implementar técnicas que realcen el valor cultural y agrícola, manteniendo procesos de cultivo, cosecha y comercialización sustentables (Galak & Rivera, 2019).

La gastronomía como ciencia se basa en fundamentos como métodos de cocción, creatividad y tipos de montaje (Sánchez, 2022). El método de cocción cambia la composición física y química del alimento, haciéndolo apto para el consumo (López et al., 2021). La creatividad es esencial para implementar tendencias culinarias, brindando originalidad al producto. Los tipos de montaje se enfocan en la estructura y composición del platillo, creando una obra de arte con la distribución de colores, texturas y tamaños (Maldonado et al., 2019).

La cocina molecular ha revolucionado la gastronomía actual, utilizando ciencias como la química y la física para modificar la composición y apariencia de los alimentos, creando técnicas como esferificaciones, liofilización y gelificación. Los chefs aplican esta tendencia para atraer al consumidor mediante la manipulación de texturas e innovación (Vargas, 2021). La cocina de

vanguardia busca romper las barreras de las técnicas tradicionales, creando experiencias gastronómicas innovadoras con varios ingredientes y técnicas en un mismo platillo, mejorando la calidad y frescura, y conectando al comensal con el valor tradicional de cada alimento (Jiménez, 2021).

La identidad cultural

La identidad cultural se define como el conjunto de elementos compartidos o heredados dentro de una comunidad, tales como tradiciones, formas de vida, expresiones culturales, idioma, creencias y valores. Estos elementos determinan a una sociedad y le otorgan un sentido de pertenencia. Con el tiempo, estos factores han creado una historia y un patrimonio cultural intangible, enriquecido por saberes ancestrales (Ortega, 2018). Las costumbres y saberes se transmiten de generación en generación para mantener el legado y preservar la historia. La identidad cultural se adapta al cambio sin alterar su estructura interna, manteniendo la igualdad y respeto entre diferentes pueblos. La historia, los saberes ancestrales y la memoria colectiva son fundamentales en la formación de la identidad cultural, otorgando reconocimiento a las prácticas de los antepasados y manteniendo viva la cultura (Faundes, 2020).

La cocina es una representación clara de la identidad de un pueblo, reflejada en las prácticas diarias y el manejo de productos locales. Estos productos forman parte del desarrollo sostenible de la comunidad, proporcionando materia prima para alimentos y preparaciones que son parte de la historia y legado cultural (Gadea, 2018). La integración de la cocina ancestral con la modernidad busca maximizar el uso de alimentos tradicionales en la innovación gastronómica actual, manteniendo su consumo y añadiendo valor. Esto genera una experiencia culinaria basada en la historia y cultura de un pueblo, fortaleciendo el sector agrícola y productivo para el desarrollo sostenible local (Lorenzo et al., 2018).

Este estudio se centra en la relación entre la identidad cultural gastronómica del pueblo amazónico y las tendencias culinarias actuales, promoviendo productos locales de la Amazonía en la gastronomía innovadora. Esto impulsa el turismo gastronómico y cultural en Puyo,

beneficiando al sector comercial y promoviendo el consumo de productos en mercados ancestrales de la zona (Castiglioni,, 2018).

Materiales y métodos

El estudio tuvo un diseño no experimental de tipo transversal, tomando en cuenta un enfoque con características cuantitativas y con un alcance descriptivo para analizar los datos del fenómeno que se desea investigar. De este modo se busca recolectar información mediante instrumentos como la encuesta y fichas de observación para determinar las principales tendencias culinarias y los productos locales más representativos de la zona.

Es así como mediante 14 preguntas cerradas elaboradas en relación con la escala de Likert se evaluó a una muestra de 203 personas entre pobladores y turistas de la ciudad. Con el fin de conocer su perspectiva y aceptación frente al uso de tendencias culinarias para la elaboración de nuevos platillos a base de los productos locales amazónicos. La fiabilidad del instrumento fue evaluada por medio del Alfa de Cronbach con el uso del programa estadístico SPSS, donde arrojó un resultado de 0,814 lo que demuestra que se encuentra apto para ser implementado en la investigación como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1: Prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,814	14

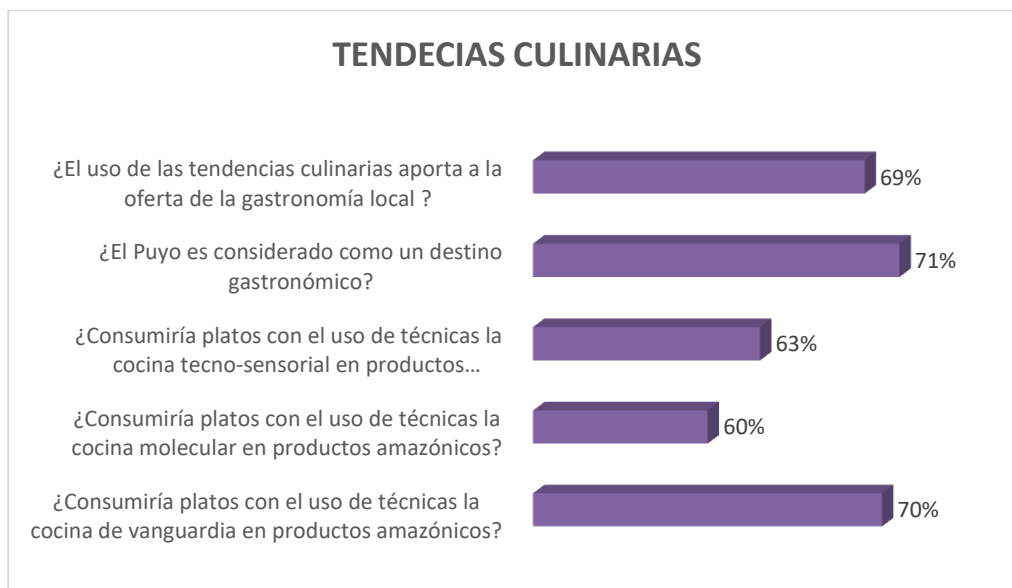
Resultados

Los resultados presentados a continuación son a base de 14 preguntas cerradas planteadas en relación con los parámetros descritos anteriormente. Para ello se utiliza una encuesta compuesta en tres áreas fundamentales que son: las tendencias culinarias, la identidad cultural y las posibles

alternativas para la implementación de productos locales amazónicos con el uso de técnicas gastronómicas modernas.

Según la escala de aceptación para la aplicación de técnicas culinarias con el uso de productos tradicionales amazónicos que forman parte de la identidad cultural del pueblo como se demuestra en la figura 1.

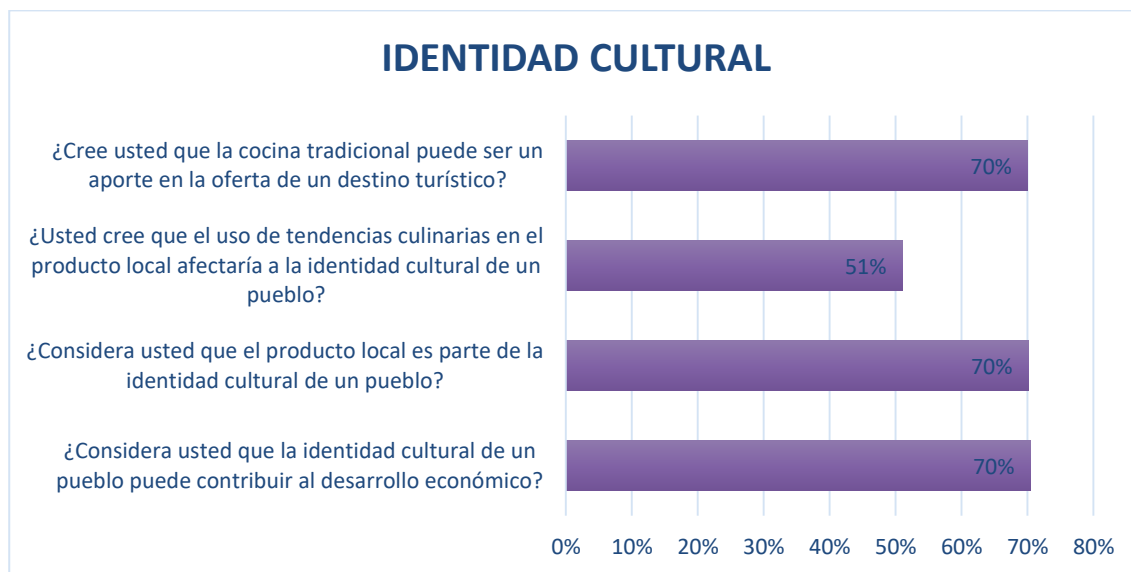
Figura 1. Aceptación del uso de tendencias culinarias en productos locales amazónicos.



El principal aspecto para tomar en cuenta es el grado de aceptación que presenta la muestra encuestada (63%) frente a la demanda de platillos innovadores con el uso de tendencias culinarias. Al igual es portante analizar que Puyo se encuentra catalogado como un destino que impulse el turismo gastronómico (71%). Estos elementos permiten recolectar información importante sobre la opinión del turista o residente frente a la temáticas planteada. Por ello se determinaron tres tendencias culinarias: la tecno sensorial con (63%), la molecular con (60%) y la cocina de vanguardia con (70%). Lo que permite determinar el uso de estas para la elaboración de platillos inspirados en la cultural amazónica.

El valor de la identidad cultural y su relación con la gastronomía se detalla de la siguiente manera (Figura 2)

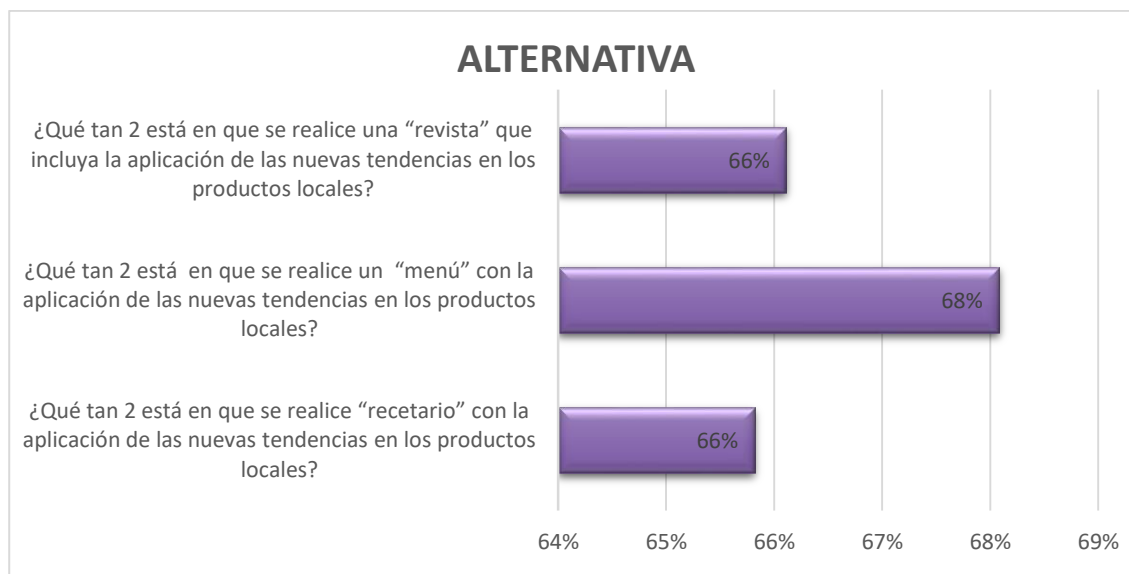
Figura 2. Valor de la identidad cultural y su relación con la gastronomía.



La muestra encuestada dio a conocer el valor que trae consigo la identidad cultural para la promoción de un destino turístico, y para la contribución del desarrollo económico de la población (70%). Al igual se considera que un producto local que ser producido con métodos de cosecha y cultivo ancestral forman parte de la identidad de un pueblo (70%). Por último, el (51%) de la población encuestada considera que la implementación de las tendencias culinarias afectaría a la identidad del pueblo. Sin embargo, es importante plantear límites y usarlo como una alternativa de promoción para impulsar el turismo gastronómico y cultural del lugar.

En la siguiente figura se representan las diferentes alternativas para el uso de tendencias culinarias en productos locales amazónicos (Figura 3)

Figura 3. Diferentes alternativas para el uso de tendencias culinarias en productos locales amazónicos



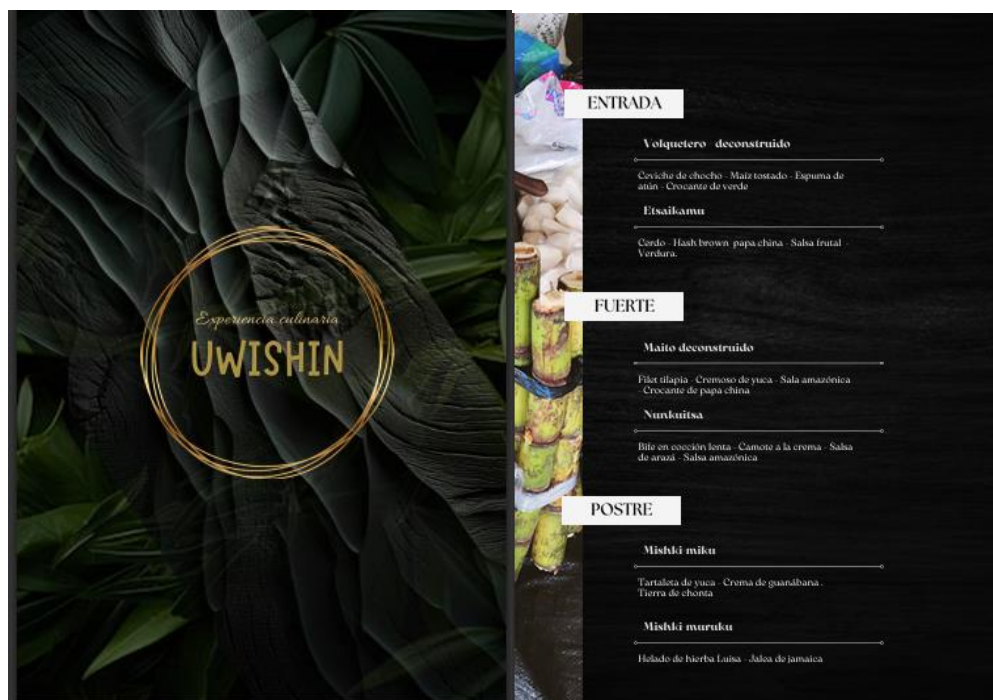
Se plantearon tres alternativas que busca promocionar la innovación gastronómica de la ciudad del Puyo. Con un porcentaje del (66%) el recetario y revista gastronómica permiten dar a conocer platillos tradicionales y brindar un giro a la promoción culinaria actual. Por otro lado, se plantea la promoción de un menú de experiencia gastronómica, donde el principal protagonista sea la identidad cultural y el uso de nuevas tendencias culinarias para recrear e innovar platillos gastronómicos ancestrales (68%).

Para llevar a cabo la creación del menú de experiencia se planteó un modelo sobrio con colores neutros y representativos de zona, que busca captar la atención directa del consumidor. Allí se desea plasma las principales tendencias gastronómicas a base de platillos tradiciones como: El Maito y el Volquetero que son parte de la historia de la ciudad de Puyo. De igual forma se desea incorporar la cocina de autor y crear así nuevos platillos con el uso de productos tradicionales amazónicos que han tomado renombre a nivel nacional e internacional.

El nombre del menú proviene del vocablo shwar que significa "sembrar" en honor a la actividad agrícola ancestral de los pueblo indígenas de la zona. Al igual UWISHIN es un menú enfocado en el uso de productos amazónicos ancestrales y fomenta el desarrollo y trabajo sostenible que se

lleva a cabo tras la comercialización de cada alimento. En la siguiente figura se demuestra la portada principal de esta alternativa de experiencia culinaria amazónica.

Figura 4. Menú de experiencia culinaria “Uwishin”



Discusión

Los análisis concluyen que los productos locales de Puyo son parte integral de la identidad cultural del pueblo, mientras las tendencias culinarias se utilizan como herramientas para difundir la gastronomía. La identidad cultural y la gastronomía son esenciales para la riqueza y pertenencia de una comunidad. Implementar métodos innovadores atrae a los consumidores, promoviendo el desarrollo y conservación del lugar a través de la producción y consumo de comida típica (Campos, 2018). Así, las nuevas tendencias culinarias fomentan el consumo de productos locales mediante la innovación. Las tendencias culinarias también enriquecen la oferta gastronómica, atrayendo a consumidores directos y promocionando productos únicos (Torres, 2021). Incorporar estas tendencias en productos locales beneficia directamente al sector agrícola. Sin embargo, es crucial considerar los factores sociales y culturales del sector y las posibles

consecuencias de la propuesta. Según Melo (2020), el turismo puede afectar negativamente la identidad cultural de un pueblo, provocando transculturación debido a la demanda turística. Por lo tanto, las nuevas tendencias culinarias representan un desafío en su aplicación a productos locales. Es importante establecer límites y promocionarlas como experiencias que permitan a los consumidores probar platos innovadores, destacando el proceso e historia del sector agrícola para su comercialización.

Conclusiones

Con el uso de instrumentos como: la encuesta y las fichas de recolección de datos se estableció que el uso de tendencias culinarias en productos locales amazónicos permite alcanzar una oferta directa y promoción de un destino turístico. Al igual se plantearon diferentes alternativas las cuales buscan generar opciones innovadoras al consumo de productos y platillos tradicionales generando así una experiencia gastronómica. De esta manera se desea garantizar un valor al patrimonio intangible alimentario de la ciudad de Puyo y crear un beneficio directo a los productores y comerciantes localizados en mercados ancestrales de la zona.

UWISHIN tiene un propósito de promoción cultural y gastronómica de la ciudad, al igual de generar interés en el consumo de productos locales amazónicos. De esta manera se concluyó que los alimentos ancestrales tienen potencial para implementarlos en la cocina moderna y generar así nuevas alternativas de consumo a base de la innovación y experiencia culinaria alcanzada.

Referencias

Barrera, J. P. (2021). *Elogio de las cocinas tradicionales del Ecuador*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Campos, H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. *Cinta de moebio*, 62, 199-212.

<https://doi.org/10.4067/S0717-554X2018000200199>

- Castellón, L., & Fontecha, J. (2018). La Gastronomía: Una Fuente Para El Desarrollo Del Turismo Y El Fortalecimiento De La Identidad Cultural En Santander. *Turismo y Sociedad*, 22, 167–193.
- Castiglioni, M. C. (2018). Los manuales de cocina y su aporte a la nueva historia de la lectura. *Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas*, 39, 93–102.
- Faundes, J. J. (2020). El derecho fundamental a la identidad cultural de los pueblos indígenas, configuración conforme el derecho internacional y perspectivas de su recepción en Chile. *Ius et Praxis*, 26(1), 77–100. <https://doi.org/10.4067/S0718-00122020000100077>
- Fernández, M., Aguirregoitia, A., & Rábago, N. (2019). La cocina de producto: seña de identidad y recurso de comunicación en la alta restauración en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 873–896. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1362>
- Gadea, C. (2018). El interaccionismo simbólico y sus vínculos con los estudios sobre cultura y poder en la contemporaneidad. *Sociológica*, 33(95), 39–64.
- Galak, E., & Rivera, J. (2019). Las prácticas corporales de la cocina típica. El ‘habitus de cocina’ y el ‘saber/sabor’ de las cocineras tradicionales de Tuluá (Colombia). *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 11(29), 35–44.
- López, B., Soberanes, A., & Loaiza, A. (2021). Aplicación de métodos de cocción saludables. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 9(18), 55–56. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i18.7068>
- Lorenzo, J., Fuentes, C., & Sánchez, C. (2018). Comparación espacial de cocinas en el ámbito urbano y rural: Tlacolula de Matamoros, Oaxaca, México. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, 23, 17–24.
- Maldonado, C. P., Álvarez, J., Río, M. de la C., & Mora, V. (2019). Gastronomía creativa Análisis de la producción científica. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28(1), 61–79.

- Mármol, E., Sousa, R., & Remache, P. (2022). Retrospectiva de la gestión pública desde la óptica de las comunidades rurales de Pastaza. Amazonía Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 14(S6), 698–715.
- Melo, D. (2020). Pérdida de identidad cultural: Un retroceso para las comunidades indígenas y, por ende, para el turismo. *2020*, 1-10.
- Morales, P. T. C., Jijón, R. G. N., & Nataly, G. (2018). Nuevas tendencias alimentarias enfocadas en la comida típica ecuatoriana. Caso: huecas tradicionales de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua. *2018*, 5(Especial), 1400–1413.
- Ortalli, A., & Ricatti, J. (2007). La retroalimentación de la ciencia y la cocina. *Química Viva*, 6(3), 104–111.
- Ortega, J. C. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. *Tabanque. Revista Pedagógica*, 31, 244–262. <https://doi.org/10.24197/trp.31.2018.244-262>
- Sánchez, C. (2022). *Manual de Tendencias Culinarias*. Gastronomía y Nutrición, Academia de Gastronomía, Organización y Servicio. file:///C:/Users/HP/Downloads/scribd.vdownloaders.com_manual-tendencias-culinarias-final.pdf
- Torres, F., Romero, J., & Viteri, M. (2017). Diversidad gastronómica y su aporte a la identidad cultural / Gastronomic diversity and its contribution to cultural identity. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 1–13. <https://doi.org/10.15198/seeci.2017.44.1-13>
- Torres, C. (2021). Tendencias culinarias en la oferta turística gastronómica (Tesis de maestría). Universidad Técnica de Ambato.
- Vargas, M. (2021). La cocina molecular para diversificar a la gastronomía: una revisión. *Sosquua*, 3(1). <https://doi.org/10.52948/sosquua.v3i1.413>
- Vélez, J. (2012). Diseño, tecnología y gastronomía. *Sistemas & Telemática*, 10(22), 93–101