

**GASTRONOMÍA TRADICIONAL COMO
OFERTA TURÍSTICA AGROECOLÓGICA: UN
MODELO DE PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO
CULTURAL EN CONTEXTOS EDUCATIVOS.
TRADITIONAL GASTRONOMY AS AN
AGROECOLOGICAL TOURISM OFFER: A
MODEL FOR PROMOTING CULTURAL
HERITAGE IN EDUCATIONAL CONTEXTS.**

ALFONSO JOSÉ FERNÁNDEZ¹

Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales "Ezequiel Zamora"

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo promover la Gastronomía Tradicional como Oferta Turística Agroecológica mediante el desarrollo de un Modelo Participativo que vincule el patrimonio cultural y el desarrollo sostenible en la comunidad del Colegio Padre Felipe Salvador Gilij. Se implementó un estudio cualitativo y descriptivo con diseño de campo, utilizando el método de Investigación-Acción Participativa (IAP). La muestra intencional incluyó a 100 estudiantes de primer año, quienes desarrollaron 25 proyectos centrados en el turismo agroecológico y la gastronomía. Como resultados clave, se logró la identificación de 14 recursos gastronómicos tradicionales (dulces típicos) y la creación de la marca turística "GILIJBARTOUR". El principal aporte radica en demostrar la viabilidad y efectividad de integrar la gastronomía tradicional y las prácticas agroecológicas en un contexto educativo, estableciendo un modelo replicable para la promoción del patrimonio cultural y la contribución al desarrollo local sostenible.

Palabras Clave: Comunidades Locales, Gastronomía Tradicional; Inventario; Marca turística; Patrimonio Cultural; Turismo Agroecológico

ABSTRACT

This research aimed to promote traditional gastronomy as an agroecological tourism offering by developing a participatory model that links cultural heritage and sustainable development in the community of the Padre Felipe Salvador Gilij School. A qualitative and descriptive field study was implemented using the Participatory

Fecha de Recepción: 7 de noviembre 2025 Fecha de Aceptación: 17 diciembre 2025

¹ Grupo de Creación Intelectual Venezuela Turística Agroecológica (VENTURAGRO) y Grupo de Creación Intelectual Red de Estudios Transdisciplinario en Turismo Agroecológico (RETTURAGRO) adscrito Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales "Ezequiel Zamora". E-Mail: alfjosefer@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0678-7014>

Action Research (PAR) method. The purposive sample included 100 first-year students, who developed 25 projects focused on agroecological tourism and gastronomy. Key results included the identification of 14 traditional gastronomic resources (typical sweets) and the creation of the tourism brand "GILIJBAR TOUR". The main contribution lies in demonstrating the viability and effectiveness of integrating traditional gastronomy and agroecological practices in an educational context, establishing a replicable model for promoting cultural heritage and contributing to sustainable local development.

Keywords: Local Communities, Traditional Gastronomy; Inventory; Tourism Brand; Cultural Heritage; Agroecological Tourism

1. Introducción.

La gastronomía constituye una disciplina que examina la intrínseca relación entre la cultura de una comunidad y su alimentación. En este sentido, la cultura se erige como el pilar fundamental que proporciona los mecanismos esenciales para el procesamiento ancestral de los alimentos, los cuales se transmiten de generación en generación (Nieto, 2020). Por consiguiente, la gastronomía actual se concibe como una herramienta para dignificar y visibilizar los saberes, las prácticas y las costumbres de nuestros antepasados, integrándolos al patrimonio cultural. A su vez, el sector gastronómico ha evolucionado, fusionando lo tradicional con las nuevas técnicas culinarias (Villalva e Inga, 2021), lo cual converge en la combinación estratégica de la gastronomía y la agroecología para la creación de proyectos turísticos sostenibles (Guiracocha y Moscoso, 2021). Esta simbiosis se posiciona como una base sólida para la investigación actual.

En este contexto, la gastronomía, concebida como un producto turístico agroecológico, genera oportunidades de desarrollo para las comunidades al permitirles construir emprendimientos sostenibles. Esto implica la implementación de prácticas agrícolas ancestrales y la utilización de productos locales para desarrollar una oferta culinaria única. La finalidad es crear una experiencia de viaje auténtica y memorable para el visitante, quien descubre los diferentes gustos y sabores de la región. Tal como lo señalan Fernández et al. (2023), "la identificación de productos basados en la gastronomía de una comunidad permitirá a los visitantes tener la oportunidad de degustar y aprender las diferentes técnicas y procesamientos de productos agroecológicos" (p. 25). Por ende, esta investigación se justifica al buscar la valoración de la identidad cultural y gastronómica de las comunidades de Venezuela, que aún conservan sus tradiciones orales y saberes ancestrales (Congo, 2023).

Precisamente, la revitalización de las tradiciones, el patrimonio cultural y el turismo agroecológico converge en acciones estratégicas para fortalecer la identidad gastronómica comunitaria. El interés del turista por degustar platos tradicionales y la gastronomía local, aprovechando la materia prima de la zona, ha sido destacado como un factor motivador clave (Bertan, 2020). En consecuencia, la gastronomía se consolida como una oferta turística capaz de fortalecer la cultura desde el seno de las comunidades con potencial agroecológico. Esta perspectiva se apoya en la consideración de Guevara et al. (2022) de que "la apropiación de

memorias históricas, cultura local, prácticas ancestrales en la preparación de comidas, permite reconstruir procesos y técnicas en las comunidades con un potencial turístico agroecológico” (p. 11). Así, la investigación busca precisamente entrelazar el turismo agroecológico con las vivencias y saberes ancestrales locales.

La investigación se enfoca en la experiencia educativa del Colegio Padre Felipe Salvador Gilij en el Municipio Barinas, donde los estudiantes de primer año, a través de sus proyectos, han presentado productos turísticos agroecológicos basados en la gastronomía local. La planificación turística, según Paredes et al. (2023), se enriquece significativamente con la participación comunitaria, que aporta sus conocimientos y saberes ancestrales en la preparación de alimentos. Este planteamiento nos lleva a formular la siguiente interrogante: ¿Cómo puede el desarrollo de un Modelo Participativo basado en la Gastronomía Tradicional y la Oferta Turística Agroecológica promover eficazmente el patrimonio cultural y el desarrollo sostenible en la comunidad educativa del Colegio Padre Felipe Salvador Gilij?

En respuesta a ello, el objetivo general de este artículo es promover la gastronomía tradicional como oferta turística agroecológica mediante el desarrollo de un modelo participativo que vincule el patrimonio cultural y el desarrollo sostenible en la comunidad del Colegio Padre Felipe Salvador Gilij.

2. Marco teórico.

2.1. Gastronomía Tradicional y Patrimonio Cultural

La gastronomía tradicional tiene una naturaleza dual, primeramente, es un componente esencial del patrimonio cultural inmaterial de las comunidades locales y, al mismo tiempo, un motor potente para el desarrollo turístico. Esta conexión va más allá de simplemente preparar y disfrutar de la comida; incluye conocimientos ancestrales, prácticas agrícolas y sistemas de intercambio que reflejan la identidad y la memoria de un lugar. Por lo tanto, valorar este patrimonio a través de la oferta turística se convierte en una estrategia clave para el desarrollo sostenible, ya que no solo diversifica la oferta turística, sino que también genera beneficios económicos directos que se quedan en la comunidad. Además, el turismo gastronómico ayuda a revitalizar las cocinas locales, asegurando que los saberes se transmitan de generación en generación, lo cual es fundamental para la valoración patrimonial que busca este estudio.

En este contexto, la importancia de la gastronomía como un recurso turístico se basa en la evidencia empírica presentada por varios autores. Di Clemente et al. (2014) y Hernández y Dancausa (2018) la ven como un motor para el desarrollo local, una perspectiva que Acle et al. (2020) complementan al resaltar su capacidad para atraer turistas. Además, las investigaciones de Aulestia (2021) sobre mercados, junto con los estudios de Lucas y Santos (2024) y Santos y Pérez (2024), subrayan la necesidad de valorar y reconocer la gastronomía como Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI). Así, el objetivo general se alinea perfectamente con la propuesta de Utrera y Real (2020), quienes abogan por la inclusión de la cultura y el

patrimonio en un turismo sostenible, estableciendo las bases teóricas para integrar la dimensión agroecológica y educativa como una experiencia que añade valor y fortalece a la comunidad.

Sin embargo, para lograr el propósito general, es fundamental que el turismo gastronómico vaya más allá de simplemente probar platos terminados. Debe centrarse en toda la cadena de valor, desde la siembra hasta la mesa. Por eso, es crucial adoptar un enfoque agroecológico. Esta perspectiva no solo responde a la creciente demanda global de alimentos saludables y experiencias auténticas, sino que también actúa como un mecanismo de resiliencia cultural y ambiental, fusionando prácticas culinarias ancestrales con métodos de producción sostenibles. Al incluir fincas y huertos agroecológicos en los itinerarios turísticos, se eleva la calidad del patrimonio ofrecido, asegurando que su origen sea ético, respetuoso con la biodiversidad local y libre de productos químicos, lo cual es esencial para un verdadero desarrollo sostenible en las comunidades.

Además, la oferta turística agroecológica se convierte en la base perfecta para una experiencia educativa. Al permitir que los visitantes interactúen directamente con la tierra, las semillas y los productores, se establece una conexión real con la cultura alimentaria, superando el papel pasivo del consumidor. Así, este modelo educativo y vivencial fomenta una apreciación más profunda del patrimonio, ya que el turista no solo aprende sobre la receta, sino también sobre el complejo sistema que la hace posible. Esta aproximación integral, además de diferenciar la oferta en el mercado, empodera a las comunidades al convertirlas en gestoras de sus propios conocimientos y recursos, promoviendo la autogestión y una distribución equitativa de los beneficios generados por el turismo.

2.2. Oferta Turística Agroecológica

La idea de la oferta turística, que abarca todos los bienes, servicios y recursos que un destino tiene para ofrecer (Pelegrín et al., 2024; Naranjo y Martínez, 2022), se transforma de manera notable al incluir una perspectiva agroecológica. En primer lugar, autores como Marín et al. (2021) y Bonilla (2019), han subrayado la importancia de crear ofertas gastronómicas únicas para lograr una comercialización efectiva. Sin embargo, la oferta turística agroecológica no se limita a diferenciarse en el mercado; se establece como un modelo de desarrollo (Díaz et al., 2025; Paredes et al., 2023). Así, el objetivo de proponer esta oferta para la gastronomía tradicional se justifica en la necesidad de avanzar hacia un modelo turístico que, además de ser atractivo, asegure la sostenibilidad socioeconómica y cultural, superando las limitaciones del turismo convencional en las comunidades locales.

En segundo lugar, la literatura especializada señala que el enfoque agroecológico es el puente necesario para unir el patrimonio cultural con el desarrollo sostenible. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2020) ha reconocido oficialmente la dimensión patrimonial de los sistemas agrícolas a través de iniciativas como los GIAHS, validando que la forma en que se produce el alimento está intrínsecamente ligada al patrimonio cultural inmaterial. En este sentido, el turismo agroecológico, analizado por Fernández (2025) en cuanto a modelos de negocio emergentes, se presenta como una estrategia que protege estos conocimientos ancestrales (patrimonio agrícola) mientras

fomenta la viabilidad económica de las comunidades. De esta manera, al integrar el origen de los insumos en la oferta gastronómica, se refuerza el desarrollo sostenible al reducir el impacto ambiental.

Finalmente, la oferta turística agroecológica se presenta como una experiencia educativa fundamental para apreciar nuestro patrimonio. Fernández (2024) señala que el entorno de producción se convierte en un aula viva. Así, al diseñar la oferta agroecológica con un enfoque educativo, como lo exige el objetivo general, se promueve una inmersión activa que permite al visitante aprender de manera directa sobre las técnicas de cultivo sostenible y la conexión entre biodiversidad y sabor. Además, este aspecto educativo convierte la experiencia gastronómica en un acto consciente de apreciación cultural (Díaz et al., 2025), empoderando a las comunidades locales como guardianes de conocimientos y asegurando que los beneficios económicos del turismo fortalezcan la conservación de sus prácticas agrícolas y culinarias tradicionales.

2.3. Promoción del Patrimonio Cultural y el Rol de las Instituciones Educativas

La promoción del patrimonio cultural inmaterial (PCI), donde se enmarca la gastronomía tradicional, es una tarea fundamental que trasciende la simple preservación material, enfocándose en la valoración y la difusión activa de los saberes. En primer lugar, la literatura reciente enfatiza que esta difusión debe ser un quehacer institucional vigente, como sostiene Neri (2023), para evitar que el patrimonio permanezca inerte o restringido a círculos cerrados. Por lo tanto, el esfuerzo por revitalizar costumbres y tradiciones, tal como lo estudian Del Pezo (2024); Arana y Santana Vera (2024), demuestra que la gestión cultural debe buscar estrategias proactivas y dinámicas que logren la participación comunitaria. De esta manera, el objetivo de proponer una oferta turística y educativa se justifica plenamente, pues responde a la necesidad de crear un canal dinámico para la valoración del patrimonio cultural que vaya más allá de las prácticas expositivas tradicionales.

En segundo lugar, las instituciones educativas (IE) emergen como agentes primarios en la integración y transmisión de los valores patrimoniales a las nuevas generaciones. Autores como Saavedra (2022) y Collao (2022) subrayan que el patrimonio posee un innegable potencial educador, que debe ser gestionado e integrado directamente en el currículo de la educación básica. Consecuentemente, la revalorización del PCI, incluso mediante el fomento del turismo escolar, se ha demostrado efectiva para fortalecer la identidad cultural de los estudiantes (Avalos, 2024). Así mismo, el rol de las IE no se limita a las aulas; su capacidad para generar proyectos que vinculen a la comunidad y al sector turístico es vital. Por consiguiente, la propuesta de implementar una experiencia educativa dentro de la oferta agroecológica aprovecha este potencial formativo, asegurando la transferencia de conocimientos culinarios y agrícolas como un acto pedagógico fundamental para el fortalecimiento del desarrollo sostenible.

No obstante, la literatura también revela que las instituciones tradicionales de resguardo cultural enfrentan desafíos significativos en la consecución de sus objetivos de impacto. Por ejemplo, Alcívar

(2025) señala que museos creados para preservar el patrimonio y fortalecer la identidad a menudo limitan su impacto educativo, evidenciado por la baja afluencia de visitantes, lo que sugiere una desconexión entre el activo patrimonial y el público. Frente a este escenario, se hace imperativo buscar modelos colaborativos que inserten la cultura directamente en la economía local y la experiencia vivencial. Por ello, la articulación de la gastronomía tradicional, la IE y el turismo agroecológico es una respuesta estratégica que busca superar las limitaciones de la gestión cultural pasiva, promoviendo la cultura local a través de medios de comunicación y estrategias de gestión que son mucho más accesibles e inmersivos.

En consecuencia, el propósito general encuentra un sólido anclaje en la necesidad de unir la función educativa con la viabilidad socioeconómica del turismo agroecológico. Díaz et al. (2025) defienden las estrategias de turismo agroecológico como un modelo de desarrollo cultural y sostenible que requiere la participación de múltiples actores. De esta forma, al diseñar una oferta turística basada en la gastronomía (el activo cultural), con un enfoque agroecológico (la sostenibilidad productiva) y vehiculizada por una experiencia educativa (la promoción y valoración), se logra el círculo virtuoso requerido. En última instancia, esta integración garantiza que la valoración del patrimonio cultural no dependa únicamente de las estructuras formales, sino que se convierta en una práctica de desarrollo económico y social continua en las comunidades locales, garantizando la sostenibilidad a largo plazo.

3. Metodología.

La propuesta de la gastronomía tradicional como oferta turística agroecológica en el Municipio Barinas se basa en una investigación cualitativa, descriptiva y de diseño de campo, utilizando el método de Investigación Acción Participativa (IAP). Este enfoque metodológico se fundamenta en el trabajo de autores como Creswell (2012), quien lo estructura en tres fases (Diagnóstico, Planificación y Diseño).

Además, se apoya en el modelo participativo para el diseño de productos turísticos agroecológicos sostenibles en los llanos de Barinas, según Lares et al. (2025), presentan una propuesta estructurada en tres etapas que busca transformar la gastronomía local en una oferta turística agroecológica sostenible y dinámica.

- Fase I. Diagnóstico Turístico Situacional: Inicialmente, se identifica el potencial agroecológico y culinario de las comunidades mediante la observación directa, el análisis documental y cartográfico, junto con la participación de los residentes a través de entrevistas y grupos focales.
- Fase II. Planificación del Inventario de Recursos Turísticos: A continuación, se catalogan los recursos naturales y culturales. Para ello, se emplean encuestas, un análisis de la competencia y fichas de inventario, complementados con sondeos participativos y recorridos de campo con la colectividad.
- Fase III. Diseño del Producto y Comercialización Turístico Agroecológico: Por último, se desarrolla un producto turístico viable y se establece una estrategia de comercialización. Se

utilizan fichas técnicas, planes de *marketing* y presupuestos, elaborados en talleres de diseño colaborativo y mesas de trabajo.

Este enfoque, sugerido por Lares et al. (2025), busca potenciar la Línea de Creación Intelectual 25. Biodiversidad y Sistemas Socioprodutivos, promoviendo el turismo agroecológico y el emprendimiento del lugar. Asimismo, los participantes de la investigación se centran en 3 secciones de primer año. Por ende, la selección de la muestra es intencional. Reales et al. (2022) la definen como "aquel método que solo incluye a los elementos poblacionales que cumplen ciertos criterios prácticos, como la disponibilidad y facilidad de acceso, la proximidad geográfica, o, en el caso de personas, la voluntad de participar en el estudio" (p. 5). Con base en esto, los estudiantes se distribuirán por año, sección, cantidad de alumnos y números de grupos (Ver Tabla 1).

Tabla 1.

Distribución poblacional de 1er Año (A-B-C)

Año y Sección	Cantidad estudiantes	Distribución por Grupos
1er – A	32	8
1er – B	35	9
1er – C	33	8
Total	100	25

Fuente: Elaboración propia (2025)

Según la Tabla 2, se distribuyeron las tres secciones de la siguiente manera: ocho grupos o proyectos gastronómicos en 1er año – Sección A; nueve grupos o proyectos socioprodutivos en 1er año – Sección B; y finalmente, ocho grupos o proyectos gastronómicos en 1er año – Sección C. Esto contempló un total de 25 propuestas que fueron presentadas en la Expo feria cultural, patrimonial y socioprodutiva 2023, como parte del cierre académico de la U.E. Colegio Fe y Alegría Padre Felipe Salvador Gilij.

Por otro lado, la técnica de recolección de datos principal será la observación participante, utilizada como herramienta para la planificación de las actividades evaluadas y ejecutadas por los estudiantes. Se aplicará la sistematización de experiencias, siguiendo a Mera (2019), quien subraya que: "La sistematización de experiencias se ha instituido como una propuesta pedagógica para organizar, teorizar y reorientar las prácticas educativas" (p. 114).

Por consiguiente, se sistematizará el proceso de enseñanza-aprendizaje de la planificación docente del Momento III, correspondiente a la Asignatura Hotelería y Turismo de 1er Año (Ver Tabla 2).

Tabla 2.

Planificación pedagógica de 1º Año de la (Momento III).

DOCENTE: Alfonso Fernández		ASIGNATURA: Hotelería y Turismo	
SEMANA/FECHA: SEM 24/04/2023 AL 30/06/2023			
TEMA GENERADOR: Cultura, Gastronomía y Turismo Agroecológico			
COMPETENCIAS	OBJETIVOS	ESTRATEGIA METODOLÓGICA	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Competencia Específica: Apropiación de la gestión cultural como mecanismo de desarrollo turístico agroecológico para el aprovechamiento de productos turísticos gastronómicos.	Identificar los conceptos básicos gestión cultural	Mapa Mental y Socialización sobre la gestión cultural. Identificación de productos gastronómicos a través de una ficha de inventarios turísticos.	-Observación
	Realizar un inventario de productos agroecológicos para el impulso de la gastronomía en las comunidades locales.	Describir los diversos platos con base a productos gastronómicos para el desarrollo turístico agroecológico.	-Análisis de producción escrita
	Promover la gastronomía como producto turísticos agroecológicos.	Expo feria cultural, turístico y patrimonial de la gastronomía como producto turístico agroecológico.	

Fuente: Elaboración propia (2023)

La Tabla 2 muestra la planificación pedagógica de la asignatura Hotelería y Turismo (1er año, tercer período académico 2023). El foco reside en el desarrollo de una competencia clave: la apropiación de la gestión cultural para el progreso turístico agroecológico. Los objetivos incluyen identificar conceptos de gestión cultural, crear un inventario de artículos agroecológicos y fomentar la gastronomía como producto turístico. Todo esto se concretó mediante la "Expo feria cultural, turístico y patrimonial de la gastronomía como producto turístico agroecológico", la cual funcionó como estrategia metodológica para la evaluación de las actividades de aprendizaje.

Tomando como punto de partida la Expo feria cultural, patrimonial y socioproductiva 2023 de la U.E. Colegio Fe y Alegría Padre Felipe Salvador Gilij, se organizó la experiencia de los proyectos socioproductivos. El fin fue diagnosticar la etnogastronomía, la identidad cultural y el patrimonio local como base para la elaboración de propuestas innovadoras de turismo agroecológico. Esta sistematización, estructurada mediante el uso de matrices y tablas, facilitó la reconstrucción del aprendizaje, impulsó

la formación continua en el aula y resaltó el valor de los emprendimientos turísticos desarrollados en la institución.

4. Resultados.

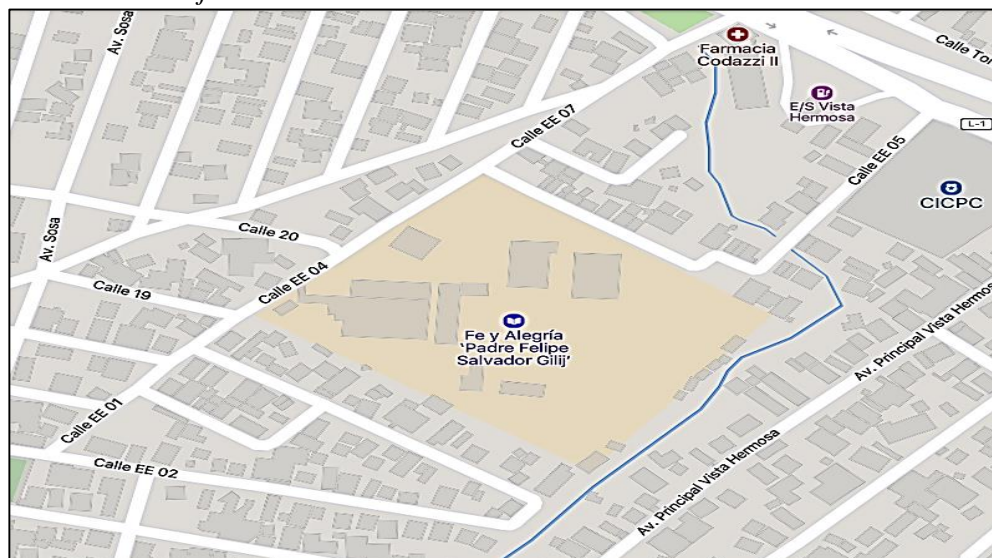
Para analizar la información, se realizará una triangulación metodológica que combina la Investigación Acción Participativa (IAP) con el apoyo de modelo metodología propuesto por Lares et al. (2025), tomando como sujetos de investigación los estudiantes de primer año de la U.E. Colegio Fe y Alegría Padre Felipe Salvador Gilij, quienes participarán en tres fases y en la sistematización de sus experiencias educativas.

Fase I: Diagnóstico del Territorio

El U.E. Colegio Fe y Alegría Padre Felipe Salvador Gilij, localizado al sur de Barinas, en la Parroquia Ramón Ignacio Méndez, atiende a una población de aproximadamente 347 estudiantes (2023), distribuidos en seis grados y tres secciones. Esta institución, fundada en 1991 para atender la solicitud de los habitantes del Barrio 1ro de diciembre, ofrece Educación Media General y Técnica con mención en Administración, Comercio y Servicios Turísticos. Además, según la Asociación Venezolana de Educación Católica (2020), el centro posee una amplia infraestructura de dos pisos con todos los servicios básicos. Su ubicación estratégica (latitud 8.6055, longitud -70.1955851912606) le permite limitar con puntos clave como el Hospital Materno Infantil y la Urbanización Raúl Leoni, posicionándose como un referente educativo a nivel municipal (Visualizar Figura 1).

Figura 1.

Mapa cartográfico de la U.E. Colegio Fe y Alegría Padre Felipe Salvador Gilij



Nota: Google Maps (latitud 8.6055, longitud -70.1955851912606)
Barinas (Venezuela)

Asimismo, la institución lleva el nombre del Padre Felipe Salvador Gilij, sacerdote jesuita italiano que, desde 1743, dedicó su labor a las comunidades indígenas de la Guayana Orinoquense. El centro forma parte del movimiento de Educación Popular Integral Fe y Alegría, cuyo propósito es educar en valores, en y para el trabajo, atendiendo a los más desposeídos como entes de transformación social. Actualmente, el colegio impulsa una formación innovadora en hotelería, turismo y oratoria. En el Momento III, esto se concretó con el interés de los estudiantes de 1er Año (A-B-C) por la gastronomía barinesa, lo que los llevó a abordar la gestión cultural como mecanismo de desarrollo turístico agroecológico, diagnosticando, planificando y diseñando emprendimientos basados en la culinaria de las comunidades cercanas.

Fase II. Planificación del Inventario Turístico

El aprovechamiento de los recursos turísticos existentes en el entorno del hogar, la valoración de la cultura local y las prácticas agroecológicas, ha servido como herramientas en la promoción de la gastronomía autóctona de la región llanera a través de las áreas de formación con afinidad a las menciones antes mencionadas. Fernández et al. (2023) indica que los inventarios turísticos “se consideran la base en la gestión de los territorios con potencial turístico” (p. 38). Por ello, se identificarán, clasificarán y jerarquizarán los recursos existentes en las comunidades locales, a partir de la muestra gastronómica de los estudiantes de 1er año (A-B-C). Ver Tabla 3.

Tabla 3.
Inventario Turísticos gastronómicos

Nro	Recurso	Categoría	Tipo	Jerarquiza- ción
1	Chicha de Arroz		Dulces tradicionales	III
2	Chicha de Pasta		Dulces tradicionales	III
3	Quesillo de Pasta		Dulces tradicionales	III
4	Majarete		Dulces tradicionales	III
5	Fresas con crema		Dulces tradicionales	III
6	Torta de chocolate		Dulces tradicionales	III
7	Agua panela con limón	Atractivo Cultural	Dulces tradicionales	III
8	Jalea de Mango		Dulces tradicionales	III
9	Buñuelo de yuca		Dulces tradicionales	III
10	Tableta de Coco		Dulces tradicionales	III
11	Dulce de Mamon		Dulces tradicionales	III
12	Torta de yuca		Dulces tradicionales	III
13	Besos de cocos		Dulces tradicionales	III
14	Torta de piña		Dulces tradicionales	III
15	Vivero Agroecológico del café	Atractivo Natural	Practicas Agroecológica	III

Fuente: Elaboración propia (2023)

De acuerdo con la tabla 4, los estudiantes 1er año (A-B-C), presentaron ideas novedosas enmarcada en la gastronomía tradicional como oferta turística agroecológica. Según Bonilla (2019) “esta consiste en la provisión de bienes, productos y/o servicios turísticos que se encuentran en un lugar con atractivos” (p. 5). Por ende, los

estudiantes promocionaron 14 recursos gastronómicos categorizados en atractivos culturales, enmarcada en la dulcería tradicional con productos agroecológicos. Además, un atractivo natural direccionado en las prácticas agroecológicas del café, con una jerarquización nivel III.

Fase III. Diseño y Comercialización del Producto Turístico

De esta forma, luego de diagnosticar el territorio y realizar el Inventario Turísticos, se planificó el producto basándose en diseño de la marca y promoción del mismo. En este sentido, la marca "GILIJBARTOUR" es una marca turística que nace en la construcción de un aprendizaje significativo durante el momento III, en la U.E. Colegio Padre Felipe Salvador Gilij, visualizar Figura 2.

Figura 2.

Marca turística GILIJBARTOUR



Fuente. Elaboración Propia (2023).

De esta manera, El logo "GILIJBARTOUR" representa una marca turística enfocada en la dulcería tradicional de Barinas, encapsulando la identidad culinaria regional bajo el lema "Sabores de Barinas - Dulcería Tradicional". En su diseño, que incluye la representación de Dulce de Lechosa, Conserva de Coco y Quesillo de Plátano con sus ingredientes originales, la marca subraya la autenticidad y la conexión directa con la producción local agroecológica. Lo esencial es que este producto turístico no es solo un diseño, sino el resultado tangible de un aprendizaje significativo y práctico dentro de la U.E. Colegio Padre Felipe Salvador Gilij. A través de la creación de la identidad visual (colores que simbolizan el sol y la tierra), los estudiantes aplicaron conocimientos de *marketing* y diseño cultural para impulsar la gastronomía regional como un recurso económico.

Asimismo, la elaboración de la marca GILIJBARTOUR y de los proyectos asociados supuso un impacto educativo profundo, superando la mera transmisión de conocimientos teóricos. El proceso de diagnóstico, planificación y diseño, centrado en la dulcería,

permitió a los estudiantes de primer año desarrollar competencias transversales de emprendimiento, gestión cultural y sostenibilidad. Los jóvenes se vieron obligados a investigar, documentar y valorar los saberes ancestrales de la región, convirtiéndose en agentes activos en la preservación de su patrimonio. Este enfoque pedagógico demostró ser un motor de cambio, vinculando directamente el currículo de Hotelería y Turismo con la realidad socioeconómica de Barinas. El aprendizaje dejó de ser pasivo para volverse experiencial y relevante, generando un sentido de pertenencia y orgullo por las raíces locales.

Adicionalmente, la "Expo feria cultural, turístico y patrimonial" trascendió su función de simple evento de comercialización, convirtiéndose en un motor de transformación y participación comunitaria. Este espacio sirvió como una vitrina efectiva para las ofertas gastronómicas agroecológicas, pero su mayor valor fue el fortalecimiento de los lazos sociales. El evento aprovechó la riqueza de la dulcería barinesa, pero exigió la integración de los habitantes y productores de la zona. Al utilizar ingredientes agroecológicos de origen local como materia prima para la elaboración de los dulces, la feria creó un circuito económico virtuoso, donde el conocimiento de los estudiantes se entrelazó con la experiencia de los campesinos, impulsando el trabajo colectivo más allá de las paredes del colegio.

Igualmente, la propuesta de turismo agroecológico, fundamentada en la tradición culinaria, consolidó una conciencia ambiental crítica tanto en los estudiantes como en la comunidad participante. Al basar la oferta turística en el uso de ingredientes agroecológicos, la iniciativa promovió directamente modelos de desarrollo respetuosos con el entorno. Este enfoque subraya que el desarrollo económico no debe estar disociado de la sostenibilidad. La iniciativa contribuye al desarrollo local sostenible al integrar el aprendizaje experiencial con la valoración y el rescate de las prácticas agrícolas ancestrales. De esta forma, el proyecto no solo buscó la rentabilidad de los productos, sino también el bienestar a largo plazo de los sistemas productivos y del entorno natural de la región.

En última instancia, la iniciativa "GILIJBARTOUR" se establece como un modelo replicable que promueve una conexión virtuosa entre educación, cultura y sostenibilidad. Su principal legado social es la demostración de cómo una intervención pedagógica centrada en un producto cultural tangible puede impulsar la economía comunitaria y la equidad social. La experiencia validó que la valoración del patrimonio cultural es un catalizador efectivo para el desarrollo local, especialmente cuando está enraizada en las actividades tradicionales de la agricultura familiar. Este ciclo positivo de aprendizaje y desarrollo, donde el colegio actúa como mediador entre los saberes ancestrales y las oportunidades de emprendimiento moderno, puede ser transferido a otros contextos educativos y territoriales con potencial agroecológico.

5. Discusión.

La identificación de 14 recursos gastronómicos tradicionales, categorizados como dulces típicos, confirma y amplía la premisa de que la culinaria local es un pilar fundamental para el desarrollo

turístico (Acle et al., 2020; Bertan, 2020). La creación del inventario, tal como lo establece Fernández (2023), no solo provee la base en la gestión de territorios con potencial, sino que también sirve como el primer paso metodológico para la puesta en valor del patrimonio inmaterial, tal como lo evidencian Lucas & Santos (2024). Las implicaciones de este hallazgo radican en que la dulcería barinesa, tradicionalmente subestimada, se visibiliza como un Atractivo Cultural con potencial comercial (jerarquización Nivel III), desmintiendo la noción de que solo los grandes atractivos naturales o históricos poseen suficiente capacidad para generar flujos turísticos. Este inventario provee un insumo concreto para la planificación y la promoción, aspecto esencial señalado por Naranjo & Martínez (2022).

Desde una perspectiva, la conceptualización de la marca GILIJBARTOUR y su lema "Sabores de Barinas - Dulcería Tradicional" demuestra cómo la educación puede convertirse en un mecanismo efectivo para la promoción del patrimonio cultural, respondiendo directamente a la política pública en materia de educación turística patrimonial. Este resultado dialoga y se complementa con las ideas de Nieto (2020), quienes sostienen que la gastronomía dignifica los saberes ancestrales y la identidad. Se observa una implicación significativa: al vincular la marca a la dulcería regional y las prácticas agroecológicas, los estudiantes no solo diseñaron un producto, sino que también reconstruyeron procesos y técnicas culinarias, superando la mera transmisión de conocimientos teóricos y generando un sentido de pertenencia que es clave para la sostenibilidad de la identidad local (Avalos, 2024; Collao, 2022).

Adicionalmente, el enfoque de turismo agroecológico implementado en los proyectos de los estudiantes fortalece y promueve las propuestas de Fernández (2024) y Guiracocha y Moscoso (2021). El modelo participativo no solo utilizó la gastronomía como un recurso de atracción, sino que lo articuló estratégicamente con las prácticas de producción local, evidenciado en la inclusión del Vivero Agroecológico del café como atractivo. Las implicaciones de esta integración son que el proyecto alinea el patrimonio cultural con las directrices de la FAO (2020) sobre la optimización del potencial agrícola. Esto es crucial, pues se aleja de modelos turísticos tradicionales y propone una oferta turística rural redimensionada (Pelegrín et al., 2024), donde el visitante valora el proceso productivo y la cadena de valor, no solo el resultado final.

Por lo tanto, la realización de la Expo Feria cultural, turístico y patrimonial como estrategia de comercialización y participación, amplía el conocimiento sobre el papel de los eventos escolares en el desarrollo local. Si bien Bertan (2020) destaca el impacto de los restaurantes, este estudio demuestra que un evento organizado por una institución educativa puede funcionar como una vitrina efectiva para el lanzamiento de un producto turístico agroecológico, dinamizando la economía de la comunidad circundante. Además, la feria sirvió para el fortalecimiento de los lazos sociales, donde el conocimiento académico y los saberes de los niños y niñas convergieron, generando un ciclo de aprendizaje experiencial y

desarrollo comunitario, como postula la Asociación Venezolana de Educación Católica (2020).

En síntesis, la gastronomía tradicional como oferta turística agroecológica es un modelo eficaz y replicable para alcanzar el objetivo general del estudio. La integración metodológica permitió no solo diseñar la marca GILIJBARTOUR, sino generar un legado social que trasciende el aula. Este modelo establece un marco pedagógico que sintetiza la revalorización del patrimonio cultural inmaterial con la necesidad de emprendimientos sostenibles (Fernández, 2025), proponiendo una intervención pedagógica que, al centrarse en los saberes ancestrales y la producción limpia, contribuye directamente a la identidad cultural y al desarrollo local sostenible.

6. Conclusiones.

La gastronomía tradicional, articulada como oferta turística agroecológica, se confirma como un mecanismo efectivo para promocionar el patrimonio cultural inmaterial. En este sentido, el estudio valida que enlazar los saberes ancestrales de la dulcería de Barinas con un emprendimiento sostenible trasciende el ámbito económico. De este modo, se establece que la valoración cultural es el fundamento esencial para el desarrollo integral y social, posicionándola como la base de cualquier estrategia local exitosa. Asimismo, la aplicación de un proceso colaborativo y reflexivo, sustentado en una metodología activa, transformó el proceso de enseñanza-aprendizaje, involucrando a 100 estudiantes en el diagnóstico y la comercialización. Por consiguiente, el principal beneficio fue la transición de un enfoque teórico a uno experiencial, potenciando competencias transversales. Prueba de ello son el Inventario de 14 dulces típicos y la marca GILIJBARTOUR, los cuales generan un profundo sentido de pertenencia, indispensable para la formación integral.

Adicionalmente, el modelo participativo impulsó el desarrollo sostenible al generar productos tangibles, consolidados en la Expo Feria Cultural. En efecto, este evento demostró la viabilidad de integrar la dulcería con insumos agroecológicos locales, creando un circuito económico virtuoso. Por lo tanto, la iniciativa funcionó como motor de transformación social al fortalecer la equidad y los lazos comunitarios, facilitando la integración de productores locales en la cadena de valor turística y estableciendo una ruta clara para su replicabilidad.

Para asegurar la promoción continua del patrimonio y el desarrollo sostenible, se recomienda enfáticamente a la U.E. Colegio Padre Felipe Salvador Gilij y a la comunidad institucionalizar y registrar la marca GILIJBARTOUR y el Inventario, protegiendo la propiedad intelectual. De igual modo, es crucial integrar el modelo de Turismo Agroecológico y Patrimonio Cultural de forma permanente en el currículo. Finalmente, se sugiere establecer alianzas estratégicas con la Alcaldía de Barinas para elevar la jerarquía del inventario y escalar el impacto económico.

Declaración de Responsable: El autor declaran que no existe ningún conflicto de interés en relación a la publicación de este artículo. Las tareas se distribuyeron de forma siguiente: La escritura del artículo, Adquisición de los datos, Análisis e interpretación de los datos. Diseño de la investigación, Redacción y corrección del manuscrito, Revisión crítica de aspectos intelectualmente importantes del manuscrito, fue escrita por el autor.

7. Referencias.

- Asociación Venezolana de Educación Católica (2020). U.E. *Colegio Pedro Felipe Salvador Gilij*. Editorial: AVEC.
- Alcívar Troya, L. D. (2025). *El Museo Municipal de Babahoyo, enfrenta desafíos que limitan su impacto cultural y educativo, aunque fue creado para preservar el patrimonio cultural y fortalecer la identidad local, en 2023 recibió solo 2,400 visitantes, un 15% menos que el año anterior* [Examen Complexivo de Turismo, Universidad Técnica de Babahoyo]. Repositorio Institucional UTB. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/18551>
- Arana Añapa, S. P., & Santana Vera, J. M. (2024). *Estrategias de gestión cultural, instituciones públicas y la promoción de la cultura montuvia en la Provincia de Los Ríos* [Trabajo de Integración Curricular de Licenciatura en Comunicación, Universidad Técnica de Babahoyo]. Repositorio Institucional UTB. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/15930>
- Avalos Campaña, O. S. M. (2024). *Revalorización del patrimonio cultural inmaterial y fomento del turismo escolar en el segundo año de secundaria, institución educativa el Triunfo, Tumbes, 2023* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes]. Repositorio Institucional UNTUMBES. <https://hdl.handle.net/20.500.12874/65535>
- Aulestia Vizcaíno, A. C. (2021). Los mercados de Quito y su oferta de gastronomía tradicional como recurso turístico. *Revista San Gregorio*, 1(47), 95-110. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i47.1614>
- Acle-Mena, Ramón Sebastián, Santos-Díaz, Jessica Yazmín, & Herrera-López, Beatriz. (2020). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 10 (2), 237-248. Publicación electrónica del 19 de enero de 2021. <https://doi.org/10.19053/20278306.v10.n2.2020.10624>
- Bertan, S. (2020). Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21(April), 100232. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100232>
- Briones, D. (2019). *Cultura gastronómica y los emprendimientos turísticos en la parroquia Patricia Pilar*. Universidad técnica de Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6008/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000069.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Bonilla, R. (2019). *La Oferta Turística y La Comercialización de las Artesanías*. Repositorio UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8256/1/5.-TESIS%20%20Priscila%20Carolina%20Montufar%20Zavala-GEST-TUR.pdf>
- Creswell, J. (2012). *Educational research. Planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research. [Investigación educativa. Planeación, conducción y evaluación en investigación cuantitativa y cualitativa]*. (4ª ed). USA: Pearson. [En línea] <http://repository.unmas.ac.id/medias/journal/EBK-00121.pdf>
- Congo, J. (2023). *Los saberes ancestrales gastronómicos y la identidad cultural en el Cantón Ambato*. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/37171>
- Collao Donoso, D. N. (2022). *La gestión y difusión del potencial educador del patrimonio cultural de Valparaíso y su integración educativa en el segundo ciclo de Educación Básica* [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. UVaDOC. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/55121>
- Del Pezo Del Pezo, N. T. (2024). *Patrimonio cultural inmaterial, costumbres y tradiciones de la parroquia José Luis Tamayo, cantón Salinas* [Tesis de Licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio Institucional UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12171>
- Díaz de Montes de Oca, M. E., Gutiérrez Mendoza, I. S., Lares Jiménez, N. O., & Fernández, A. J. (2025). Estrategias de turismo agroecológico: un modelo de desarrollo socioeconómico y cultural sostenible. *Revista Biumar*, 9(1), 45–59. <https://doi.org/10.31948/rb.v9i1.5000>
- Di Clemente, E., Hernández Mogollón, J. M., & López-Guzmán, T. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico: Un análisis DAFO para Extremadura. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura. Educación, (Extra 9)*, 817–833. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5385975>
- Fernández, A. J. (2024). Riqueza de una finca agropecuaria y su reconfiguración: una propuesta de oferta turística agroecológica. *La Calera*, 24(42), 48–53. <https://doi.org/10.5377/calera.v24i42.17837>
- Fernández, A. J. (2025). Modelos de negocio emergentes en el turismo agroecológico: el papel de las políticas públicas en la promoción de la sostenibilidad. *Cooperativismo & Desarrollo*, 33(131), 1-20. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2025.01.09>
- Fernández, A. (2023). Modelo de desarrollo sustentable para la promoción turística Agroecológica del Estado Barinas. *Revista Crítica Con Ciencia*, 1(1), 32–45. https://uptvallesdeltuy.com/ojs/index.php/revista_criticacconciencia/article/view/28
- Fernández, A., Vizcaíno, V., & Lares, N. (2023). Inventario Turístico para el Desarrollo del Turismo Agroecológico en el Barrio La Federación Estado Barinas Venezuela. *Revista de Investigaciones Agroempresariales*, 10.

- <https://revistas.sena.edu.co/index.php/riag/article/view/5712>
- Fernández, A. (2022). Turismo Agroecológico: Bebidas Tradicionales, Patrimonio Cultural y Sostenibilidad. *Revista Ambientis Occidentales*, (5). <http://revistas.unellez.edu.ve/index.php/ambientis/article/view/1978>
- Guevara, X., Buenaño, M., Villareal, M. y Herrera, C. (2022). Conocimiento del uso de hierbas y especias en la culinaria otavaleña, con enfoque hacia el marketing gastronómico. *ECA Sinergia*, (3), 96-106. DOI: <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v13i3.3389>
- Guiracocha, J. y Moscoso, A. (2021). *Análisis de los vínculos entre la gastronomía y la agroecología para la consecución de iniciativas de turismo sostenible en la ciudad de Cuenca, caso Ruta G*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/38606>
- Hernández Rojas, Ricardo D, & Dancausa Millán, María Genoveva. (2018). Turismo gastronómico: La gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(2), 413-430. Recuperado en 07 de noviembre de 2025, de https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322018000200012&lng=es&tlng=es.
- Lares Jiménez, N. O., Fernández, A. J., Gutiérrez Mendoza, I. S., & Díaz de montes de Oca, M. E. (2025). Modelo metodológico participativo para el diseño de productos turísticos agroecológicos sostenibles en los llanos Barinas, Venezuela. *Revista Ciencia Y Tecnología El Higo*, 15(1), 64–84. <https://doi.org/10.5377/elhigo.v15i1.20565>
- Lucas Anchundia, J. K., & Santos Moreira, V. T. (2024). *La gastronomía tradicional como Patrimonio Cultural Inmaterial de la cabecera cantonal de Montecristi* [Tesis de Licenciatura en Turismo, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Repositorio Digital UNESUM. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/6735>
- Marín-Parra, I. M., Haro-Sosa, G. L., & Ávalos-Pérez, M. C. (2021). Análisis de la oferta turística - gastronómica de Ecuador y la implementación de estrategias de marketing. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 6(8), 1118–1137. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8094435>
- Mera, K. (2019). La sistematización de experiencias como método de investigación para la producción del conocimiento. *Rehuso*, 4(1), 99-108. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/1886>
- Naranjo Llupart, M. R., & Martínez Rodríguez, M. de los Á. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Encuentros: Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, (16), 406–422. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8563193>
- Neri Torres, C. B. (2023). *La importancia de la difusión del patrimonio cultural, como quehacer institucional vigente*

- [Tesis de Licenciatura, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla]. Repositorio Institucional RAA. <https://hdl.handle.net/20.500.12371/21017>
- Nieto, A. (2020). *Gastronomía y turismo: una reflexión cultural [online]*. Bogotá: Editorial Fundación Universitaria San Mateo, 147 p. Libros resultado de investigación collection. <https://doi.org/10.7476/9786289558210>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2020). *Sistemas Importantes del Patrimonio Agrícola Mundial Un Legado para el Futuro*. Editorial: FAO. http://agroeco.org/wp-content/uploads/2011/03/GIAHS_Booklete_ES_lr.pdf
- Paredes, M.; Cáceres, B. & Fernández, A. (2023). Turismo agroecológico como modelo sostenible en las comunidades: Agroecological tourism as a sustainable model in rural communities. *Revista De Investigación Cañetana*, 2(1). <https://doi.org/10.60091/ric.2023.v2n1.03>
- Pelegrín Entenza, N., Naranjo Lluport, M. R., Marín Llaver, L. R., & Cabezas García, E. (2024). Concepción de la oferta turística rural en Ecuador: su redimensionamiento durante el período pospandémico. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(Extra 9), 380–395. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9645076>
- Reales, J., Robalino, G., Peñafiel, A., Cárdenas, J., Cantuña, P. (2022). El Muestreo Intencional No Probabilístico como herramienta de la investigación científica en carreras de Ciencias de la Salud. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S5), 681-691. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3338/3278>
- Saavedra Sierra, G. (2022). *Identidad Cultural de los estudiantes y docentes del colegio San Pedro Claver a partir del Patrimonio Cultural del municipio de San Pedro Sucre* [Trabajo de grado de Pregrado en Psicología, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/47142>
- Santos Moreira, V. T., & Pérez Pilligua, J. M. (2024). *Puesta en valor de la gastronomía tradicional en función como patrimonio cultural inmaterial de la cabecera cantonal de Jipijapa* [Tesis de Licenciatura en Turismo, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Repositorio Digital UNESUM. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/6397>
- Utrera Velázquez, A. I., & Real Garlobo, E. (2020). La gastronomía, la cultura y el patrimonio para un turismo sostenible. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, (Edición Especial febrero 2020). <https://doi.org/10.46377/dilemas.v33i1.2142>
- Villalva, M., & Inga, C. (2021). Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades* (13), 100-120. <https://www.redalyc.org/journal/5717/571766940002/html/>