



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANIDADES Y ARTES
PROFESIONAL EN GASTRONOMIA Y ALTA COCINA**

Propuesta para crear oferta basada en la unificación de sabores tradicionales de productos cultivados en municipios de santander a partir del merengón.

Presentado por:

Daniel Felipe Rangel Patarroyo

Jorge Andrés Turbay Ortega

Presentado a:

Margareth Julyana Holguín Mariño

Bucaramanga, Colombia 2020

RESUMEN

El merengón ha tenido gran influencia y ha generado aporte a la cultura colombiana, lo que generó un llamado y cierta atención en nuestra investigación, es tanto así, que la finalidad del proyecto es crear una propuesta gastronómica enfocada en el merengón en el área metropolitana y sus alrededores. Donde la gente pueda degustar este exquisito postre, sentarse cómodamente y compartir en familia de manera agradable. Para nuestro producto nos enfocamos y diseñamos distintas formas y técnicas para presentar a la hora de emplatarse y servir junto a salsas y frutas que representen nuestro municipio con tan solo un bocado; con finalidad de salvaguardar estas frutas que no son consumidas comúnmente, pero tienen suma importancia para nuestra identidad.

Para el desarrollo del proyecto tratamos con campesinos de los municipios de Lebrija, Floridablanca y Los Santos, chefs y pasteleros y vendedores ambulantes que se relacionaran con el merengón, frutas y el comercio de estas. Se realizaron entrevistas y estudios donde se pudo resolver dudas y recopilar datos importantes para la realización del merengón, también se visitó campesinos que nos enseñaron las veces que se pueden cultivar ciertas frutas específicas y en que épocas del año se facilita más su producción. Por último, nos relacionamos con distintos vendedores ambulantes para realizarles una serie de preguntas que nos ayudaron a presupuestar más o menos cuanto se puede vender y en qué zonas de la ciudad se consume más el producto.

En conclusión, la finalidad del proyecto es crear una propuesta de merengón donde haya la seguridad de que es un producto realizado con buenas prácticas de manufactura y el cumplimiento de todos los requisitos de salubridad, por otro lado, generar conciencia e identidad por las frutas que representan nuestro municipio y la importancia de su consumo.

Palabras clave: fusión gastronómica, identidad gastronómica, innovación gastronómica, productos agrícolas, productos dulces, merengón, tradicional.

ABSTRACT

The “merengón” has had great influence and has generated a contribution to the Colombian culture, which generated a call and some attention in our research, it is so much so, that the purpose of the project is to create a gastronomic proposal focused on the “merengón” in the metropolitan area and its surroundings. Where people can taste this exquisite dessert, sit comfortably and share with the family in a pleasant way. For our product we focus and design different forms and techniques to present when serving and adding together with sauces and fruits that represent our municipality with just one bite; in order to safeguard these fruits that are not commonly consumed, but are very important to our identity.

For the development of the project we dealt with farmers from the municipalities of Lebrija, Floridablanca and Los Santos, chefs and pastry chefs and street vendors who will be related to “merengón”, fruits and their trade. Interviews and studies were carried out where it was possible to resolve doubts and collect important data for the realization of the “merengón”, farmers were also visited who showed us the times that certain specific fruits can be grown and in what times of the year their production is facilitated more. Finally, we got in touch with different street vendors to ask them a series of questions that helped us to estimate more or less how much can be sold and in which areas of the city the product is consumed the most.

In conclusion, the purpose of the project is to create a “merengón” proposal where there is certainty that it is a product made with good manufacturing practices and compliance with all health requirements, on the other hand, to generate awareness and identity for the fruits that They represent our municipality and the importance of its consumption.

Key words: gastronomic fusion, gastronomic identity, gastronomic innovation, agricultural products, sweet products, “merengón”, traditional.

Tabla de contenido

1. Planteamiento del problema.....	13
1.1 Descripción del problema.....	13
1.2 Objetivos.....	14
1.2.1 Objetivo general.....	14
1.2.1.1 Objetivos específicos.....	14
1.3 Justificación	15
1.4 Delimitaciones y limitaciones.....	15
2. Marco contextual.....	17
2.1 Marco de antecedentes.....	17
2.1.1 Internacionales.....	17
2.1.2 Nacionales.....	17
2.1.3 Regionales.....	18
2.2 Marco conceptual.....	19
2.2.1 Fusión gastronómica.....	19
2.2.2 Identidad gastronómica.....	19
2.2.3 Innovación gastronómica.....	20
2.2.4 Productos agrícolas.....	20
2.2.5 Productos dulces.....	20
2.2.6 Merengón.....	21
2.2.7 Tradicional.....	21
2.3 Marco teórico.....	22
2.3.1 Gastronomía.....	22
2.3.1.1 Repostería.....	24
2.3.1.1.1 Merengón.....	25
2.3.1.2 Innovación gastronómica.....	26
2.3.1.2.1 Frutas.....	27
2.3.1.2.1.1 Floridablanca.....	28
2.3.1.2.1.2 Lebrija.....	29
2.3.1.2.1.3 Los Santos.....	29
2.3.1.3 Técnicas de repostería.....	29
2.3.1.3.1 Caramelizar.....	29
2.3.1.3.2 Cocer al baño María.....	30
2.3.1.3.3 Cocer en blanco.....	30
2.3.1.3.4 Cocer al vapor.....	30

2.3.1.3.5 Blanquear.....	30
2.3.1.3.6 Glasear.....	30
2.3.1.3.7 Hornear a ciegas.....	31
2.3.1.3.8 Ligar.....	31
2.3.1.3.9 Lustrar.....	31
2.3.1.3.10 Macerar.....	31
2.3.1.3.11 Moldear.....	31
2.3.1.3.12 Napar.....	31
2.3.1.3.13 Pasteurizar.....	32
2.3.1.3.14 Punto bolita sostenida.....	32
2.3.1.3.15 Punto de cordón.....	32
2.3.1.3.16 Punto de hilo fuerte.....	32
2.3.1.3.17 Punto de humeo.....	32
2.3.1.3.18 Punto de nieve.....	33
2.3.1.3.19 Punto de pomada.....	33
2.3.1.3.20 Punto de turrón.....	33
2.3.1.3.21 Punto hilo flojo.....	33
2.3.1.3.22 Punto letra.....	33
2.3.1.3.23 Punto listón.....	33
2.3.1.3.24 Punto.....	34
2.3.1.3.25 Reducir.....	34
2.3.1.3.26 Refinar.....	34
2.3.1.3.27 Rehidratar.....	34
2.3.1.3.28 Rehogar.....	35
2.3.1.4 Fusión gastronómica.....	35
2.4 Marco legal.....	37
2.4.1 Resolución No. 30021 28 abril de 2017.....	37
2.4.2 Ley No. 1988 2 agosto de 2019.....	39
2.4.2.1 Vendedores Informales Ambulantes.....	39
2.4.2.2 Vendedores Informales Semiestacionarios.....	39
2.4.2.3 Vendedores Informales Estacionarios.....	40
2.4.2.4 Vendedores informales periódicos.....	40
2.4.2.5 Vendedores informales ocasionales o de temporada.....	40
2.4.2.6 Temporalidad.....	40

3. Metodología.....	41
3.1 Enfoque y método de la investigación.....	41
3.2 Fases de la realización.....	42
3.2.1 Descripción del problema.....	43
3.2.2 Creación de objetivos.....	43
3.2.3 Delimitaciones y limitaciones.....	43
3.2.4 Búsqueda de antecedentes.....	43
3.2.5 Elaboración marco teórico.....	43
3.2.6 Desarrollo metodología.....	43
3.2.7 Análisis de datos.....	44
3.2.8 Resultados.....	44
3.3 Descripción de la población objeto.....	44
3.3.1 Vendedores ambulantes.....	44
3.3.2 Parque de las cigarras.....	44
3.3.3 Parque la Pera.....	44
3.3.4 Cementerio la Colina.....	45
3.3.5 Productores de insumos básicos.....	45
3.3.6 Chef.....	45
3.3.7 Consumidores.....	46
3.4 Instrumentos de recolección de información.....	46
3.5 Validación de instrumentos de recolección.....	46
3.6 Procedimiento en la aplicación de instrumentos.....	47
3.7 Análisis de datos.....	48
3.8 Aspectos éticos.....	48
4. Resultados.....	50
4.1 Resultados por población.....	50
4.1.1 Vendedores ambulantes.....	50
4.1.2 Campesinos.....	51
4.1.3 Chefs.....	52
4.2 Resultados por subcategorías.....	53
4.2.1 Frutas de Santander.....	53
4.2.1.1 Cafeto.....	53
4.2.1.2 Piña.....	54
4.2.1.3 Mandarina.....	54

4.2.2 Merengón.....	55
4.2.3 Caramelizar.....	55
4.2.4 Cocer a baño María.....	56
4.2.5 Glasear.....	56
4.2.6 Macerar.....	56
4.2.7 Moldear.....	56
4.2.8 Punto de nieve.....	56
4.2.9 Reducir.....	57
4.3 Resultados por categorías.....	57
4.3.1 Innovación gastronómica.....	57
4.3.2 Repostería.....	58
4.3.3 Técnicas de repostería.....	58
4.4 Propuesta merengón.....	58
4.4.1 Merengón Lebrija.....	59
4.4.2 Merengón Los Santos.....	60
4.4.3 Merengón Floridablanca.....	61
5. Conclusiones y recomendaciones.....	62
5.1 Conclusiones.....	62
5.2 Recomendaciones.....	63

Lista de figuras

Figura 1. Mapa conceptual del marco teórico.....	22
Figura 2. Fases de la realización.....	42

Lista de tablas

Tabla 1. Tabla de categorías y subcategorías.....	48
---	----

Anexo 1. Entrevista.....67
Anexo 2. Consentimiento informado.....69

Ilustraciones

Fotografía 1. Canastilla de naranjas.....	53
Fotografía 2. Cosecha de aguacates.....	53
Fotografía 3. Cultivo de piña.....	54
Fotografía 4. Cultivo de piña.....	54
Fotografía 5. Merengón Parque de las Cigarras.....	55
Fotografía 6. Merengón Parque de la Pera.....	55
Fotografía 7. Merengón Lebrija.....	59
Fotografía 8. Merengón Lebrija.....	59
Fotografía 9. Merengón Los Santos.....	60
Fotografía 10. Merengón Los Santos.....	60
Fotografía 11. Merengón Floridablanca.....	61
Fotografía 12. Merengón Floridablanca.....	61

Introducción

El presente trabajo con un enfoque investigativo realizado por estudiantes del programa de Gastronomía y Alta Cocina de la Universidad Autónoma de Bucaramanga tiene como finalidad realizar una unificación alternativa para la elaboración del merengón basada en los sabores tradicionales de productos cultivados en Santander creando una identidad para diferentes municipios, entre ellos, Lebrija, Floridablanca y Los Santos con el fin de resaltar este postre típico de la región santandereana que a través del tiempo ha perdido nombre y valor en el mercado.

Por otro lado, también buscamos mejorar la calidad y presentación del producto para nuestra población niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, puesto que sabemos que en el área metropolitana el foco de este postre está en carros ubicados en distintas zonas de la ciudad, mientras que enfocado hacia el producto podemos brindar toda clase de servicio, atención y calidad.

Para su realización se desarrollaron diferentes estudios e investigaciones que nos aportaron gran información para el proyecto, lo que dio como resultado el poder lograr los objetivos planteados como el de generar una identidad en cada persona que consuma el postre y la suma importancia de salvaguardar las frutas que representan nuestros municipios.

1. Planteamiento del problema

El presente trabajo de investigación nace como resultado del interés por salvaguardar un producto insignia representativo de nuestra región que tradicionalmente en nuestras anteriores generaciones nos daba la experiencia de no solo ir a comprar un producto y compartirlo sino vivir el dulce momento en familia, compartiendo y disfrutando este exquisito merengón.

1.1 Descripción del problema

El auge que se presenta en el sector gastronómico a nivel de Bucaramanga y su área metropolitana, trae consigo una gran cantidad de nuevas propuestas, las cuales abarcan temáticas: locales, regionales, nacionales e internacionales. Generando un gran impacto de forma directa e indirecta en el sector económico, ambiental y sociocultural; este último se ve afectado y perjudicado por la exclusión y bajo intereses que presentan los nuevos cocineros que se centran en traer nuevas tendencias del exterior y dejar a un lado su sentido de identidad patria.

Caso específico el que se evidencia con el postre conocido como merengón, que con el paso del tiempo y la llegada de nuevas generaciones parece serles indiferente a dicho postre. No obstante, en épocas atrás el merengón era un postre que llegaba a reunir familias enteras los fines de semana, con la finalidad de compartir experiencias y gratos momentos. Era tan apetecido que no alcanzaba a dar abasto en los principales parques del área metropolitana y se quedaba sin producto el Renault 4, que salía temprano en la mañana para llegar a su lugar de destino, dejando a familias hambrientas y con ganas de un buen postre. Pero en la actualidad la realidad difiere, es tal que se llega a evidenciar el famoso Renault 4 muy esporádicamente y en ciertos parques de Bucaramanga y su área metropolitana.

Tomando como punto de partida el merengón, se busca darle un giro al producto y que las personas vuelvan a compartir y disfrutar. Se plantea la siguiente problemática: *¿De*

qué forma se puede generar identidad unificando técnicas de preparación y productos agrícolas de Santander representados en el merengón?, así mismo, surgen otras preguntas que permitirán guiar el proceso de investigación, estas son: *¿Qué productos agrícolas se pueden agregar a la preparación de los merengones tradicionales? ¿Cuáles son los productos agrícolas que representan Santander? ¿Con qué motivo se incorporan productos locales y propios de los municipios de Santander a la hora de preparar el merengón? ¿Es posible representar un municipio en su totalidad en un merengón?*

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general.

Realizar una unificación alternativa para la elaboración del merengón basada en los sabores tradicionales de productos cultivados en Santander creando una identidad para diferentes municipios.

1.2.1.1 Objetivos específicos.

- Identificar las frutas que se consumen y cultivan en mayor proporción en los diferentes municipios de Santander.
- Elaborar una línea de merengones empleando las diferentes frutas cultivadas en los municipios que generen una identidad del producto relacionado con el lugar.
- Dar a conocer y promocionar la nueva fusión del merengón que resalte las características más típicas, generando identidad, de los municipios de Santander.

1.3 Justificación

El desarrollo de este proyecto es con fin de ofrecerle a todo público un exquisito postre, donde nos permita compartir en un lugar agradable y recordar mediante el merengón ciertos municipios, costumbres y platos representativos de este, por esto llevamos a cabo una extensa investigación de seis municipios cercanos al área metropolitana de Bucaramanga, donde se puede realizar un estudio a fondo, cada detalle de sus productos, platos y costumbres más representativas que abarquen la cultura para tener la finalidad de presentar una fusión entre el merengón y los productos representativos de dichos municipios.

El fin de este proyecto es poder preservar este delicioso postre y abrir las puertas a nuevas presentaciones del postre. En donde se pueda utilizar y dar uso a frutos pocos comunes que no se conocen por la mayoría de la población, que a su vez sean característicos y productos insignias de los 6 municipios que, al momento de degustar el postre, se puede descifrar de que municipio se trata con base a su sabor, textura y representación visual.

Una de las finalidades para el desarrollo del proyecto es recolectar información voz a voz por parte de los habitantes del sector, la cual otorgará una versión más detallada y verídica que puede ser comparada con los estudios ya realizados en este campo. De tal forma al solucionar la problemática planteada, no solo mantener y dar a conocer el merengón, sino a su vez ofrecer un producto más dinámico y alternativo que llame la atención del cliente y genere un desarrollo de identidad por el postre típico colombiano que renueve la forma de adquirir el producto y los momentos compartidos como se hacía hace tiempo atrás.

1.4 Delimitaciones y limitaciones

Con el fin de establecer los parámetros de la investigación, el presente trabajo se focaliza en el merengón y el uso de frutas de mayor impacto, para presentar un nuevo producto, en los siguientes municipios de Santander que han desarrollado una identidad propia: Floridablanca, Lebrija y Los Santos.

De esta forma se pretende visitar cada uno de los municipios ya mencionados, entre un periodo de tiempo aproximado de seis meses a un año para recolectar información relevante que permita conocer acerca de los cultivos que tienen mayor presencia en el campo, aquellas frutas que se han convertido en insignias por su preferencia, gran consumo local y poco conocimiento en el mercado en Bucaramanga.

Con respecto a las limitaciones éstas abarcan un extenso campo, ya bien sea por la falta de información recolectada, la veracidad de ésta, la confiabilidad de los entrevistados para compartir información, la lejanía de ciertos municipios y el difícil acceso a estos mismo. Por ende, se pueden presentar incongruencias durante su desarrollo.

2. Marco contextual

En el capítulo a continuación, se procede a enunciar los proyectos de investigación que fueron utilizados para sentar las bases y realizar la adecuada categorización del proyecto a tratar, a partir de las temáticas y tópicos. Del mismo modo se presenta el gráfico utilizado para la adecuada jerarquización de los tópicos tratados.

2.1 Marco de antecedentes

A continuación, se presentan los trabajos que hacen parte de las investigaciones, las cuales engloban la temática a tratar enfocados en el merengón.

2.1.1 Internacionales

María Cristina Rodríguez en su estudio de la chirimoya y propuesta de repostería de autor, de la universidad internacional del Ecuador escuela de gastronomía, en Quito, en 2013, en su estudio de la chirimoya presenta un estudio de ésta fruta con el fin de crear un conjunto de preparaciones de la repostería utilizando la chirimoya como ingrediente principal, mediante la recolección de información técnica basada en principios biológicos y filosóficos con el fin de preparar diversos postres tales como: mousse, trufas, merengón, crème brûlée, entre otras. De tal manera se buscó que la chirimoya sea más consumida y apreciada por la población ya que es conocida pero no ingerida, y además esta tiene una gran facilidad y versatilidad para incluirse y añadirse en diferentes preparaciones ya sean frías o calientes.

2.1.2 Nacionales

Angie Fernanda Loaiza, Lina Marcela Herrán y Nicolle Andrea Borrero en su estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de merengones dietéticos en la comuna 19 de la ciudad de Cali, de la fundación universitaria católica Lumen Gentium, en Santiago de Cali, en el 2018, analizaron la factibilidad para crear una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de merengón gracias al gran auge

que se presenta en el mercado de la repostería a nivel de Colombia donde la innovación y creatividad se puede implementar a postres tradicionales como lo es: el merengón, obleas y cupcakes porque son postres predilectos para cualquier ocasión, especialmente en fechas especiales para el buen funcionamiento del local comercial.

Luis Rolando Benavides y Luis Alberto Díaz en su mejoramiento de la cadena de abastecimiento en la empresa merengón el prado, de la universidad distrital Francisco José de Caldas, en Bogotá, en el año 2015 se enfocaron en fortalecer la cadena de abastecimiento de merengón el prado determinando un modelo para las industrias que sean a fin, así mismo, la finalidad es mejorar los niveles de eficiencia para presentar y ofrecer productos típicos como: el merengón y suspiros, de gran calidad. Los cuales han tenido gran acogida por parte de los consumidores durante 24 años.

2.1.3 Regionales

Pedro Luis Vides Santodomingo en su estudio de diseño de una máquina moldeadora para la fabricación de panelitas de leche en la microempresa dulces olivares en Ocaña, norte de Santander, de la universidad Francisco de Paula Santander, en Ocaña, en el 2018, estudió la posibilidad de tecnificar e implementar nuevas máquinas para el proceso de producción de panelitas en el municipio de Ocaña, con el fin de generar una mayor producción del producto sin perder su sabor y calidad, así mismo, buscó disminuir el trabajo humano para evitar desgastes físicos y problemas ocupacionales. Por consiguiente, buscó aumentar la oferta de este producto tan típico para suplir la demanda requerida en los municipios de Norte de Santander.

Luis Hernando Montes Mojica y Robinson Sigifredo Burgos Galvis en su estudio de investigación de mercados para la introducción de un nuevo producto de gelatina a base de flor de caléndula en Bucaramanga (Santander), de la Universidad Santo Tomás de

Bucaramanga, en el 2015, realizaron una investigación de mercados que permitió determinar las características de la demanda y oferta, actual y futura, y la determinación de la conveniencia o no de la fabricación y venta de dicha gelatina. Ya que, al contener extracto de flor de caléndula, la cual está comprobada científicamente, ayuda a mitigar problemas de úlceras y afecciones dérmicas, y también tiene sus efectos positivos a nivel nutricional.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Fusión gastronómica.

Es la combinación y comunicación práctica, teórica y social de los alimentos, utensilios, preparaciones, presentaciones y expresiones sociales de las prácticas culinarias de diversos grupos de una determinada época. Este proceso de fusión abarca por lo menos tres aspectos: El primero es la mezcla e innovación de las herramientas que consolidan la gastronomía (alimentos, utensilios, técnicas, sabores, olores, etc.) por medio de la cotidianidad de quienes cocinan. El segundo es la necesidad de conservar, registrar y entender la forma de operar con tales herramientas. El tercero es la articulación entre lo que se come, quienes lo comen y por qué lo comen, en donde no solo interviene el cocinero (o quien cocina) sino el grupo social en el cual se insertan las prácticas culinarias (Ortiz, 2009, p.9).

2.2.2 Identidad gastronómica.

Hace referencia a la autenticidad y apropiación de ciertos grupos de comunidades que resaltan la gastronomía tradicional y los conocimientos ancestrales con el fin de recuperar y preservar. Por consiguiente, son los platos o preparaciones que se encontraron presentes durante el desarrollo físico y emocional de la persona, que al momento de consumir algo similar le permite evocar su pasado.

2.2.3 Innovación gastronómica.

Schumpeter (como se citó en Heijs y Buesa, 2016) define innovación como:

“La introducción de un nuevo bien o de una nueva calidad de un bien”.

En otros términos, es la forma de potenciar o maximizar el uso que se le da a las materias primas para la creación de platos mediante la implementación de nuevas formas de preparación, presentación, texturas, entre otros. Donde se resalte al máximo y tenga un plus que diferencia un producto de otro en el ámbito gastronómico.

2.2.4 Productos agrícolas.

Stanton, Etzel y Walker (2007) definen producto como:

“Un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable. Cada producto se identifica por un nombre descriptivo (o genérico) que el común de la gente entiende, como acero, seguros, raquetas de tenis o entretenimiento”. (p.220)

Es decir, los productos, principalmente, agrícolas son los que se obtienen mediante la práctica de la agricultura gracias a la interacción entre la tierra y la mano de obra humana. se pueden encontrar desde frutas, verduras, hortalizas y otros.

2.2.5 Productos dulces.

American Marketing Association – AMA (como se citó en Thompson, 2005) define producto como:

Un conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad

física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y de la organización.

En otras palabras, son aquellos productos los cuales en su composición presentan una gran cantidad de azúcares y carbohidratos, que aportan valor energético importante, en otras palabras, son los postres fríos o calientes, tortas, helados, bizcochos, entre otros que normalmente son consumidos durante el transcurso del día por cierta población.

2.2.6 Merengón.

Es un postre típico de la gastronomía colombiana, no obstante, también se encuentra y se consume en países que se ubican a lo largo de la cordillera de los Andes (entre ellos Ecuador y Bolivia), se realiza a partir de merengue italiano o suizo, mermelada de fruta, fruta picada y crema blanca.

2.2.7 Tradicional.

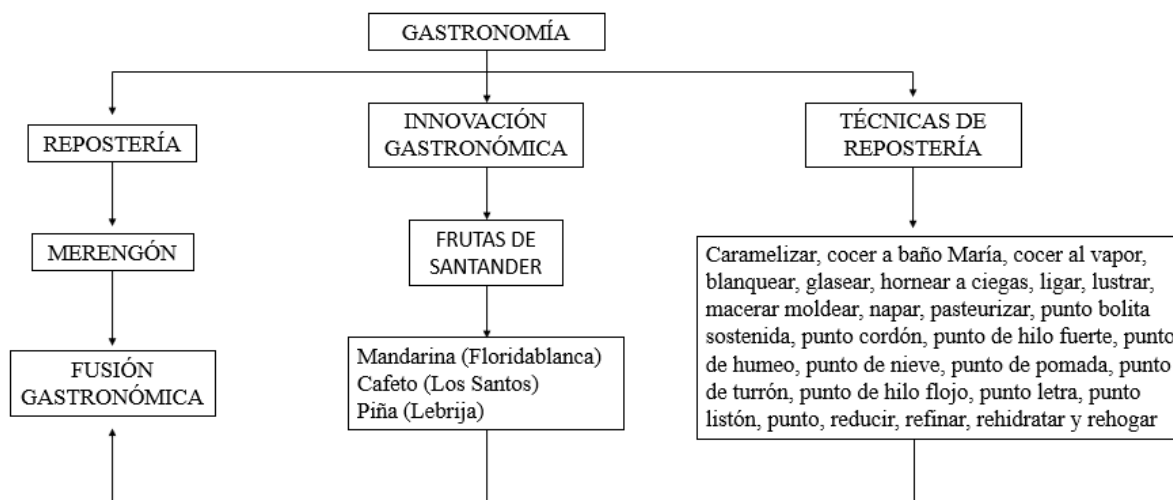
Según Meléndez y Cañez (2010) lo definen:

Como parte del patrimonio intangible de las sociedades y las comunidades, que son a su vez un elemento de identidad y una pieza fundamental de las economías regionales y locales, ejemplo así, cuando una comunidad rural inserta en un proceso de urbanización. (p.183)

En otras palabras, se entiende como tradicional a las costumbres o ritos que se practican desde un tiempo atrás y guarda relación con cierta cultura o historia de alguna comunidad.

2.3 Marco teórico

Figura 1. Mapa conceptual del marco teórico



A continuación, se presentan algunos términos clave para el estudio de investigación a realizar. Estas definiciones basadas en recopilaciones inherentes de autores y construcción original tienen como finalidad relacionar y enlazar los términos adecuadamente para que sea más fácil su entendimiento.

2.3.1 Gastronomía.

La gastronomía es el conocimiento fundado en razón de todo lo que tiene relaciones con el hombre en tanto que se sustenta. Su fin es velar por la conservación de los hombres mediante el mejor sustento posible, (...). De suerte que a decir verdad ella es la que hace mover al cultivador, al viñero, al pescador, al cazador y a la crecida familia de los cocineros, cualquiera que sea el título o la calificación bajo la cual disfracen su empleo, a la preparación de los alimentos. (Brillat, 1852, p.55)

Profundizando en el concepto de gastronomía que maneja Brillat, se observa que es un concepto muy generalizado, el cual abarca diferentes materias, desde puntos de vista biológicos, fisiológicos y sociales. Donde el ser humano es una persona que se deja

influir por sus necesidades fisiológicas, según la pirámide de Maslow, entre ellas alimentarse. De este mismo modo se busca la conservación y preservación de la especie humana mediante el sustento alimentario.

No obstante, dirigiendo la atención a un punto de vista más focalizado, la gastronomía actual hace referencia a los procesos de obtención de materia prima, procedimientos culinarios, técnicas de cocción, formas de emplatar y sensaciones generadas en el comensal, entre otros. Siendo de esta manera un proceso no sólo fisiológico, en el cual se consuman alimentos con la finalidad de saciar una necesidad básica.

Revel (como se citó en Colucci y Falcón, 2013) afirma que “Ahora bien, la experiencia nos confirma, desgraciadamente, que el placer gastronómico no se desarrolla verdaderamente sino a base de variar, contrastar, y por tanto multiplicar platos y vinos”

En la obra “Un festin en paroles: Histoire littéraire de la sensibilité gastronomique de l’Antiquité à nos jours”, del autor Jean-Fraçois Revel, éste expresa la existencia de dos fuentes fundamentales de las que se desprende la cocina, una es la llamada popularmente la cocina del campo y de las amas de casa, muy regional, tradicional y estrechamente relacionada con los productos de la naturaleza, costumbres y tradiciones, lo que hoy en día se conoce como cocinas ancestrales alejadas de los centros urbanos; y la otra fuente se cataloga como una cocina sabia, que dimana de profesionales formados teórica y empíricamente en el campo gastronómico, los cuales se basan en experimentación e innovación.

Ha sido tan trascendental la gastronomía a nivel mundial que hoy en día se reconocen culturas y cocinas por la UNESCO, dato importante es que Popayán, Colombia ha sido la primera ciudad en ser nombrada Ciudad de la Gastronomía de la UNESCO y la ceremonia inaugural tuvo lugar el 11 de agosto de 2005.

A lo largo de los estudios por los cuales los profesionales pasan, aproximadamente entre tres a cinco años, se conocen, estudian y desarrollan varias ramas de la gastronomía, entre ella se encuentran la cocina caliente; cocina fría, panadería y repostería. Esta última mencionada, da sitio para continuar con el desarrollo hacia el enfoque en la problemática a tratar.

2.3.1.1 Repostería.

Es una de las Artes Gastronómicas que requiere una enorme precisión: todo se pesa y mide. Se controla la temperatura y los tiempos que son los que la experiencia ha impuesto. Empero la imaginación, la fantasía en la decoración y presentación sí son libres; el contraste de colores, de texturas, incluso del dulzor son técnicas que puede cambiar el repostero a su antojo para sorprender al ávido de nuevas experiencias. Así todo, si atendemos al chef Berasategui no solo es en repostería sino en la cocina en general (como en la vida), que todo es matemática; la proporción justa y el número pueden lograr que un plato sea genial o no. (Palacios-González, 2017, p.469)

Por consiguiente, se entiende que la repostería es la parte de la cocina dedicada a la elaboración y decoración de pasteles, postres y dulces. Se trata de una de las partes de la gastronomía que exigen más exactitud y precisión en el uso de ingredientes y técnicas, donde es fundamental al momento de decoración una excelente motricidad fina; por lo tanto, una de las áreas más complicadas.

En función de todas estas técnicas, donde la delicadeza y precisión envuelve a la repostería se da origen una gran cuantía de productos dulces que salieron al mercado, uno de tantos deliciosos productos, es el merengón. Conocido localmente en la mayor parte del territorio colombiano, aunque también tuvo un gran auge en el departamento santandereano,

específicamente en el área metropolitana, la cual abarca los municipios de Floridablanca, Piedecuesta, Girón y su capital Bucaramanga.

Siendo este el caso, donde las familias santandereanas, se reunían los fines de semana en los principales parques de la ciudad para compartir tiempo entre ellas, ya sea caminando por el parque después de un almuerzo o buscando a los costados de la acera el famoso carro distribuidor de merengón. Fue tanto el apogeo que tuvo, que pasó a ser un postre tradicional, por el hecho que se volvió una rutina y costumbre su consumo, generando impacto tal en el mercado que ya no solo se encontraba este delicioso y típico postre en los parques, sino que muchas panaderías empezaron con su propia producción y comercialización variando sabores para así presentar una oferta diferente al consumidor y obtener ganancias a través del merengón.

2.3.1.1.1 Merengón.

Es una mezcla de frutas, merengue, crema, mermelada y demás ingredientes que pueden variar con respecto al lugar o persona que realiza la preparación; además de esto tiene una connotación popular, puesto que los primeros lugares donde se empezó la venta de este producto, fue en pequeños autos que se disponían en diferentes sectores del área metropolitana, ya fuese en: parques, iglesias, colegios; siendo muy consumido por las familias los domingos, en sus paseos familiares. Por causa de que su comercialización era muy informal y en algunas ocasiones con una apariencia descuidada, hoy en día se estigmatiza el merengón, degradando el platillo a un postre barato de carretera.

Por su facilidad en la forma de preparar, la rapidez de hacerlo y la cultura colombiana que es muy apegada al dulce, el merengón tuvo una gran salida como forma de sustento para las familias porque al tener un costo de elaboración bajo, un aumento considerable en el consumo y el incremento de vendedores informales en las calles del área metropolitana de

Bucaramanga que les permitió asentarse en las afueras de colegios, universidades, centros educativos o cualquier lugar donde el flujo y tránsito peatonal era masivo. Pues ya no solo era un postre de fin de semana o de consumo esporádico, sino que se volvió del día a día, ofreciendo una ganancia adicional para estas familias que buscaban sustento económico, que durante décadas fue importante.

Subsiguiente al ingenio e innovación de las preparaciones y presentaciones del producto merengón se procede hablar, haciendo énfasis en lo mencionado anteriormente por Revel (1980), donde la cocina derivada de profesionales generó todo un mundo nuevo en la innovación gastronómica, a nivel sensorial donde los sentidos como: gusto, tacto, vista y olfato se involucran. Para ofrecerle una experiencia completa que genere una percepción diferente a la hora de probar el merengón y cambiar ese pensamiento peyorativo hacia un producto tradicional de la repostería colombiana.

2.3.1.2 Innovación gastronómica.

El DTI (Department of Trade and Industry, 2019) del Reino Unido adopta una de las definiciones más simples y claras de innovación, definiendo como: “Innovación es explotar con éxito nuevas ideas”.

También las innovaciones muestran la capacidad de las masas por ser mejores, por individualizar e imponer su propio estilo; sin embargo, existe cierto apego del hombre hacia lo tradicional.

A medida que el mundo avanza a gran velocidad, los profesionales buscan sobresalir en la industria gastronómica, es de tal forma que se pueden apreciar nuevos métodos, herramientas y genialidades para presentar platos totalmente diferentes con un enfoque particular a partir de productos agrícolas ya conocidos por los mismos consumidores. En

donde las ramificaciones de la gastronomía, entre ellas, cocina caliente, cocina fría, repostería, panadería y otros; se comprometan a generar ese plus en el mercado.

Esta innovación se quiere generar específicamente en el ámbito de la repostería, directamente con los merengones incluyendo ciertas frutas que más adelante serán mencionadas. Debido a que la actividad agrícola cumple un papel fundamental en el desarrollo del país, se realizó un estudio por parte del DANE el cual tuvo como finalidad realizar el censo agropecuario para conocer el uso y cobertura del suelo destinado a producción agrícola. Así fue, como se expresa que Santander tiene 507 mil hectáreas destinadas a la agricultura, siendo el 26.7% total del territorio departamental.

Por ende, se quiere incluir ciertas frutas específicamente del departamento de Santander para generar una fusión gastronómica entre las técnicas de preparación del merengón y productos agrícolas.

2.3.1.2.1 Frutas.

Botánicamente Font Quer (1965) definió fruta como: “Fruto comestible que dan los árboles y plantas, y más comúnmente el que sirve antes para el regalo que para alimento; como la pera, guinda (cereza), fresa, etc.” (p.500). No obstante, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar [ICBF] (2011) ha definido la palabra fruta como:

Estructura o parte de las plantas que contiene sus semillas. Sin embargo, habla que, en el contexto de la preparación de alimentos, el término implica la parte carnosa de ciertas plantas usualmente asociadas con las semillas, que son dulces y comestibles en su estado crudo, entre ellas, guayaba, mango, ciruela, granadilla, manzana, banano, fresa y mora. (p.314)

Gracias a los diferentes pisos térmicos, accesos marítimos y afluentes hidrográficos Colombia está entre los primeros países con gran variedad y biodiversidad de fauna y flora, lo que facilita la siembra y cultivo de diversos productos agrícolas, especialmente frutas. Aun así, el departamento de Santander se considera un territorio afortunado por la riqueza de sus suelos, permitiendo que: “cuenta con un potencial de un (1) millón de hectáreas con vocación agrícola, ocupando los primeros puestos a nivel nacional como productores frutícolas, cacaoteros, cítricos, en mora, guayaba común y papa.” (Gobernación de Santander, 2016, p.127).

Por esta razón es que se trabaja con las siguientes frutas: la mandarina en Floridablanca, la piña en Lebrija y el café en Los Santos.

Los siguientes datos estadísticos acerca de la población fueron extraídos del censo nacional de población y vivienda 2018 del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)

2.3.1.2.1.1 Floridablanca.

Es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Santander, dentro de la provincia Metropolitana a 11 km de Bucaramanga. Cuenta con una superficie total de 97 km² y su altitud media es 925 m.s.n.m. Fundado el siete de noviembre de 1817 pero se erigió el ocho de enero de 1858. Su población total es de 275.109 habitantes.

2.3.1.2.1.2 Lebrija.

Es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Santander, dentro de la provincia Metropolitana a 20,8 km de Bucaramanga. Cuenta con una superficie total de

549,85 km² y su altitud media es 1055 m.s.n.m. Fundado el primero de enero de 1872 pero se erigió el tres de octubre de 1876. Su población total es de 37.214 habitantes.

2.3.1.2.1.3 Los Santos.

Es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Santander, dentro de la provincia Metropolitana a 58,1 km de Bucaramanga. Cuenta con una superficie total de 242 km² y su altitud media es 1310 m.s.n.m. Fundado el 1 de enero de 1750. Su población total es de 12.433 habitantes.

2.3.1.3 Técnicas de repostería.

A continuación, se mencionan y explican las diferentes técnicas usadas en la elaboración de productos de pastelería y repostería, las siguientes definiciones son tomadas del Manual de repostería, pastelería, panadería y bollería del Instituto de Educación Superior Técnico Público – Centro de Certificación de Competencias Laborales CEFOP de Perú.

2.3.1.3.1 Caramelizar.

Calentar azúcar hasta que se convierta en almíbar. El azúcar también se carameliza si se espolvorea sobre los alimentos y se los lleva a la parrilla hasta que se derrita. Cubrir con caramelo un molde para evitar que se pegue el preparado al cocinarlo. (s.f., p.10)

2.3.1.3.2 Cocer al baño María.

Cocer lentamente un preparado poniéndolo en un recipiente que, a su vez, debe introducirse en otro mayor con agua, poniéndose todo para su cocción al horno o fogón. (s.f., p.10)

2.3.1.3.3 Cocer en blanco.

Hornear tartaletas u otros moldes sin relleno, en su lugar se coloca arroz o frijoles crudos que se retiran a media cocción para permitir que la pasta seque completamente. (s.f., p.10)

2.3.1.3.4 Cocer al vapor.

Cocinar un preparado en recipiente puesto dentro de otro, cerrado y con vapor de agua. (s.f., p.10)

2.3.1.3.5 Blanquear.

En repostería batir azúcar con mantequilla hasta que adquiera color pálido y textura cremosa; en cocina se denomina así a dar un hervor o cocer a medias ciertos géneros para quitarles el mal gusto, mal sabor o mal olor. (s.f., p.10)

2.3.1.3.6 Glasear.

Cubrir un preparado de pastelería con azúcar fondant, mermelada, azúcar, yema de huevo, chocolate, glas, etc., y en otros casos, caramelizar azúcar en el preparado. / Dorar la superficie lisa de un preparado (de pescado generalmente), sometiéndolo al calor de la salamandra o gratinadora u horno. (s.f., p.10)

2.3.1.3.7 Hornear a ciegas.

Hornear una pasta antes de rellenarla. (s.f., p.10)

2.3.1.3.8 Ligar.

Mezcla de huevos y crema de leche con la que se espesa una salsa. Para que no se corte hay que hacerlo fuera del fuego. Espesar un preparado por la acción de un elemento de ligazón, fécula, harina, etc. (s.f., p.11)

2.3.1.3.9 Lustrar.

Espolvorear un preparado dulce con azúcar glacé o lustre. (s.f., p.11)

2.3.1.3.10 Macerar.

Poner frutas cortadas con azúcar, vinos, licores, etc., para que acojan el sabor de éstos.
/ Poner un artículo, carne o fruta, con vino, licor, vinagre, aceite, etc, durante varias horas. (s.f., p.11)

2.3.1.3.11 Moldear.

Poner un preparado dentro de un molde para que adopte la forma de éste. (s.f., p.13)

2.3.1.3.12 Napar.

Cubrir totalmente un género con un líquido más o menos espeso (salsas) de forma que permanezca en parte sobre él. (s.f., p.11)

2.3.1.3.13 Pasteurizar.

Método de conservación por el que se eliminan los gérmenes al calentar el alimento durante unos segundos a 70° C. El alimento se enfría rápidamente para evitar que la exposición excesiva al calor elimine nutrientes. (s.f., p.11)

2.3.1.3.14 Punto bolita sostenida.

Cuando al colocar una cucharadita en una taza de agua bien fría, al tomarla con las manos se puede formar una bolita que no se deforma. (s.f., p.11)

2.3.1.3.15 Punto de cordón.

Se baten las yemas hasta que al levantar el batidor se forma una especie de cordón con las yemas. Éstas deben adquirir un color amarillo fuerte. (s.f., p.11)

2.3.1.3.16 Punto de hilo fuerte.

Cuando al tomar un poco de almíbar con la punta de la cuchara, luego de soplarlo se pasa entre dos dedos y al separarlos, se forma un hilo que no se corta. (s.f., p.11)

2.3.1.3.17 Punto de humeo.

El punto de humeo se refiere al punto de calentamiento de una sustancia; especialmente aceite de cocina o grasa comestible, donde el sucesivo calentamiento lleva a la sustancia hasta su rotura. En esa zona humea, dando al alimento un gusto desagradable. Por encima del punto de humeo surge el punto de ignición, donde comienza la combustión. (s.f., p.11)

2.3.1.3.18 Punto de nieve.

Forma de batir las claras de los huevos hasta que quede con la apariencia de una espuma blanca. (s.f., p.11)

2.3.1.3.19 Punto de pomada.

En la manteca se le llama al punto en que ésta está blanda, pero sin derretir y puede ser manejada, justamente, como una pomada. (s.f., p.11)

2.3.1.3.20 Punto de turrón.

Se baten las claras hasta que esponjan y se secan relativamente. La clara no debe caer al levantar el batidor. Si lo pide la receta, las yemas se añaden después de obtenido el punto, mezclándose suavemente. (s.f., p.11)

2.3.1.3.21 Punto hilo flojo.

Cuando al tomar una gota de almíbar entre los dedos y soplar, al separarlos se forma un hilo que se corta enseguida. (s.f., p.11)

2.3.1.3.22 Punto letra.

Significa lograr con los huevos y el azúcar una emulsión que, al levantar, forme rastros que permanezcan sin desaparecer rápidamente. (s.f., p.11)

2.3.1.3.23 Punto listón.

Se baten las yemas hasta que se forma un hilo suave de yema al levantar el batidor. (s.f., p.12)

2.3.1.3.24 Punto.

Grado justo de cocción o sazónamiento de una vianda. / Grado de batido de un ingrediente / Grado de cocción del almíbar. (s.f., p.12)

2.3.1.3.25 Reducir.

Disminuir el volumen de una preparación por evaporación, consiguiendo una mayor concentración del sabor y del espesor. / Consiste en hervir un líquido para hacerlo más sustancioso como consecuencia de la evaporación producida. Normalmente se reducen los alcoholes (vino, brandy, jerez) dentro de una salsa para que pierda la acidez y deje el aroma. Cuando se aplica este término en relación a una salsa, caldo o zumo lo que buscamos es concentrar el sabor o espesar su textura. / Al hervir rápidamente en un recipiente destapado el líquido se evapora y se obtiene un sabor más concentrado. (s.f., p.12)

2.3.1.3.26 Refinar.

Con la ayuda de la trituradora, pasar un género o elaboración para tritararlo muy fino; habitualmente se utiliza para moler frutos secos y en la elaboración de turrónes y mazapanes. (s.f., p.12)

2.3.1.3.27 Rehidratar.

Aportar a un género desecado previamente, un líquido para que adquiera y recupere su agua de constitución. (s.f., p.12)

2.3.1.3.28 Rehogar.

Ablandar un género en una grasa, tapado y a temperatura moderada de forma que no tome color. / Pasar un alimento por materia grasa (aceite o mantequilla) caliente, para que suelte su agua y concentre su sabor. / Someter un alimento a cocción lenta con poca grasa, y en los propios jugos de los alimentos el tiempo necesario para que se ablanden, pero sin que tomen color. (s.f., p.12)

Por otra parte, es de vital importancia suscitar una identidad directa al municipio, no en su totalidad, pero sí que sea relevante. De manera que al presentarle al cliente un merengón que por su aspecto visual, olfativo y gustativo pueda hacerse la idea o tener un enfoque del municipio en particular se trata.

Ejemplo seguido de identidad el que se evidencia en el municipio de Vélez, donde la siembra, cultivo y recolección de la guayaba es un trabajo de gran importancia para la obtención de una materia prima de calidad, para su posterior transformación y manufacturación la cual da como resultado el bocadillo veleño, el cual tiene denominación de origen, otorgado por la Superintendencia de Industria y Comercio mediante la resolución N° 35076 del 15 de junio de 2017.

Por ende, se busca la incorporación e innovación del producto dulce, merengón, con base al uso y aplicación de las diferentes técnicas de repostería y los productos agrícolas, principalmente frutas las cuales son características de los municipios en mención del departamento de Santander para así generar una fusión gastronómica.

2.3.1.4 Fusión gastronómica.

Se entiende por fusión gastronómica a la unificación entre las técnicas de preparación y el uso de materias primas, proveniente de diferentes lugares de origen. Es decir, la comida se basa en el “melange” de estilos culinarios de culturas diversas, añadiendo ingredientes

representativos provenientes de regiones, municipios, departamentos, estados o países. Así mismo, se evidencia esta fusión en la manera de servir y presentar los platos.

Un claro ejemplo como menciona Plasencia (2011) fue: “La enorme trascendencia que tuvo la introducción por los españoles del ganado de renta (ovino, caprino, bovino y porcino), así como las técnicas de pastoreo y de aprovechamiento galáctico” (p.150).

Es así como la finalidad del proyecto es crear e innovar una serie de nuevos productos para consumir aplicando variación de técnicas y combinando sabores con frutas representativas de cada uno de los municipios, para que al momento de degustar el producto saber cuál municipio representa.

Para condensar lo dicho hasta aquí y facilitar el entendimiento con respecto a fusión gastronómica o gastronomía fusión, Laza y Laza (como se citó en Corro, 2008) mencionan que:

Hay ocasiones en que platillos que forman parte de la gastronomía de tipo fusión, surgen sin la intención de serlo, como en casos en que dos o más culturas se mezclan por la razón que sea y los conocimientos o ingredientes de una se mezclan con los de la otra.

Ejemplificando lo mencionado, la migración de grupos de personas entre un país y otro, que llegan con sus tradiciones y conocimientos a otro lugar y los aplican con los ingredientes locales. Pongamos por caso lo que sucede actualmente con la situación de Venezuela donde una gran cantidad de inmigrantes llegan al país, quienes al momento de asentarse y recuperar estabilidad surge esa amalgama entre sus platos tradicionales y el uso de materia prima encontrada en Colombia.

Pero Fernández y Ordóñez (como se citó en Corro, 2008) argumentan que:

También hay platillos creados con toda la intención de hacer nuevas combinaciones para sacar lo mejor de cada estilo o cultura, haciendo los procesos más prácticos, encontrando sabores nuevos y mezclando ideas de manera original para ofrecer un platillo creativo que atraiga a quien se entere de su existencia.

Congruente a la técnica artesanal y tradicional de realizar el merengón, donde se prepara a base de merengue, batidos de claras de huevos con azúcar, el cual se dispone en un icopor acompañado de mermelada de frutas y fruta picada. Entonces lo que se procura es aplicar las técnicas aprendidas durante los años de estudio profesional, principalmente las que competen a la rama de la repostería, para así utilizar variaciones en cual no solo se presente un merengue en un plato, sino generar texturas por medio de las técnicas de repostería como espumosos, crocantes, gelificantes y congelantes para aprovechar la versatilidad de materia prima.

2.4 Marco Legal

2.4.1 Resolución No. 30021 28 abril de 2017.

“Por medio de la cual se establecen los requisitos para la Certificación de Buenas Prácticas Agrícolas en producción primaria de vegetales y otras especies para consumo humano”.

Según el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA, 2017) definen las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) como:

“Las prácticas orientadas a la sostenibilidad ambiental, económica y social para los procesos productivos de la explotación agrícola que garantizan la calidad e inocuidad de los alimentos y de los productos no alimenticios”.

De esta forma y en base a la definición otorgada por el ICA se mencionan los párrafos y numerales que concretamente tocan las BPA.

Que según lo estipulado en el artículo 2.13.1.1.2 del Decreto 1071 de 2015 corresponde al Instituto Colombiano Agropecuario ICA el manejo de sanidad vegetal, para lo cual adoptará las acciones y disposiciones que sean necesarias para la prevención, erradicación, o el manejo de enfermedades, plagas, malezas o cualquier otro organismo dañino que afecten las plantas y sus productos, actuando en permanente armonía con la protección y preservación de los recursos naturales.

Que de acuerdo al numeral 2 del artículo 30 del Decreto 4765 de 2008 corresponde al ICA velar por la implementación de sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad (Buenas Prácticas Agrícolas, Buenas Prácticas de Manufactura) y su certificación.

Que de acuerdo al numeral 3 del artículo 30 del Decreto 4765 de 2008 corresponde al ICA establecer mecanismos para la certificación de Buenas Prácticas Agrícolas y proponer el desarrollo de incentivos al productor de su implementación.

Que el ICA mediante Resolución 20009 de 2016 reglamentó la certificación Buenas Prácticas Agrícolas en la producción primaria de frutas y vegetales para consumo en fresco.

Siendo estos objetos importantes en el desarrollo del producto, merengón, el cual en gran proporción en su elaboración involucra productos agrícolas (frutas). Seguido de esto también se involucra la siguiente ley.

2.4.2 Ley No. 1988 2 agosto de 2019.

"Por la cual se establecen los lineamientos para la formulación, implementación y evaluación de una política pública de los vendedores informales y se dictan otras disposiciones".

Según el Congreso de Colombia (2019) definen y clasifican a los vendedores ambulantes de la siguiente manera:

2.4.2.1 Vendedores Informales Ambulantes.

Los que realizan su labor, presentan diversas expresiones artísticas o prestan sus servicios recorriendo las vías y demás espacios de uso público, sin estacionarse temporal o permanentemente en un lugar específico, utilizando sus capacidades, un elemento móvil portátil o su propio cuerpo para transportar las mercancías.

2.4.2.2 Vendedores Informales Semiestacionarios.

Los que realizan su labor recorriendo las vías y demás espacios de uso público, estacionados de manera transitoria en un lugar, con la facilidad de poder desplazarse a otro sitio distinto en un mismo día, utilizando elementos, tales como carretas, carretillas, tapetes, telas, maletas, cajones rodantes o plásticos para transportar las mercancías.

2.4.2.3 Vendedores Informales Estacionarios.

Son las personas que para ofrecer sus bienes o servicios se establecen de manera permanente en un lugar determinado del espacio público, previamente definido por la respectiva autoridad municipal o distrital, mediante la utilización de kioscos, toldos, vitrinas, casetas o elementos similares.

2.4.2.4 Vendedores informales periódicos.

Realizan sus actividades en días específicos de la semana o del mes, o en determinadas horas del día en jornadas que pueden llegar a ser inferiores a las ocho horas.

2.4.2.5 Vendedores informales ocasionales o de temporada.

Realizan sus actividades en temporadas o períodos específicos del año, ligados a festividades, o eventos conmemorativos, especiales o temporadas escolares o de fin de año.

2.4.2.6 Temporalidad.

La expresión temporal para efectos de la presente ley se refiere al término de implementación de las políticas de reubicación o formalización a iniciativa de los entes responsables, bajo ninguna circunstancia se podrá interpretar la expresión temporal como un plazo perentorio impuesto por la administración a los vendedores informales.

3. Metodología

En el capítulo a continuación se trata todo lo que concierne al desarrollo y realización del proyecto investigativo, entre ellos se menciona las fases que fueron utilizadas para el trabajo en sí, de igual manera los instrumentos apropiados de recolección de información, los ajustes realizados por el docente supervisor, la población a tratar, el análisis de datos, entre otros.

3.1 Enfoque y método de la investigación

Monje (2011) aclara que:

La investigación cualitativa, plantea, por un lado, que observadores competentes y cualificados pueden informar con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias observaciones del mundo social, así como de las experiencias de los demás. Por otro, los investigadores se aproximan a un sujeto real, un individuo real, que está presente en el mundo y que puede, en cierta medida, ofrecernos información sobre sus propias experiencias, opiniones, valores, etc. (p.32)

Nuestro proyecto es cualitativo subjetivo porque se basa en explorar, comprender y estudiar los factores que influyeron en el comportamiento de la sociedad y las razones que determinaron la conducta despectiva hacia el merengón. Con la finalidad de ofrecer un producto el cual busque salvaguardar el merengón y unas frutas representativas de cada región y generar identidad a su misma vez.

Hernández Sampieri (2014) explica que:

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (p.91)

Con base a la definición anterior se utiliza este método porque al momento no hay estudios de investigación enfocados hacia el merengón, de la forma que se trató.

Al mismo tiempo Hernández Sampieri (2014) explica que:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (p.92)

También tiene método descriptivo porque se precisa esa información recolectada para llevarla a la práctica y a la creación del producto (merengón).

3.2 Fases de la realización

Las fases del proyecto corresponden a las siguientes actividades:



Figura 2. Fases de la realización

3.2.1 Descripción del problema.

Generar nuevamente el hábito de compartir en familia y salvaguardar la tradición con el método de desarrollo del merengón.

3.2.2 Creación de objetivos.

Diseñar un plan para disfrutar de un delicioso postre típico, merengón, al mismo tiempo en que se conocen los diferentes cultivos que son fuerte en Santander, para así satisfacer las nuevas tendencias gastronómicas de la ciudad de Bucaramanga.

3.2.3 Delimitaciones y limitaciones.

Análisis de variables que afectan el desarrollo del proyecto debido a diversos factores ajenos a los investigadores y segmentación de las zonas a investigar.

3.2.4 Búsqueda de antecedentes.

Investigación basada en antecedentes internacionales, nacionales y regionales con respecto al producto del merengón.

3.2.5 Elaboración marco teórico.

Relación y enlace de términos para facilitar el entendimiento de éstos.

3.2.6 Desarrollo metodología.

Definición de la población a tratar, explicación del enfoque y método que cumple el proyecto.

3.2.7 Análisis de datos.

Descomponer las encuestas y entrevistas realizadas con el fin de dar a conocer detalladamente los conocimientos de los encuestados.

3.2.8 Resultados.

Creación de la oferta basada en el desarrollo del proyecto de investigación, el merengón.

3.3 Descripción de la población objeto

Dentro de nuestro estudio, la población a abordar son los vendedores ambulantes, el sector campesino, chefs reposteros y consumidores. A continuación, presentamos un análisis sobre el campo de acción de cada uno de estos.

3.3.1 Vendedores ambulantes.

Los lugares comunes de localización de vendedores ambulantes dentro del área metropolitana de Bucaramanga se encuentran ubicados en las siguientes zonas:

3.3.2 Parque de las cigarras.

Es un punto estratégico para la venta de merengón porque cuenta con un alto tráfico de estudiantes, diversos estratos, zonas residenciales, deportiva y de comercio, también todo esto desarrolla un flujo de clientes potenciales.

3.3.3 Parque la Pera.

Éste es un buen punto para la comercialización de merengón porque es una zona altamente transitada por personas que se dirigen al parque, la iglesia, el centro comercial o a hacer deporte en las canchas y son altamente reconocidos en todo Cañaveral por ser una opción diferente.

3.3.4 Cementerio la Colina.

Es un sector de alto estrato en el que hay gran tráfico de grupos familiares por estar ubicado cerca de una zona residencial, una iglesia y se añade también la población

universitaria de la UDES (Universidad de Santander), es un punto concurrido durante todos los días de la semana ya que en días como sábado y domingo también se encuentra flujo de personas como las que van al cementerio o la iglesia.

Todos los puntos de comercialización de merengón expuestos anteriormente tienen un público diverso en edades, estratos, y sector social lo que amplía el mercado al que va dirigido.

3.3.5 Productores de insumos básicos.

Es importante contar con un grupo de proveedores de alta calidad los cuales brindan un amplio portafolio de productos básicos para la producción de este proyecto, sin dejar de lado unos costos de producción accesibles.

3.3.6 Chef.

Nos vamos a asesorar por un chef específicamente desarrollado en el sector culinario de la pastelería y panadería para guiarnos, desarrollar técnicas y diferentes métodos de preparación del merengón y las distintas salsas.

3.3.7 Consumidores.

Basado en un producto de dulce agrado para todo tipo de población, nuestros consumidores no tienen restricciones de edad ni género, lo cual estratégicamente desarrollara un grandioso margen de consumo brindándoles a estos un excelente producto que les recuerde de dónde vienen, su infancia o algún momento único.

3.4 Instrumentos de recolección de información.

Para una adecuada recolección de datos se hará uso de la entrevista ya que facilita la veracidad y acercamiento hacia la población de estudio. Para ello se procede a citar la definición de Martínez (2012) como:

La entrevista es otra forma de aproximarse al análisis de la realidad social; consiste en obtener información mediante una conversación profesional entre personas con el propósito de ayudar en una investigación determinada o en el diagnóstico y tratamiento de un problema social.

Buscando así que se entable una conversación fluida para hacer sentir en comodidad y tranquilidad a los entrevistados para poder obtener gran veracidad de la información recolectada.

Se anexan las siguientes preguntas por grupos que se utilizarán (Anexo#1).

3.5 Validación de instrumentos de recolección.

Para el proceso de validación y verificación de los instrumentos de recolección de información planteados, se contó con la opinión del chef argentino y docente de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Víctor Ezequiel Mendoza, quien planteó las siguientes sugerencias con respecto a la entrevista:

- A los vendedores ambulantes, se sugirió añadir la siguiente pregunta: ¿Cumplen con adecuadas BPM a la hora de preparar o distribuir el merengón? La cual tiene como finalidad instruir a los vendedores ambulantes, quienes no conozcan estas prácticas, sobre el beneficio de las BPM.

- A los campesinos, se sugirió añadir la siguiente pregunta: ¿El gobierno ha ofrecido ayudas para el transporte de producto hacia mercados locales? La cual tiene como finalidad saber acerca de los apoyos e incentivos que el gobierno realiza, para evitar la tercerización de productos y cortar la cadena de sobre costo, la cual no beneficia al campesino.
- Por último, el chef sugiere un lenguaje amable y que permita establecer una buena relación entre el entrevistador y los campesinos, para que así, la veracidad de la información sea la esperada.

Todas las observaciones y correcciones propuestas por el chef fueron tomadas en cuenta con el fin de dar mejoría a los instrumentos de recolección de información y del mismo modo mejorar el proceso de aplicación de estos.

3.6 Procedimiento en la aplicación de instrumentos.

Para una adecuada aplicación de los instrumentos de recolección de datos, se hizo una división por grupos poblacionales, quienes abarcan la investigación: vendedor ambulante, campesino y chef. Aclarando que solamente a nivel de los campesinos, tres por cada municipio, se realizó la encuesta a nueve en total. Para los vendedores ambulantes se entrevistó a los que se ubican en: parque la Pera, cementerio las Colinas y parque las Cigarras. Lo cual permitió un mejor enfoque a la hora de realizar las preguntas de la entrevista para cada grupo.

Por medio de recolección de audio, se realizó y tomó nota de las respuestas de los entrevistados, para poder obtener la mayor cantidad de información, la cual se transcribió y se adjuntó a documentos de Word, con el consentimiento informado correspondiente.

3.7 Análisis de datos.

En la tabla a continuación se muestra la organización de las categorías y subcategorías, las cuales tienen como base: la pregunta problema, objetivo general y los objetivos específicos. Del mismo modo facilitó el análisis secuencial correspondiente a la recolección de información.

<i>Título</i>	<i>Pregunta problema</i>	<i>Objetivo general</i>	<i>Objetivo específico</i>	<i>Categorías</i>	<i>Subcategorías</i>
PROPUESTA PARA CREAR OFERTA BASADA EN LA UNIFICACIÓN DE SABORES TRADICIONALES DE PRODUCTOS CULTIVADOS EN MUNICIPIOS DE SANTANDER A PARTIR DEL MERENGÓN.	¿De qué forma se puede generar identidad unificando técnicas de preparación y productos agrícolas de Santander representados en el merengón?	Realizar una unificación alternativa para la elaboración del merengón basada en los sabores tradicionales de productos cultivados en Santander creando una identidad para diferentes municipios.	Identificar las frutas que se consumen y cultivan en mayor proporción en los diferentes municipios de Santander.	Innovación gastronómica	Frutas de Santander
					Cafeto
					Piña
			Elaborar una línea de merengones empleando las diferentes frutas cultivadas en los municipios que generen una identidad del producto relacionado con el lugar.	Repostería	Merengón
			Dar a conocer y promocionar la nueva fusión del merengón que resalte las características más típicas, generando identidad, de los municipios de Santander.	Técnicas de repostería	Caramelizar Cocer a baño María Glasear Macerar Moldear Punto de nieve Reducir

Tabla 1. Tabla de categorías y subcategorías

3.8 Aspectos éticos.

Después de la validación de los instrumentos de recolección de datos y con la claridad de las zonas donde se realizó la selección de la población a estudio, se procedió a la visita para la posterior entrevista a los vendedores ambulantes de merengón, los campesinos de los municipios de Floridablanca, Lebrija y Los Santos y los chefs y pasteleros que pudieran brindar la mayor cantidad de información verídica para el proyecto. En cada interacción que se tuvo con la población de estudio se mencionó y se enfatizó las razones por las cuales fueron seleccionados para realizar las entrevistas.

Agregado a esto, también se indicó que, la entrevista a realizar era únicamente con el objetivo de poder recolectar información para fines académicos y que por ningún motivo será divulgada. Para esto se hizo la recolección de un consentimiento informado con el nombre de la persona entrevistada, debido a la pandemia no fue posible recolectar la firma, (Anexo #2) donde se aclaraba lo dicho anteriormente.

4. Resultados

En el capítulo a continuación se presenta la información recolectada que se obtuvo mediante las entrevistas realizadas. Del mismo modo, se realizó un análisis enfocado en la población, categorías y subcategorías.

4.1 Resultados por población.

Se toma como objeto de estudio a 19 personas, entre ellos a 3 vendedores ambulantes, a 9 campesinos, 3 por cada municipio y 7 chefs y pasteleros para el correspondiente análisis de las entrevistas.

4.1.1 Vendedores ambulantes.

El oficio de vendedor ambulante siempre ha estado estigmatizado en nuestra sociedad, pero el empleo informal genera un gran aporte a la economía del país, es tanto así que podemos encontrar diversa variedad de productos ofrecidos en las calles de los municipios de Santander, uno de ellos y que se ha vuelto característico es el merengón.

Los vendedores ambulantes de merengón durante muchos años tuvieron un gran auge en la cultura santandereana, era tanto así, que el encontrar ese distinguido Renault 4 que vendía el producto, era muy común. Pero hoy en día solo se encuentran en ciertos lugares específicos y fijos los vendedores ambulantes de merengón, por ejemplo, los encontramos en el Parque de las Cigarras, el Parque la Pera y por la vía hacia el Cementerio las Colinas.

Los tres vendedores ambulantes entrevistados llevan por lo menos 10 años ofreciendo este producto, algo que es admirable, pues los hace unos expertos en este emblemático postre. El merengón puede ser preparado ya bien sea por ellos mismos o por su jefe. El cual mantiene la forma tradicional de prepararlo y el mismo uso de las frutas, guanábana y fresa, lo que representa y demuestra el gusto de los consumidores por productos clásicos y típicos. Además, a pesar de la alta competencia no se quedan atrás y salen adelante buscando

diferentes lugares para ofrecer su producto, en los cuales ya poseen una cantidad considerable de experiencia lo que nos brindó una información de calidad. También cabe resaltar que todos los entrevistados necesitan una capacitación o por lo menos una clase de las BPM para garantizar la calidad y excelencia de este producto.

4.1.2 Campesinos.

La agricultura siempre ha sido el motor y base del sustento diario para las personas, pero muchas veces no se ve reflejada y valorada como tal. Dando como resultado una difícil situación para los campesinos, quienes muchas veces se ven en la obligación de vender sus productos a un bajo precio y otras veces pierden las cosechas.

Entrando en el orden de los resultados, los campesinos afirman que la mejor época para sus cultivos es el invierno y temporadas de lluvia, pues esto les facilita el regado a los suelos y acelera la producción y maduración de las frutas. También el costo de producción disminuye porque no se ven en la obligación de comprar agua para el riego, caso tal como en el municipio de Los Santos donde no se cuenta con acueducto, sin embargo, cabe resaltar que a la mayoría solo les importa realizar su cultivo y no extenderse a las industrias, otros toman la producción para consumo propio o de familiares. No obstante, se evidencia que ningún campesino realizó estudios de suelo con relación al pH, ya que en varios casos la tierra ha pasado de generación en generación y el producto cultivado ha variado muy poco, puesto que esto le va a facilitar la producción de dichas frutas cultivadas y la maximización de sus cultivos. Por otro lado, el gobierno no ha brindado apoyo con respecto a la no tercerización de los productos.

De igual manera se evidenció que en el municipio de Lebrija la fruta representativa por parte de los campesinos sigue siendo la piña, pero en los últimos años los cítricos, como la naranja, la mandarina y el limón, están tomando gran importancia en los cultivos.

Con relación al municipio de los Santos, se tenía como conocimiento previo que el café era la fruta representativa del municipio, pero para los campesinos esa fruta no representa el municipio, ya que, hay una gran variedad de cultivo en el municipio, desde cítricos, aguacate y plátano.

Por último, en el municipio de Floridablanca, las frutas predominantes han sido los cítricos como, mandarina, naranja y limón ya que el clima caliente favorece a la cosecha de estos mismos.

4.1.3 Chefs.

El arte de la repostería y la pastelería cada día toma más valor en Bucaramanga y su área metropolitana, es tanto así que es muy frecuente encontrar gran variedad de nuevos emprendimientos, locales comerciales y productos enfocados exclusivamente en los postres o preparaciones dulces.

Algunos chefs y pasteleros buscan innovar el producto del merengón para hacerlo visual y estéticamente más atractivo y así captar la atención de los consumidores para lograr llegar al público, aunque uno que otro decide realizarlo de la forma clásica como se consigue en las calles de Bucaramanga, por respeto al postre. En cuanto al método de preparación de este exquisito postre, la mayoría de ellos lo prepara con las técnicas habituales, preparación del merengue a baño María, uso de manga para darle forma al merengón, horneado del merengue, entre otros. Con respecto a las frutas que para ellos representan y son más cultivadas en el municipio de Floridablanca son la mora y los cítricos actualmente.

4.2 Resultados por subcategorías.

4.2.1 Frutas de Santander.

Podemos observar que, para los municipios en estudio, Floridablanca, Lebrija y Los Santos, las frutas tienen una gran importancia en el mercado, tanto así que hay una gran variedad cultivada, como lo son la piña, el aguacate, el café, la guayaba, la naranja, la mandarina, la guanábana, el plátano, el limón y la mora. No obstante, el consumo de productos representa a Santander como un departamento con gran influencia en el sector agrícola.



Fotografía 1. Canastilla de naranjas

4.2.1.1 Cafeto.



Fotografía 2. Cosecha de aguacates

El cultivo de café ha tomado gran renombre en el municipio de Los Santos, especialmente en el sector de la Mesa de los Santos, es tanto así que en la hacienda El Roble, se tiene sembrado más de 300 hectáreas de cultivo de café, lo que ha llevado a una gran calidad del producto dando como resultado el café Mesa de los Santos.

Aunque por otra parte los campesinos del municipio no se enfocan en la siembra de este producto y gracias al clima frío y cálido del sector permite el cultivo de una amplia variedad de frutas, entre las que se encuentran los cítricos como, naranja, mandarina, limón, piña, aguacate y plátano. Es por esto que los campesinos no reconocen el café como la fruta más cultivada del municipio, puesto que es solo una pequeña porción cultivada a comparación de las extensas siembras de piña, aguacate y cítricos que se pueden ver.

4.2.1.2 Piña.

La piña ha generado una identidad importante en el municipio de Lebrija, es tanto así que se realizan celebraciones en las cuales esta fruta es el centro de atención, un ejemplo como tal es el reinado mundial de la piña, el cual toma lugar en Lebrija.

Esto se puede apreciar gracias a las respuestas y pensamientos de los campesinos cultivadores de piña, quienes dan fe sobre la importancia de esta fruta en el sector. Corroborando así lo que se tenía estipulado en la teoría al definir que la piña es representativa y la más cultivada del municipio.



Fotografía 3. Cultivo de piña



Fotografía 4. Cultivo de piña

4.2.1.3 Mandarina.

La mandarina, al igual que otros cítricos como, la naranja y el limón, se han vuelto unas de las frutas más indispensables en Floridablanca, puesto que han sido las más cultivadas en las zonas rurales del municipio, gracias al clima cálido de la zona que facilita el crecimiento de estas frutas. Es así, que sea muy común que se esté formando una identidad para los florideños, no a tan alto nivel como el que sienten por la oblea.

La facilidad a la hora de cultivar se ve reflejado a la hora de cosecha, siendo la mandarina un cítrico que da fruto de 3 a 4 veces al año, no presenta mayores problemas en su desarrollo y maduración.

4.2.2 Merengón.

El merengón postre típico del departamento de Santander, se ha abierto camino durante muchos años no solo en la región, sino a nivel nacional, es por esto que los colombianos lo han apropiado y le han dado identidad propia, lo que dio como resultado que la gente pasara un rato agradable junto a sus familias alrededor de este postre.

Este delicioso postre, que lleva de nombre Pavlova y de origen australiano, suele ser acompañado de un picadillo de frutas, dependiendo de la región estas pueden variar, salsas, reducciones, mermeladas de frutas, crema de chantillí y uno que otro crocante. Generando así una mezcla de sabores que confluyen en armonía lo que lo hace un postre con gran variedad por el uso de las diversas frutas tropicales de origen colombiano.

Sin embargo, el merengón se ha vuelto tan tradicional que ha ayudado a salir a muchos colombianos de una crisis económica, pues su comercialización ha impactado y llamado mucho la atención en los consumidores.



Fotografía 5. Merengón Parque de las Cigarras



Fotografía 6. Merengón Parque la Pera

4.2.3 Caramelizar.

La técnica de caramelizar se realiza derritiendo el azúcar a fuego medio para llevarlo a un punto de ebullición y que este cambie su color a lo que viene siendo café y liberar sabores volátiles a caramelo.

4.2.4 Cocer a baño María.

Esta técnica llamada “cocido o fundido a baño maría” se utiliza mucho por lo general en la repostería para fundir o derretir una sustancia semilíquida o sólida y llevarla a un punto de ebullición, se realiza mediante dos recipientes, uno con agua hirviendo y el otro encima sin tocar el agua recibiendo el calor del vapor del agua.

4.2.5 Glasear.

El glaseado es una técnica culinaria sumamente utilizada en la repostería que consiste en recubrir alimentos que suelen ser a base de harina de trigo con una sustancia dulce y brillante. Las claras de huevo y el escarchado se usan para glasear y dar una linda presentación al postre.

4.2.6 Macerar.

Esta técnica de maceración por lo general utilizada en la repostería y pastelería se ve cuando picamos un alimento ya sea fruta o proteína y lo fundimos en una salsa para que la materia prima absorba todos los sabores y sea más tierna o blanda a la hora de comerla.

4.2.7 Moldear.

Realizamos la técnica de moldear en la cocina cuando tomamos el alimento y le damos una forma a este con el fin de darle una estética y presentación agradable al alimento.

4.2.8 Punto de nieve.

La técnica de punto de nieve se realiza con las claras de huevo, por lo general estas se baten energéticamente a mano o en batidora durante un tiempo prolongado hasta que toman un color blanco y su textura es esponjosa, suele realizarse esta técnica para la producción de merengues o mousses.

4.2.9 Reducir.

Es una técnica utilizada para preparar salsas espesas o mermeladas, que consiste en disminuir el líquido de una mezcla mediante la evaporación a causa de estar por un tiempo prolongado en temperaturas altas.

4.3 Resultados por categorías.

Se toma como prioridad las categorías establecidas en el marco teórico, innovación gastronómica, repostería y técnicas de repostería.

4.3.1 Innovación gastronómica.

La innovación últimamente ha tenido gran presencia en el ámbito gastronómico, pues el deseo por resaltar y presentar algo diferente e innovador en el mercado, lleva a la creatividad a jugar un papel importante en la mayoría de los chefs y pasteleros entrevistados.

Ellos buscan la innovación en el merengón para darle su toque y enfoque único, ya sea con el uso de salsas, mermeladas, reducciones de frutas, caramelizaciones y distintos acompañamientos para ofrecer algo nuevo o diferente al público; sin embargo, uno que otro se queda con la presentación original por respeto a esta preparación y seguirlo promoviendo de su manera clásica.

4.3.2 Repostería.

Respecto a la repostería los chefs entrevistados nos aclaran que es una grandiosa rama de la gastronomía también muy importante, donde se necesita mucho tiempo, dedicación, lectura y exactitud a la hora de la preparación, siendo una ciencia exacta.

La historia de esta profesión es con base a recetas que se han venido remodelando o actualizando para llegar a la creación de nuevos productos reposteros y que el éxito en esta profesión se da con la práctica y la paciencia.

4.3.3 Técnicas de repostería.

En cuanto a las técnicas presentadas por nuestros chefs y pasteleros entrevistados se puede concluir que estos en la mayor de las ocasiones lo preparan con técnicas clásicas y muy parecidas puesto que la repostería es muy precisa de medidas, también usan implementos como mangas pasteleras, baño maría, espátulas, batidoras y demás materiales que facilitan la preparación de este.

4.4 Propuesta merengón.

El merengón que vamos a ofrecer a la población va a ser estéticamente presentado de una manera innovadora, donde usaremos distintas técnicas culinarias y pasteleras para realizar las salsas.

El merengue se realizará en un molde circular donde tomaremos una manga pastelera llena de nuestra preparación de merengue y lo pondremos en forma esférica alrededor del molde, así cuando éste ya esté preparado tomará la forma esférica del molde y nos permitirá llenarlo de nuestras frutas con su salsa.

Esta presentación la elegimos puesto que resalta estéticamente el postre y más innovadora para cualquier persona que lo desee probar, generando una curiosidad en los

distintos sabores cítricos, dulces y semi amargos de nuestras salsas, mermeladas y reducciones.

4.4.1 Merengón Lebrija.

La gran influencia que tiene la piña en el municipio de Lebrija, influyó en la realización y presentación del merengón. Partiendo desde una esfera de merengue, realizada con claras de huevo, azúcar, esencia de vainilla y zumo de piña, lo que le otorgó un característico color caramelo, lo que refleja el proceso de maduración de la piña.

Seguido después se realizó una reducción de zumo de piña y una mermelada de piña, que representa el fruto de la piña al momento de abrir. El interior también se acompaña de una crema de chantillí clásica y unos arándanos.

Para finalizar se realizó un crocante de merengue con zumo de limón el cual representa la corona de la piña durante su crecimiento. Y por ultimo se agregó un semifrío de café, el cual representa los campos y tierras que se utilizan para cultivar esta fruta.



Fotografía 7. Merengón Lebrija



Fotografía 8. Merengón Lebrija

4.4.2 Merengón Los Santos.

La gran riqueza mineral del terreno en el municipio de Los Santos permite que gran variedad de frutas sean cultivadas y puedan dar fruto, entre ellas se encuentra el cafeto, la piña, el aguacate, las moras, el plátano, la mandarina, la naranja, el limón, entre otros.

Lo que nos llevó a crear una propuesta que pudiese abarcar gran cantidad de estas frutas sin perder su esencia, es por eso que aquí se procedió a realizar un merengue con claras de huevo, tinto y esencia de vainilla, que aporten ese toque crocante y amargo a la preparación. A su vez las medias esferas representan los granos de café cuando se encuentran al sol en su proceso de secado. También se hizo uso de unas hojas verdes de merengue crocante, el cual asemeja la hoja del cafeto.

Para no dejar a un lado la piña, que últimamente esta siendo cultivada en el municipio, se realizó un chutney de piña, mermelada dulce y picante, el cual se acompañó de un chantillí clásico con un arándano.

En la decoración del plato se utilizó una reducción de naranja que aporte cierto sabor semiamargo el cual se complementa con la crema de café y vainilla, donde dulce y amargo se juntan.



Fotografía 9. Merengón Los Santos



Fotografía 10. Merengón Los Santos

4.4.3 Merengón Floridablanca.

Los cítricos han estado presentes en las tierras del municipio, gracias al clima cálido estas frutas pueden llegar a desarrollarse con gran facilidad.

Es por esto que el enfoque principal de este merengón es la mandarina, la cual se refleja de diversas formas. La primera se puede observar con la representación que se hace a la cascara de la mandarina que al pelarse muestra su fruto, con un merengue a base de claras de huevo, zumo de mandarina, azúcar y un papel parafinado que le diera forma cóncava.

Seguidamente se realizó una maceración con la mandarina y el azúcar para que aportara dulzura, la cual se ve contrarrestada con el crocante de merengue y zumo de limón. En este caso se utilizó un sirope de maracuyá que aporte cierta acidez al plato, generando un equilibrio con la reducción de cítricos, la cual obtuvo una consistencia a melao.



Fotografía 11. Merengón Floridablanca



Fotografía 12. Merengón Floridablanca

5. Conclusiones y recomendaciones

Para darle finalización y cierre a este proyecto de investigación se presenta a continuación las conclusiones, las cuales expresan las ideas por parte de los investigadores después de una compleja recolección de datos, por medio de las entrevistas. No obstante, el punto de vista de los lectores puede no concordar con lo expresado aquí.

De igual manera se procede a realizar unas recomendaciones que resultan pertinentes, para que el trabajo hubiese desarrollado más valor en la temática propuesta.

5.1 Conclusiones

Gracias a la adecuada sectorización, categorización y jerarquización de los municipios a investigar, la población a entrevistar y los temas a tratar, en ese orden respectivamente, se evidenciaron tópicos los cuales no concuerdan y no contrastan la realidad entre la teoría y la práctica. Algo que pudo ser demostrado por medio de la recolección de información, en este caso la entrevista.

Partiendo en un principio que, las frutas que se tenían identificadas como las más cultivadas en los municipios de Lebrija y Floridablanca, la piña y la mandarina, demuestran que la tierra tiene la capacidad de dar cosecha de estas frutas. Y estas frutas mantienen la relación de lo investigado en la teoría con lo recolectado en la práctica.

Caso contrario el que se observa en el municipio de Los Santos, donde se tenía al cafeto como la fruta más cultivada, pero esto se contradice con los datos obtenidos por parte de los campesinos del municipio, quienes afirman que hace mucho tiempo el café dejó de ser cultivado en gran cantidad y únicamente en la Hacienda el Roble se sigue cosechando y produciendo. Por su parte los campesinos del municipio de Los Santos comentaron que la tierra es muy rica para sembrar diversos frutos, lo que se observó en cultivos de cítricos, tales como, la mandarina, la naranja, el limón, otros frutos como el aguacate, la piña, el plátano y

la mora, demuestran una gran variedad y versatilidad del terreno a la hora de cultivar y cosechar.

Seguidamente se observó como el mercado gastronómico enfocado en la pastelería y repostería poco a poco ha tomado gran importancia en el área metropolitana de Bucaramanga, esto se demuestra en las respuestas recibidas por parte de los chefs y pasteleros, quienes mencionan que los emprendimientos, se han hecho un pequeño lugar en el sector. Ya bien sea ofreciendo diversas opciones o trabajando directamente con el merengón, como su producto estrella.

Finalmente se procedió a crear y preparar la nueva fusión del merengón con ciertas técnicas de repostería, para darle un resalte en su presentación y del mismo modo poder representar cada municipio con el uso y aplicación de la piña, la mandarina como ingredientes principales y que resalten el postre.

5.2 Recomendaciones

Como primera recomendación, tener un mayor manejo de la población estudiada, principalmente en el sector de los vendedores ambulantes, para que la triangulación de la información hubiese sido más satisfactoria.

Seguido a esto, se hace énfasis en la dificultad que se tuvo para entrevistar a campesinos de los municipios, puesto que algunos no se mostraban dispuestos a colaborar por miedo al contacto entre entrevistado y entrevistador debido al tema de la pandemia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Corro, G. (2008). *Percepciones y preferencias de estudiantes universitarios de Puebla hacia la comida fusión*. (tesis de pregrado). Universidad de las Américas Puebla, Puebla, México.
- Benavides, L, & Díaz, L. (2015). *Mejoramiento de la cadena de abastecimiento en la empresa merengón El Prado* (tesis de pregrado). Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia.
- Brillat, S. (1852). *Fisiología del gusto*. Recuperado de <http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080046654/1080046654.PDF>
- Colucci, M, & Falcón, A. (2013). *La buena vida por Alberto Soria* (tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Congreso de Colombia. (2019). *Ley No. 1988 2 agosto 2019*. Recuperado de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201988%20DEL%2002%20DE%20AGOSTO%20DE%202019.pdf>
- Department of Trade and Industry. (2019). *Innovate UK*. Recuperado de <https://www.gov.uk/government/organisations/innovate-uk>
- Gobernación de Santander. (2016). *Plan de desarrollo departamental*. Recuperado de <http://www.santander.gov.co/index.php/gobernacion/documentacion/send/687-plan-de-desarrollo-departamental/4275-ordenanza-012-de-2016-pdd-santander-nos-une-2016-2019>
- Heijs, J. y Buesa, M. (2016). *Manual de economía de innovación TOMO I Teoría del cambio tecnológico y sistemas nacionales de innovación*. Recuperado de [https://www.ucm.es/data/cont/docs/588-2016-05-17-AAA%20%20Manual%20EDI%20%20\(Parte%201\)%20Versi%C3%B3n%20Final%20publicada.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/588-2016-05-17-AAA%20%20Manual%20EDI%20%20(Parte%201)%20Versi%C3%B3n%20Final%20publicada.pdf)
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación, sexta edición*. México D.F., México: McGraw-Hill
- Instituto Colombiano Agropecuario. (2017). *Resolución No. 30021 28 abril 2017*. Recuperado de <https://www.ica.gov.co/getattachment/9d8fe0fa-66d2-4feb-9513-cbba30dc4844/2017R30021.aspx>
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. (2011). *Guías alimentarias basadas en alimentos para la población colombiana mayor de 2 años*. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SN/A/guias-alimentarias-basadas-en-alimentos.pdf>

- Instituto de Educación Superior Tecnológico Público, CEFOP. (s.f.). *Manual de repostería, pastelería, panadería y bollería*. Recuperado de https://www.academia.edu/30880121/MANUAL_DE_REPOSTERIA_PASTERIA_PANADERIA_Y_BOLLERIA?auto=download
- Loaiza, A, & Herrán, L, & Borrero, N. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de merengones dietéticos en la comuna 19 de la ciudad de Cali* (tesis de pregrado). Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Santiago de Cali, Colombia.
- Martínez, H. (2012). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: Cengage Learning Editores.
- Meléndez, J. y Cañez, G. (2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 182-204. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/417/41712087008.pdf>
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa, guía didáctica*. Recuperado de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Montes, L, & Burgos, R. (2015). *Investigación de mercados para la introducción de un nuevo producto de gelatina a base de flor de caléndula en Bucaramanga (Santander)* (tesis de pregrado). Universidad Santo Tomás, Bucaramanga, Colombia.
- Ortiz, L. (2009). *La fusión de tendencias culinarias. Cuatro libros de cocina Novohispanos en l segunda mitad del siglo XVIII* (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Palacios-González, S. (2017). *Breve historia de los alimentos y la cocina*. Recuperado de <https://ebookcentral-proquest-com.aure.unab.edu.co/lib/unabsp/detail.action?docID=4870227&query=larousse%2Bgastronomique>
- Plasencia, P. (2011). *Gastronomía precolombina*. Recuperado de <https://public-digitaliapublishing-com.aure.unab.edu.co/visor/41753#>
- Quer, P. (2000). *Diccionario de botánica*. Recuperado de <http://web.archive.org/web/20110923082757/jolube.wordpress.com/2010/05/12/diccionario-botanica-font-quer-en-pdf/>
- Rodríguez, M. (2013). *Estudio de la chirimoya y propuesta de repostería de autor*. (tesis de pregrado). Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Ecuador.

Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Recuperado de:

<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

Thompson, I. (diciembre de 2005). Conozca a profundidad cuál es la definición de producto. Recuperado de

https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/11/Definicion_de_Producto.pdf

Vides, P. (2018). *Diseño de una máquina moldeadora para la fabricación de panelitas de leche en la microempresa dulces olivares en Ocaña Norte de Santander* (tesis de pregrado). Universidad Francisco de Paula Santander, Ocaña, Colombia.

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista

Vendedores ambulantes:

- ¿Cuánto tiempo lleva trabajando como vendedor ambulante de merengón?
- ¿Cómo se organiza o quién decide el lugar en el que se radican, para comercializar merengón?
- ¿Le exigen un tope mínimo de venta del producto?
- ¿Ustedes preparan el merengón o solo lo distribuyen?
- ¿Cumplen con adecuadas BPM a la hora de preparar o distribuir el merengón?

Campesinos:

- ¿Cuántas veces al año o cada cuánto es la cosecha de las frutas?
- ¿Dónde venden las frutas, directamente en la plaza de mercado municipal o las envían a ciudades más pobladas?
- ¿El gobierno ha ofrecido ayudas para el transporte de producto hacia mercados locales?
- ¿Qué precio manejan aproximadamente en la venta de frutas, aumentan o disminuyen según la época del año?
- ¿Cuál es la época del año donde hay mayor producción?
- ¿Cuál es el sistema de siembra que utilizan para producir esta fruta?
- ¿De dónde proviene el agua con el cual riega el cultivo?
- ¿Está certificado con buenas prácticas agrícolas su cultivo?
- ¿Ha realizado usted estudios científicos con corporaciones que le ayuden a medir el pH del suelo?

¿Usted como agricultor ha pensado en la transformación de su cultivo o simplemente lo distribuye a las industrias?

¿Qué productos alimenticios conoce usted que se han desarrollado usando como materia prima su cultivo?

Chef:

¿Alguna vez ha trabajado con el merengón?

¿Lo realiza de la forma clásica o busca innovación a la hora de presentarlo?

¿Qué opina de la fusión gastronómica con frutas típicas de la región, en diversos postres?

De la misma forma se hará uso de las siguientes preguntas. Las cuales van dirigidas a los tres grupos poblacionales: campesinos, vendedores ambulantes y chefs.

¿Cuál es la fruta más conocida del municipio?

¿Cuál es la fruta más cultivada del municipio?

¿Cuál fruta para usted representa el municipio?

Anexo 2. Consentimiento informado

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES HUMANIDADES Y ARTES
PROGRAMA DE GASTRONOMÍA Y ALTA COCINA**

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES EN INVESTIGACIÓN

PROYECTO DE GRADO

PROPUESTA PARA CREAR OFERTA BASADA EN LA UNIFICACIÓN DE SABORES TRADICIONALES DE PRODUCTOS CULTIVADOS EN MUNICIPIOS DE SANTANDER A PARTIR DEL MERENGÓN.

El presente documento tiene como fin dar a conocer el propósito de esta investigación y solicitar su participación en dicho estudio, si usted así lo desea.

Se informa que la participación es absolutamente voluntaria e implica unos minutos de su tiempo para responder a unas preguntas que el estudiante investigador realice de manera oral o escrita, la conversación se grabará de manera que el estudiante pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado con el único fin de alimentar el estudio realizado con información relevante, esta información será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas. De tener inquietudes sobre su participación, puede contactar al teléfono 6436111 ext 319 Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Una copia de este documento le será entregada y una vez finalizado el estudio puede solicitar información sobre los resultados al teléfono mencionado anteriormente, sin que esto amerite ningún tipo de beneficio.

Acepto la participación en el proyecto de grado propuesta para crear oferta basada en la unificación de sabores tradicionales de productos cultivados en municipios de Santander a partir del merengón.

Cuyo propósito es Realizar una unificación alternativa para la elaboración del merengón basada en los sabores tradicionales de productos cultivados en Santander creando una identidad para diferentes municipios.

Nombre del Participante
(en letras de imprenta)

Firma del Participante

Fecha