



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES HUMANIDADES Y ARTES

PROFESIONAL EN GASTRONOMIA Y ALTA COCINA

**Ruta gastronómica de restaurantes de carretera ubicados en la vía Bucaramanga –
Socorro.**

Presentado por:

Jaider A. Bello Simanca

Jean Franco Dueñas

Daniel Santiago Ayala

Presentado a:

Margareth Julyana Holguín Mariño

Bucaramanga, Colombia 2020

RESUMEN

El presente proyecto tiene como fin la promoción de los restaurantes de carretera ubicados en la vía que conecta la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro mediante la creación de una guía gastronómica. Para esta labor, fue necesaria una extensa investigación, tanto de documentos nacionales como internacionales. Se encontró que el tema de los restaurantes de carretera no había sido objeto de estudio de los investigadores, salvo por Julián Estrada Ochoa, quien en un artículo de la revista “cocina semana” hace referencia sobre como estos establecimientos deberían tener más importancia entre las guías gastronómicas y turísticas del país.

Para que una guía gastronómica de este calibre sea posible, fue necesario analizar los diferentes aspectos que encierran la cultura y gastronomía de Santander. Por lo tanto, se realizaron varias salidas de campo, con el motivo de aprender y diferenciar los restaurantes de los paraderos. A su vez, la investigación hizo posible disminuir el número de candidatos en la guía gastronómica; teniendo en cuenta qué tan tradicionales eran los restaurantes. Dicho esto, la ruta fue dividida en tres diferentes tramos, los cuales ayudarían a diferenciar y facilitar el reconocimiento de los establecimientos gastronómicos.

En definitiva, el uso de los recursos que nos brindaron los dueños de los restaurantes, sumado a la ardua investigación y trabajo, hicieron posibles la creación de una guía gastronómica que beneficie y promueva los establecimientos gastronómicos que tenemos en las vías de nuestro país. A su vez, incitar a los turistas que en vez de comprar “mecato” antes de viajar, se den el gusto de probar lo que la cultura y hospitalidad santandereana tiene para ofrecer.

ABSTRACT

The present project has as end the promotion of the road restaurants located in the track that connects Bucaramanga city with Socorro town through the creation of a gastronomic guide. For this task, was necessary an extensive investigation, both national and international documents. It was found that the road restaurants subject hasn't been touched a lot for the investigators, except for Julian Estrada Ochoa, who in an article of the "cocina semana" magazine make reference about how this establishments should have more importance between gastronomic and touristic routes of the country.

For a gastronomic route of this caliber can be possible, was necessary to analyze the different aspects that enclose the Santander's culture and gastronomy. Therefore, several field trips were made, with the reason of learning and difference the restaurants of the whereabouts. In turn, the research made it possible to decrease the numbers of candidates in the gastronomic guide; considering how much traditional the restaurants were. Said that, the route was divided in three different sections, which would help to differentiate and facilitate the recognition of the gastronomic establishments.

Definetely, the use of the resources that the restaurants owners gave us, added to the ardued research and work, made it possible the creation of a gastronomic route that benefits and promote the gastronomic establishments we have in our country roads. At the same time, incite tourist that instead of buy "mecato" before travel, give themselves the pleasure of trying what of the santandereana culture and hospitality has to offer.

Tabla de contenido

1. Planteamiento del problema	13
1.1. Descripción del problema.....	13
1.1. Objetivos	17
1.2. Justificación.....	17
1.3. Delimitación y Limitación	20
2. Marco contextual	21
2.1. Marco de antecedentes	21
2.1.1.1. Antecedentes internacionales.....	22
2.1.2. Antecedentes regionales.....	26
2.1.3. Antecedentes nacionales.....	27
2.2. Marco teórico	30
2.2.1. Gastronomía.....	1
2.2.2. Tradición.....	8
2.2.3. Identidad cultural.....	11
2.2.4. Cultura	13
2.2.5. Patrimonio.....	14
2.2.6. Turismo.....	16
2.2.7. Platos emblema	25
2.2.8. Restaurante.....	26

2.2.9. Ruta gastronómica.....	29
2.3. Marco conceptual.....	32
2.4. Marco Legal.....	35
2.4.1. Guía técnica sectorial GTS- USNA 009	35
2.4.2. Decreto 3075 de 1997	36
2.4.3. Norma técnica sectorial colombiana NTS-USN 006	36
3. Metodología	38
3.1. Enfoque y método de investigación.	38
3.2. Descripción de la población objeto.....	39
3.3. Fases.	40
3.4. Instrumentos de recolección de información.....	41
3.5. Validación de instrumentos.....	42
3.6. Procedimiento de aplicación de instrumento.	43
3.7. Análisis de datos.....	44
3.8. Aspectos éticos.....	46
4. Resultados.....	47
4.1. Resultados por población	47
4.1.1. Dueños y/o administradores de restaurantes	47
4.2. Resultados por subcategorías	48
4.2.1. Cocina tradicional.....	48

4.2.2. Cocina colombiana.....	48
4.2.3. Identidad cultural.....	49
4.2.4. Cultura.....	49
4.2.5. Patrimonio	49
4.2.6. Turismo gastronómico.....	50
4.2.7. Turismo rural.....	50
4.2.8. Turismo cultural	51
4.2.9. Turismo en Santander	51
4.2.10. Restaurante de carretera.....	52
4.2.11. Aratoca.....	52
4.2.12. San Gil.....	52
4.2.13. Socorro	53
4.3. Resultados por categorías.	54
4.3.1. Gastronomía	54
4.3.2. Tradición.....	55
4.3.3. Turismo.....	56
4.3.4. Restaurante.....	56
4.3.5. Platos emblema	59
4.3.6. Ruta gastronómica.....	60
5. Conclusiones y recomendaciones.....	62

5.1. Conclusiones	62
5.2. Recomendaciones	63
Anexos	72

Lista de figuras

Figura 1 Mapa conceptual del marco teórico.....	1
Figura 2 Fases de realización.....	40

Lista de tablas

Tabla 1. Tabla de categorías y subcategorías	45
--	----

Anexos

Anexo 1. Entrevista.....	72
Anexo 2. Rejilla de observación de restaurantes de carretera	72
Anexo 3. Consentimiento informado.....	74

Ilustraciones

Fotografía 1 Arepas de choclo tradicionales, restaurante Choclo	54
Fotografía 2 Picada con chorizos y rellena de cabro, restaurante Rincón del Chicamocha .	55
Fotografía 3 Caldo tradicional de papa y huevo, restaurante BWEY.....	55
Fotografía 4 Cañón de Chicamocha.....	56
Fotografía 5 Restaurante Chiflas	56
Fotografía 6 Restaurante la Alemana.....	57
Fotografía 7 Restaurante BWEY	58
Fotografía 8 Restaurante Rincón del Chicamocha	58
Fotografía 9 Restaurante Choclo	58

Introducción

El presente trabajo de investigación desarrollado por estudiantes del programa de Gastronomía y alta cocina de la Universidad Autónoma de Bucaramanga tiene como finalidad realizar un análisis exhaustivo de los restaurantes de carretera ubicados en la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro, Santander, con el fin de resaltar este tipo de establecimientos gastronómicos que con el tiempo y el auge de importantes restaurantes dentro de la ciudad están quedando en el olvido colectivo.

Con el fin de dar bases teóricas y sustento al proyecto dentro del marco contextual se incluyeron investigaciones previas que se relacionan de forma o indirecta con el tema investigado. Además, la inclusión de autores y expertos dentro del desarrollo del marco teórico posibilita el entendimiento y comprensión del proyecto de investigación. Conjuntamente, también fue necesaria la inclusión de un marco conceptual donde se definen todas y cada una de las palabras desconocidas o que son importantes para la comprensión del lector.

Por otro lado, un correcto desarrollo de la metodología con un enfoque cualitativo permitió, además del contacto e interacción con nuestra población objeto de estudio, también conocer qué tan fuerte era la relación de las categorías pre-establecidas, conjuntamente también conocer qué otras categorías se podían relacionar con el proyecto de investigación.

1. Planteamiento del problema

A pesar de que los restaurantes de carretera son ejes importantes para la generación de ingresos a familias, pueblos y municipios; no se obtiene información clara sobre dónde estos se pueden encontrar. En la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro, Santander, se puede encontrar un gran número de estos establecimientos, pero no se encuentra un análisis claro de dónde están ubicados, el tipo alimento y servicio que pueden ofrecer. Junto a esta cultura gastronómica que aún se mantiene se genera historias de personas, alrededor de sus locales y de los alimentos que ellos elaboran. Por las razones dadas anteriormente nace este proyecto el cual tiene como objetivo principal presentar la primera guía gastronómica del departamento, cuyo fin es resaltar la importancia de estos restaurantes y paraderos.

1.1. Descripción del problema

La gastronomía con el paso de los años se ha definido como un factor importante para determinar el nivel de competitividad de los destinos turísticos. Busca un tipo de turista específico que se siente identificado con los alimentos y tradiciones del lugar que visita. Es por esto que los restaurantes que ofrecen comida tradicional y regional han tenido una buena acogida por parte de comensales exigentes en un mundo competitivo.

Dichos restaurantes, a su vez buscan el rescate de ingredientes y recetas habituales en el día a día de las personas que viven allí. Un ejemplo sería el restaurante “LEO” en Bogotá de la chef Leonor Espinosa, que mezcla nuevas técnicas de cocina con la materia prima que siempre han acostumbrado a usar.

De acuerdo con lo anterior, entendemos que existen múltiples tipos de turismo tales como el ecológico, cultural, espiritual, gastronómico, entre otros, este último en ciertas ocasiones

está directa o indirectamente relacionado con los otros tipos de turismo que existen a nivel global. Los turistas gastronómicos siempre están en contacto con los lugares que pueden suplir la necesidad por la que han venido: alimentarse o simplemente darse el gusto de probar la comida del lugar que están visitando.

Debido a que existe una necesidad o gusto por suplir surgen establecimientos comerciales de alimentos, esto es conocido como “oferta” y “demanda”. Como sabemos, todas las actividades económicas están ligadas al hecho de adquirir un bien o servicio. A estas necesidades dentro del marco de la economía se le conoce como “**Demanda**”. Mientras que a la existencia de esta da pie a la creación de productos o servicios demandados u “**Oferta**”.

Las personas que viajan se ven en la necesidad de alimentarse o descansar. Por consiguiente, para satisfacer esta demanda de servicios, surgen lo que nosotros llamamos “restaurantes y paraderos de carretera”. Estos establecimientos brindan los alimentos, bebidas e inclusive hospedaje para aquellos viajeros que lo necesiten.

En Colombia, la población va seguido a comer restaurantes y paraderos que están en las zonas de la ciudad. Sin embargo, aquellos restaurantes que están por fuera de las áreas urbanas no son reconocidos. Existen muchos establecimientos de comida en las carreteras del país, pero la gente no sabe los alimentos que allí sirven que, sin lugar a duda, representan una parte importante del patrimonio cultural gastronómico tanto para el país, como para la región en la que se encuentran ubicados.

En el departamento de Santander, los restaurantes y paraderos pueden ser encontrados tanto en carreteras principales, como en las secundarias. A pesar de esto, y de contar con variedad de productos como: panes, quesos, yogures y arepas, pocas veces son reconocidos

por su trascendencia en la historia del lugar que los produce. Un ejemplo sería el del restaurante “Chiflas” el cual tiene una historia amplia y a su vez se conoce como un punto de referencia importante para los viajeros ya que se encuentra al inicio de la vía popularmente conocida como “pescadero”

Este restaurante está ubicado en la vía que conecta la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro. Este municipio, junto con San Gil, son una fuente importante de ingresos para el país gracias a la actividad turística que se desarrolla dentro del municipio. También, cabe resaltar que para llegar al pueblo se necesita realizar un viaje de tres horas aproximadamente, lo que hace indispensable tener el conocimiento de los lugares donde se puede llegar a comer.

Sin embargo, el conocimiento que se tiene sobre los restaurantes que allí se encuentran solo publicitados por el “voz a voz”, lo que hace que no todo el mundo pueda estar al tanto de los servicios que pueden llegar a brindar estos establecimientos. Es por esto que, con la creación de este proyecto, se pretende crear una guía gastronomía de los restaurantes y paraderos más importantes que conectan la vía de Bucaramanga con Socorro.

Cabe señalar que la propuesta de una guía gastronómica con este enfoque no se había planteado en el país. Es decir, este proyecto es el primero en dar una mirada hacia aquellos restaurantes que también son parte importante para la gastronomía del país. De hecho, en los restaurantes de carretera y paraderos se puede observar realmente la comida típica y tradicional de los diferentes pueblos y municipios; esa que no se ha visto influenciada por la globalización y nuevas técnicas de cocina.

Esta guía gastronómica será de fácil comprensión y además abarcará la ubicación exacta de los restaurantes, el menú que ofrece, una breve historia del restaurante y, por último, una calificación teniendo en cuenta factores como: el sabor de la comida, decoración e importancia para el lugar donde se encuentra. Esto con el fin de resaltar estos restaurantes que no se les dan la importancia que merecen.

Parte fundamental de este proyecto es darle a conocer a los colombianos y santandereanos que los restaurantes de carretera y paraderos también representan parte importante para la gastronomía del país y algunos son promotores del desarrollo turístico de pueblos y municipios. Se hará una identificación de los mejores restaurantes en la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro, teniendo en cuenta el tipo de comida ofrecida por estos, la historia de los más antiguos y calificación personal en base a los conocimientos gastronómicos adquiridos.

En definitiva, es importante formular una pregunta base que complementa el problema planteado y da vida a este proyecto ¿Cómo se puede promocionar los restaurantes y paraderos de carretera ubicados en la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro mediante la creación de una guía gastronómica? Y a partir de la pregunta problema es imprescindible la formulación de subpreguntas a las que se le dará respuesta en el desarrollo del proyecto ¿En qué formato se va a elaborar la guía? O ¿Qué va a tomar en cuenta la guía para la clasificación de los restaurantes? Y ¿Qué criterios se va a tener en cuenta para incluir los restaurantes en la guía? ¿Como se va a promocionar la guía? ¿Qué métodos se utilizarán para recolección de datos? En concreto todas estas preguntas ayudan a que el proyecto de investigación tenga sentido y propósito en cuanto al tema a desarrollar.

1.1.Objetivos

General

- Resaltar los restaurantes de carretera ubicados en la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro mediante la creación de una guía gastronómica.

Específicos

- Describir la gastronomía de los restaurantes de carretera a partir del reconocimiento de su historia y platos emblema que allí se comercializan.
- Resaltar la historia, importancia y platos emblema de los restaurantes de carretera mediante la creación y diseño de una ruta gastronómica. Lo anterior con el fin de informar a los viajeros del tipo de establecimientos que se encuentran en la vía que comunica la capital de Santander, con el municipio de Socorro.
- Dar a conocer la ruta gastronómica a partir de los diferentes medios disponibles, como una página web e instagram; para que la gente pueda enterarse de las distintas opciones que poseen para alimentarse, a la hora de viajar por vía Bucaramanga – Socorro.

1.2. Justificación

La movilización por las carreteras en el país ha venido mejorando de forma creciente; esto se debe a distintos factores. Entre esos podemos encontrar el mejoramiento de la infraestructura vial de las carreteras nacionales, que se ha venido dando de manera continua desde hace algún tiempo. Esto se ha venido haciendo con vías más amplias de doble calzada y las cuales han generado una reducción en los tiempos estipulados de viaje hasta en un 30%.

Por otra parte, la finalización del conflicto armado con la FARC ha generado que las personas se desplacen por las carreteras de este país con más seguridad, sin la preocupación y el peligro que representaba antes el desplazarse por tierra.

Otra razón también que tiene bastante fuerza es el simple hecho de que el viaje por tierra es mucho más económico que por otros medios de transporte. Siendo esta forma de movilizarse una de las más usadas por los colombianos a la hora de desplazarse al interior del país. Es por todas estas razones que el tránsito por las vías nacionales ha aumentado.

Este aumento de flujo de vehículos por las carreteras del país se ve reflejado en la creación de más paraderos en las vías. Los cuales son lugares donde los viajeros pueden llegar a satisfacer su necesidad, no solo de estirar las piernas y tomar energía para poder continuar en su trayecto, sino que también una necesidad muy básica como lo es alimentarse. Pero a pesar de este gran aumento de la cantidad de lugares, al final no se ve reflejado en la calidad de todos. Lo cual puede llegar a generar una mala experiencia a la persona que se encuentra viajando, haciendo que ellos prefieran llevar su propio alimento o lo que es peor no parar en ninguna parte por miedo a tener otra mala vivencia. Esto puede hacer que los turistas que se encuentran de paso por esa región del país se cohiban de poder disfrutar un poco de su gastronomía.

Pese a la cantidad de nuevos restaurantes que se han venido generando a través de este proceso de transformación de las carreteras de Colombia hay algunos que llevan bastante tiempo en el lugar en que se encuentra y por esta razón cuentan con una gran tradición culinaria. Esto se puede ver reflejado en la fidelidad que poseen en sus clientes y también en los platos que prepara y como lo preparan. Estos restaurantes cumplen una gran función, aparte de alimentar a los turistas que allí paran. Esta gran tarea que tiene como objetivo

reflejar la tradición gastronómica de los pueblos donde ésta se encuentra ubicada y, un poco de sus tradiciones y cultura. Por esta razón surge una gran preocupación en torno a lo que podría llegar a pasar con las tradiciones Gastronómicas de estos pueblos, si los restaurantes de carretera llegaran a desaparecer.

Por otra parte, Colombia se encuentra pasando por un gran momento de apertura económica hacia otros países, siendo el sector turístico una de sus principales apuestas. El gobierno nacional ha impulsado esta nueva actividad económica generando estrategias para mejorar el turismo en este país, tanto de las personas que viven en Colombia como de la gente extranjera. Pero estas estrategias se ven concentradas solo en el lugar de destino turístico donde las personas deseen ir. Dejando así a un lado una parte muy importante de esta actividad, como lo es el mismo viaje en sí, los lugares por donde las personas pasan y muy especialmente donde puede detenerse para alimentarse y recargar energías para continuar con su viaje y así poder llegar a su destino.

Ahora refiriéndonos a las personas extranjeras que vienen a hacer turismo a Colombia, su interés principal es poder conocer el país de la mejor forma posible. Esto los lleva a desplazarse por tierra para poder apreciar de mejor forma los paisajes colombianos, su cultura y cocina. Su falta de conocimiento de este territorio y su gastronomía, puede llevarlos a cometer errores al momento de elegir un lugar donde poder parar para comer, ya que ellos no cuentan con una guía que muestre cuáles son los mejores restaurantes en la vía donde se encuentran, ni tampoco lo que estos les pueden ofrecer.

En cuanto a la economía del país, los restaurantes de carretera representan un sustento para muchas familias en colombianas. Y como ya se ha dicho en este documento anteriormente, el desconocimiento de estos lugares puede llevar a que ellos mismos decidan

cerrar. Esta decisión puede generar que muchas personas se desplacen de su lugar de origen por falta de oportunidades de un buen trabajo, buena paga y mejores condiciones de vida. Este desplazamiento masivo de personas puede generar que junto con ello se pierdan tradiciones gastronómicas que ellos puedan guardar.

Por todas estas razones dichas anteriormente es presentado este proyecto y la importancia que puede llevar al desarrollo económico del turismo, en especial de Santander, que se encuentra en un momento de crecimiento económico respecto al sector turístico. Este proyecto busca que el desarrollo del turismo sea algo completo y que tenga en cuenta un factor tan importante como lo es el de poder alimentarse y donde hacerlos, en especial, cuando la persona se encuentra desplazando a su lugar de destino.

1.3. Delimitación y Limitación

Delimitación

El presente estudio se realizará en la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro. Abarcando únicamente restaurantes y paraderos, que se encuentran sobre la vía principal, que brinden servicio de alimentación a personas que se encuentran viajando. Finalmente, con este proyecto se busca crear una guía para brindar información clara sobre estos lugares que lleguen a cumplir con una serie de condiciones que brinden una buena experiencia a sus clientes.

Se busca principalmente resaltar platos desde un punto de vista meramente gastronómico. Evitando intervenir en procesos de preparaciones y recetas. Junto con esto se tendrá en cuenta factores que pueden afectar de forma negativa al turista. Como puede ser

planta física y eficiencia del servicio. Buscando finalmente distinguir aquellos restaurantes que cuenten con una tradición gastronómica que destaquen la cocina colombiana y puedan llegar a satisfacer algunas necesidades secundarias de sus clientes puede llegar a tener.

Limitación

Limitaciones tales como. la definición de los tipos de restaurantes que se pueden encontrar por esta vía. Saber cuáles de ellos pueden considerarse aptos para ingresar a la guía. Por otra parte. Otro factor importante es evitar la discriminación de aquellos restaurantes que no entren en la guía, evitando así que pueden verse afectados en su clientela. La aplicación de las BPM puede ser un inconveniente en los restaurantes más tradicionales y como poder persuadir a estas personas de su uso si entrar en un choque con sus métodos de preparación.

2. Marco contextual

Para el presente proyecto fue necesario realizar un proceso de búsqueda e investigación exhaustiva sobre proyectos ya desarrollados que tenga relación con la temática desarrollada. En complemento a esto se aclaran los diferentes términos que se abordan en el marco del presente proyecto y que pueden ser de difícil entendimiento para los lectores. En adición, también se hizo necesaria la indagación de los diferentes aspectos legales que son parte importante para su desarrollo.

2.1. Marco de antecedentes

Para este proyecto no se han encontrado hasta el momento investigaciones relacionadas con los restaurantes de carretera y paraderos en Colombia. Sin embargo, se hallaron investigaciones de carácter nacional e internacional relacionadas con la importancia de la

gastronomía para el desarrollo turístico y económico de regiones y la creación de guías o rutas gastronómicas.

2.1.1.1. Antecedentes internacionales.

Álvarez, M. C. C., Mendoza, M. P., & Covarrubias, E. P. (2018). “Preservación de la herencia cultural a través del turismo gastronómico”. Esta investigación tiene como objeto de estudio la importancia de la gastronomía siendo esta promotora del turismo y generadora alternativa de ingresos para familias y regiones, además del valor agregado que crea la oferta gastronómica dentro del turismo. Los autores describen la trascendencia que tiene la gastronomía sobre la cultura, costumbres y tradiciones de una región, de hecho, los autores de la investigación afirman: “En la cocina o la gastronomía de cada destino, se esconden riquezas culturales explotables. En cada una se cuenta su historia, sus creencias, sus recuerdos, sus personajes y sus valores” (Álvarez, M. C. C., Mendoza, M. P., & Covarrubias, E. P, 2018). Sumado a esto, los investigadores realizan una acotación importante sobre el marketing gastronómico realizando un análisis exhaustivo del turista y de esta forma conocer sus gustos y las nuevas experiencias que se están buscando sumado a esto la importancia que tiene la gastronomía al ser un factor determinante o influyente para los viajeros a la hora de escoger un destino. Concluyendo: “La cocina, actividad milenaria y rasgo distintivo de cada cultura, es la nueva herramienta mercadológica utilizada por los servidores y proveedores de productos y servicios. Conocer y valorar las riquezas culturales con los que un destino cuenta, se traduce en la explotación de sus atributos que resultará en derrama económica del destino turístico, además de ofrecerlos como medio de conocimiento de años de historia y lograr tener visibilidad internacional”. Álvarez, M. C. C., Mendoza, M. P., & Covarrubias, E. P. (2018).

Sahin, G. G. (2015). "Gastronomy tourism as an alternative tourism: an assessment on the gastronomy tourism potential of Turkey". Este proyecto tenía como eje central el turismo gastronómico como factor de desarrollo en Turquía. El turismo ha impactado a la cultura turca, no solo siendo un turismo que se dé de forma estática, sino uno que se pueda disfrutar mientras se viaja. Esto da lugar a que el turismo culinario ayude en el desarrollo económico del país. Lo anterior, va ligado a la experiencia cultural que tiene el turista a la hora de visitar el lugar al que llegó; aumentando el mercado turístico y, por ende, mejorando la economía y el desarrollo. Dicho desarrollo ha creado nuevas políticas para que las personas locales se aprovechen de lo que su tierra puede dar para atraer turistas foráneos. Cosas como el sol o el mar pueden ser grandes pilares para el desarrollo de un turismo cultural y gastronómico ligado a lo propio. Todos los sabores locales, además de sus diversos climas y vegetación, hacen de la cocina turca una de las tres mejores del mundo. Conclusions: "Gastronomy tourism has important contributions to the local economic development in the regions, where it is developed. It is known that the gastro tourists rather prefer the local products and in particular their tendency to local food and beverages are higher compared to other types of tourists. Therefore, gastronomy tourism has positive contributions to new investments in the local economic sector, development of these sectors, protection of local values and sustainability".

Jeambey, Z. (2016). "Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña". Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14(5). La investigación realiza un estudio teórico – conceptual de la importancia de las rutas gastronómicas como eje del desarrollo local en Cataluña. Precisamente, el objetivo del proyecto pretende realizar un análisis del concepto y valor que se le da actualmente a las rutas

gastronómicas basadas en la agricultura local y las cocinas tradicionales, además de los aspectos importantes que se tienen en cuenta para que la ruta contribuya al desarrollo local. La metodología aplicada por el investigador se centraba en un análisis de las opiniones de doce expertos en turismo y gastronomía mediante la aplicación de encuestas. Posterior a ello se planteó un concepto en conjunto de lo que es ruta gastronómica: “Los expertos concordaron en que la ruta gastronómica es un producto turístico complejo, que ha de incorporar unos elementos de base en su diseño: un conjunto de puntos de interés en un ámbito geográfico limitado, identificados por una temática específica que destaque toda la cadena de valor del producto alimentario, desde la producción hasta la degustación, que proporcionen una oferta complementaria, y que generen un rendimiento económico para los agentes involucrados y el territorio”. Jeambey, Z. (2016). Sumado a esto el investigador realiza una acotación sobre qué aspectos se deben tener en cuenta a la hora de diseñar una ruta gastronómica y señala que los aspectos más importantes son el producto e importancia en el territorio, el proceso de elaboración que tiene, el valor gastronómico y el patrimonio cultural e histórico de dicho destino. Concluyendo: “Cataluña tiene un gran potencial para dinamizar el territorio mediante el turismo gastronómico. Las rutas gastronómicas ofrecen una oportunidad para aprovechar este recurso, estructurándolo y promocionándolo. Por ello, consideramos necesaria la elaboración de pautas para el diseño y la gestión de estas rutas. De igual interés sería la estandarización y divulgación de la definición de ruta gastronómica entre los profesionales involucrados en el ámbito del turismo gastronómico, sean del sector público, privado o académico”. Jeambey, Z. (2016).

Buele, C. G. V., Peñafiel, M. U. A., & Bravo, G. H. M. (2018). “RUTAS GASTRONÓMICAS COMO FACTOR DE DESARROLLO: CASO ESMERALDAS-

ECUADOR" habla sobre lo importante que puede ser para una comunidad la generación de rutas gastronómicas permite que se desarrolle y promocióne la economía local. El objetivo fue hacer un estudio sobre la viabilidad de la generación de una ruta gastronómica en la provincia de Esmeraldas –Ecuador más específicamente en los cantones Esmeraldas, Atacames y Rio Verde en la parte turística estos lugares cuentan con un gran potencial por su gastronomía y sus costas. Se realizó un estudio mediante la aplicación de una encuesta a turistas tanto nacionales como extranjeros. La metodología que ellos usaron fue la de “...muestreo aleatorio simple, con un margen de error de +/- 5%, un nivel de confianza del 95% y una varianza del 50%.” Buele, C. G. V., Peñafiel, M. U. A., & Bravo, G. H. M. (2018). Los resultados que arrojados por este estudio fueron la posibilidad de promocionar el turismo y la gastronomía de estos lugares. Siendo posible pesar de la poca infra estructura con la que ellos cuentan y que fue calificada como regular por los turistas que fueron encuestados. Al final del estudio concluyeron que “la creación de la ruta gastronómica permitirá dinamizar la economía local y generar empleo; esto conllevará a erradicar la pobreza y mejorar la calidad de vida de sus habitantes” Buele, C. G. V., Peñafiel, M. U. A., & Bravo, G. H. M. (2018).

Oñate, F. T., Fierro, J. R., & Viteri, M. F. (2017). “Gastronomic diversity and its contribution to cultural identity” nos habla de cómo el turismo ha evolucionado a través de los años, yendo más allá de solo ser un turismo de sol y playa a suplir diversos tipos de mercados en Ecuador. La gastronomía nativa ha sido el principal motivo por el cual mucha gente visita el país y es la razón principal por la cual el turismo ha tomado fuerza en el país. El documento también explica los diferentes conceptos que hay que tener en cuenta al hablar de gastronomía y diversidad cultural. Conceptos tales como turismo, gastronomía y turismo gastronómico son palabras que debemos tener presente en todo momento para poder entender

el trasfondo del escrito.

De igual forma, habla de cómo festivales, restaurantes y productores de comida, son de las principales razones por las cuales los turistas viajan al país. Además, une las preparaciones de alimentos con las religiones y demás características sociodemográficas. Por último, definen el turismo cultural como una forma en la que el turista se anima a conocer lo que otras personas tienen para ofrecerle por medio de actividades. conclusions: “Through the research carried out, one can conclude that gastronomy is directly related to tourism, since tourists travel to know the gastronomy of a certain place, thus generating gastronomic tourism. Tourists have a wide range of options to taste in terms of gastronomy, as Ecuador has a wide variety of products, climates and culture, which contributes to the development of tourism in the country. Tourists can enjoy the trip in Ecuador because gastronomy is diverse, as well as being complemented by drinks, which, through molecular techniques, are a great option for the development of entertainment tourism in the country. It is of great interest to improve the quality and service of the tourist experiences, because it arouses interest to the people who relate gastronomy with the culture, values, beliefs, customs and traditions of the place that is visited.”

2.1.2. Antecedentes regionales.

CASTELLÓN VALDEZ, L. M., & FONTECHA FONTECHA, J. (2018). “La Gastronomía: Una fuente para el desarrollo del turismo Y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander”. La investigación realiza un estudio descriptivo-exploratorio que tiene como objeto de estudio la gastronomía en Santander con el fin de resaltar la importancia de preparaciones para la cultura santandereana y hacer de estos un atractivo turístico que ayudará a diversificar la oferta turística en Santander. La metodología utilizada por los autores parte de

la observación directa del problema complementada por entrevistas semiestructuradas a productores locales y restauranteros además de entrevistar a visitantes que se encontraban en los espacios objeto de la investigación. Los investigadores sugieren de que la mejor forma de resaltar y potencializar la gastronomía es por medio de la creación de una ruta gastronómica, dentro de la ruta el turista puede disfrutar de actividades diversas relacionadas con el agro hasta la degustación de platillos representativos de los municipios comprendidos en la ruta que fueron: Los Santos, Villanueva, Guane-Barichara, Zapatoca y San Vicente de Chucurí, estos municipios fueron escogidos por los autores por su desarrollo e importancia en el sector turístico de Santander. Aunque este proyecto no tiene una propuesta completamente terminada como resaltan los autores “lo que aquí se presenta es una primera parte del estudio, que está enfocada en describir la ruta, algunos productos que formarán parte de ella y el espacio que se delimitará para su recorrido”. CASTELLÓN VALDEZ, L. M., & FONTECHA FONTECHA, J. (2018); concluyen “Un punto clave al proponer este trabajo de investigación fue mostrar que el turismo gastronómico puede convertirse en una importante base generadora de empleo y de oportunidades para la población de los municipios que integrarán la ruta gastronómica en Santander...”.

2.1.3. Antecedentes nacionales.

Valcárcel García, D., & Venegas Pardo, A. (2015). “La comida típica dentro de la internacionalización de la oferta gastronómica en Bogotá”. *Turismo Y Sociedad*, 16, 187-198. La investigación tiene como eje principal analizar la oferta gastronómica en la ciudad de Bogotá, específicamente, la gastronomía colombiana y la internacionalización o el reconocimiento que se le está dando a la comida típica gracias al gran movimiento que se ha desarrollado en la ciudad. Las investigadoras a través de la investigación buscan exhibir el

análisis realizado a los mejores restaurantes de comida típica colombiana, su permanencia en el sector gastronómico y su protagonismo dentro del patrimonio nacional, además de dar a conocer la administración y operación como factores de perdurabilidad en el mercado (Valcárcel García, D., & Venegas Pardo, A, 2015). Conjuntamente, las autoras analizan la tradición y cultura formada alrededor de la gastronomía en Colombia.

“Pensar a Colombia desde la tradición culinaria es reconocer que la expresión gastronómica de sus habitantes es la explicación de un modo de vida que ha transitado por décadas, afectado por el espacio geográfico, así como también por situaciones naturales y sociales, que ha desembocado en el legado de la mesa de nuestros antepasados que tenemos hoy en día...” (Valcárcel García, D., & Venegas Pardo, A, 2015, p.188).

Por otro lado, se describe la apertura de nuevas ofertas gastronómicas en la ciudad en las diferentes “zonas” que se han caracterizado por la variedad de restaurantes como lo son **La zona C, T, M, G y El parque de la 93**, con la cual buscan mostrar que la competencia en dicha ciudad es bastante rigurosa, los restaurantes seleccionados para esta investigación fueron: Doña Elvira, Mi Gran Parrilla Boyacense, Las Margaritas, La Puerta Falsa, Las Ojonas, entre otros. Por consiguiente, al realizar el análisis de los restaurantes de comida tradicional las investigadoras llegan a la conclusión de que los factores que determinaron la perdurabilidad de estos restaurantes a pesar de la competencia se debía a: “...la calidad de los productos, el buen servicio al cliente, el amor hacia la gastronomía típica colombiana, la cultura organizacional, el buen ambiente laboral, la flexibilidad del negocio, su capacidad de adaptabilidad al cambio, la proactividad y el trabajo en equipo” Valcárcel García, D., & Venegas Pardo, A. (2015). Sumado a esto, otro factor importante es la

administración en cuanto al manejo contable, plan de mercado y planeación estratégica de dichos establecimientos.

Ochoa, J. E. (2017). Carretera (II). *Cocina Semana*, página 36. Este artículo inicia con el autor hablando sobre tres consideraciones que según él son fundamentales. Por una parte habla sobre el poco reconocimiento e importancia que se le ha dado a los restaurantes de carretera en Colombia, ya que según él, es indispensable el iniciar una campaña de reconocimiento de estos restaurantes, porque estos no cuentan con el mismo reconocimientos y ventajas como los rurales “Hablo de ventajas como comprar productos frescos siete días a la semana, proveedores que los llevan hasta la bodega del negocio, una oferta mayor de personal idóneo y transporte público que garantice el cumplimiento de horarios” Ochoa, J. E. (2017). Carretera (II). *Cocina Semana*, página 36. En la siguiente expresa que la necesidad de comer en carretera a veces es inevitable, pero que la persona se tiene que adaptar a lo que puedan encontrar. Finalmente, su última consideración hace referencia a una proyección de cómo deberá ser la comida en algunos años ya que Colombia se encuentra desarrollando un gran número de proyectos viales y comer bien en algunos años será posible en las carreteras del país. En pocas palabras lo que hace en el artículo es un análisis de la situación que se vive a la hora de querer comer en carretera, porque se presenta esta situación y que esperar a futuro con tantos proyectos que se han venido desarrollando. El artículo concluye de una manera muy positiva “Colombia tiene una huerta y una despensa de productos que le garantizan una carta de preparaciones y sabores únicos en el mundo. Pero, además, una multitud de cocineras populares cuya sabiduría y sazón no tienen parangón” queriéndonos decir con esto que nuestro país cuenta con un gran patrimonio el cual aún no se ha sabido explotar y que junto con esto existe una gran fuente de conocimiento de nuestro patrimonio

gastronómico como lo son las cocineras populares y que el rescate de todo esto es necesario para el mantenimiento de nuestra identidad gastronómica.

2.2. Marco teórico

Con el fin de dar entendimiento a la temática del proyecto, se hizo necesaria la investigación de autores y expertos en los temas o áreas relacionadas con el proyecto de investigación. Gracias a la base teórica y documental utilizada, se hace más fácil la comprensión de este documento.

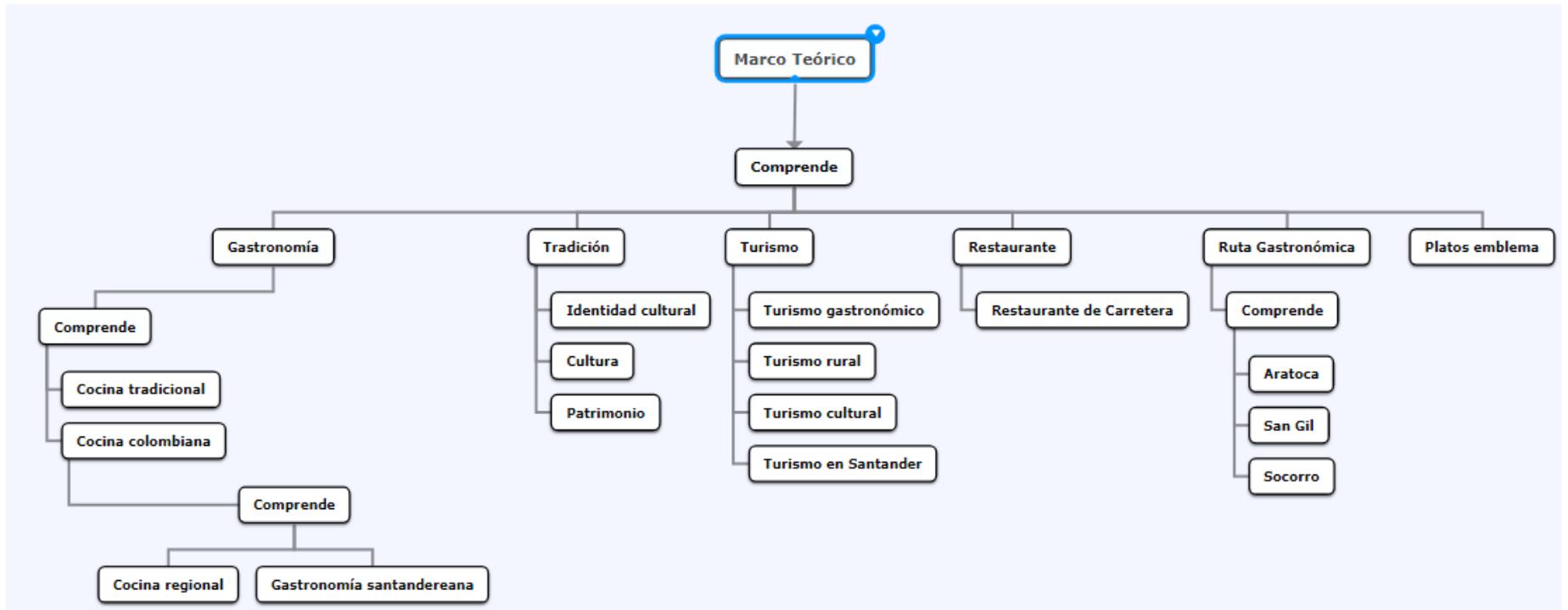


Figura 1 Mapa conceptual del marco teórico

2.2.1. Gastronomía.

Durante la historia de la humanidad se ha concebido la ingesta de alimentos como el hecho de suplir una necesidad básica y fisiológica. Sin embargo, hemos dejado aparte otros elementos que se ven arraigados como lo son la comida, como acto social y cultural, además de distintos factores de tipo ecológico, cultural, histórico, social y económico que de una u otra manera han condicionado la elección y consumo de alimentos. Ahora, para poder analizar todos los elementos fundamentales relacionados con el acto de comer surge la gastronomía, (Julián Estrada Ochoa, 1995), antropólogo de la Universidad de Antioquía en su libro “Mantel de cuadros: Crónicas acerca del comer y del beber”. Afirma que:

... la gastronomía no se circunscribe a hablar sobre recetas y platos, vinos y licores sino que abarca además una serie de elementos culturales y antropológicos que la hacen no sólo importante, sino fundamental para el estudio de los pueblos, su idiosincrasia y personalidad. Es más, ella hace parte, en pie de igualdad con la literatura, la arquitectura y las artes, de la cultura de un pueblo. (p. 2)

Sumado a esto, la comida puede ser un componente fundamental dentro de la construcción de identidades colectivas, en donde, elementos materiales y simbólicos juegan un papel importante, en el estudio realizado por Mascarenhas Tramontin, R. G., & Gândara Gonçalves, J. M. (2010). Los autores hacen referencia a la gastronomía como:

...un importante elemento de producción del espacio y de construcción social; y puede ser percibida como un elemento de reconocimiento del grupo social. Así como puede ser

utilizada como elemento representativo de la cultura de la comunidad, ofrecida al visitante para su goce. (p. 781)

Del mismo modo, cuando se habla de gastronomía se incluyen una serie de elementos culturales como las tradiciones y costumbres que se crean alrededor de la preparación y consumo de alimentos, que a su vez son fundamentales a la hora de forjar las identidades colectivas, mencionadas anteriormente, Elide Di Clemente, José Manuel Hernández Mogollón, & Tomás López-Guzmán. (2014). En su estudio denominado “La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. un análisis DAFO para Extremadura”, realizan un análisis de la gastronomía.

Cuando se habla de gastronomía, de hecho, no se entiende únicamente el conjunto de alimentos o platos típicos de una localidad, sino que se abarca un concepto mucho más amplio que incluye las costumbres alimentarias, las tradiciones, los procesos, las personas y los estilos de vida que se definen alrededor de la misma. (p. 818)

En definitiva, la gastronomía establece una relación antropológica y social de la cocina de los pueblos, por consiguiente, no debe ser entendida únicamente desde preparaciones tradicionales y platos, sino que es necesario abordar otros elementos culturales materiales e inmateriales de suma importancia que, en conjunto, forjan la identidad gastronómica de poblaciones.

Cabe resaltar que la gastronomía nos remite necesariamente a la cocina, en particular a esa cocina que permite establecer diferencias de tipo cultural y social dentro de sus preparaciones o incluso sus ingredientes, la cocina tradicional.

2.2.1.1. Cocina tradicional.

La cocina está compuesta de una serie de elementos que dan una idea general sobre las formas de alimentación de las comunidades: la dieta alimentaria, agricultura, plazas de mercado, formas de conservación de alimentos, etc. Al mismo tiempo, dentro de las cocinas tradicionales se encuentra el mayor proceso de intercambio cultural que en el transcurso del tiempo han forjado las identidades de pueblos y regiones. Meléndez Torres, Juana María, & Cañez De la Fuente, Gloria María. (2009) en su estudio “La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México” explican que:

La cocina es un reflejo de nuestra historia social, familiar e individual, y en este sentido es posible conocerla como un proceso social y cultural y puede dar cuenta de cómo vivimos cotidianamente en el pasado y el presente. Así mismo, la cocina es un aspecto fundamental de la cultura de los pueblos que no es ajeno a los cambios que ocurren en el ámbito social, político y económico. (p. 194)

Por consiguiente, la cocina es la representación más clara de la cultura alimentaria de un pueblo que lleva arraigada con ella una serie de prácticas alrededor del comer y el beber, Espejel Blanco, J. E., Camarena Gómez, Dena María Jesús, & Sandoval Godoy, S. A. (2014), en su artículo nos plantean que, “... Las cocinas tradicionales o típicas son aquellas que forman parte de la costumbre y tradición de un pueblo y que conllevan o implican una forma específica de elaboración, condimentación y consumo”. (p. 128)

Todas las costumbres que se transmiten de una generación a otra fortalecen las identidades colectivas de los pueblos, además de mantener las tradiciones de las comunidades con el transcurrir de los años. Conjuntamente, la cocina tradicional es el resultado de los

intercambios culturales que se dan a través de la historia, ejemplo evidente de la mezcla de culturas, la cocina colombiana.

2.2.1.2. Cocina colombiana.

La cocina colombiana es el resultado de una amalgama cultural relacionada directamente con la historia del país, en particular, se encuentran implícitas tres culturas que evidentemente marcan un trazo cultural dentro de las cocinas e identidades regionales dentro del territorio nacional, Luis Ernesto Martínez Velandia (2016) en su investigación “El lenguaje de la alimentación y su transición en Colombia” explica la amalgama cultural que tuvo Colombia a través de la historia.

La principal fusión en la cocina se da en la Conquista, en el siglo XVI, cuando al llegar los españoles se inicia un proceso de adaptación a las tierras visitantes, tratando de acoplarse al terreno y conociendo su sistema de alimentación. La búsqueda de adaptar los productos de aquellas tierras a los platos costumbristas de aquella España transitoria entre la Edad Media y la edad moderna, genera un cambio sustancial en la alimentación de la región. (p. 75)

Por otra parte, la Colombia prehispánica contaba culturas indígenas que también marcaron las formas de alimentación dentro de cada una de las regiones del país, Martínez explica que, “En aquel tiempo los pobladores de lo que hoy es Colombia eran tres grandes familias indígenas, los chibchas, los caribes y los arawak”. (p. 74)

Sumado a esto, la llegada de indígenas africanos como mano de obra para trabajos como corte de caña y manejo de coco, en reemplazo a los indígenas, debido a que los españoles temían ser envenenados (Martínez, 2016).

En definitiva, lo que entendemos por cocina colombiana no es más que una convergencia de culturas a través de la historia, en donde los ingredientes, prácticas y tradiciones de cada uno de los pueblos forjan la cocina tradicional colombiana, Martínez comenta, “De esta manera se da la principal fusión de la cocina colombiana con la integración de ingredientes nativos y foráneos, la implementación de técnicas y utensilios provenientes de España y África”. (p. 77)

Cabe resaltar que Colombia posee una gastronomía diversa, en donde las regiones y departamentos atesoran ingredientes y preparaciones tan variadas que sería imposible determinar un plato representativo de la cocina colombiana. Por esta razón, es necesario analizar la gastronomía colombiana desde cada una de sus cocinas regionales.

2.2.1.2.1. Cocina regional.

Dentro de la gastronomía colombiana se encuentra arraigada la diversidad cultural que caracteriza a cada una de las regiones del país, preparaciones que no solo llevan consigo ingredientes que demuestran la gran despensa y variedad de climas con los que cuenta el territorio nacional, además rememoran historias, tradiciones religiosas, cultura, técnicas, entre otros elementos culturales que se encuentran en las cocinas de cada una de las regiones del país. Villegas B.A. (como se citó en Hernández Rojas, R. D., & Dancausa Millán, M. G) piensa que:

La cocina regional es la que representa la cocina tradicional más realista y expresiva, guarda una relación directa con el medio geográfico y el entorno cultural junto a la propia singularidad de la zona donde se realiza, de ahí el interés de conocerla y degustarla. (p. 415)

Pese a que existe una notoria diferencia dentro de la cocina de cada una de las regiones del país, existe un vínculo notorio y es la de exponer la cocina colombiana como mega diversa, que a través del tiempo ha ayudado a construir las identidades colectivas dentro de los departamentos. Mintz Sidney (2003) en su libro “Sabor a comida, sabor a libertad: incursiones en la comida, la cultura y el pasado”, explica que:

Las cocinas regionales contribuyen a la aparición de una cocina nacional porque los ingredientes, métodos de elaboración y los platos tomados de las cuisines se convierten en repertorios de los chefs que cocinan para personas con conocimientos, gustos y medios que trascienden la localidad. (p. 66)

Sin embargo, en Colombia como en otros países del mundo por causa de la globalización y los nuevos ritmos de vida, cada vez más acelerados, los hábitos alimenticios se han visto reemplazados, por consiguiente, los platos tradicionales se están perdiendo con el tiempo. Por lo tanto, se hace necesario realizar un estudio y rescate de platos, incluidas las tradiciones arraigadas a éstos.

Dentro de los 32 departamentos en los que se divide Colombia, Santander y su gastronomía ha llamado la atención de todo tipo de comensales por su diversidad de preparaciones, además de contar con una gran despensa de ingredientes consecuencia de su geografía y tipos de suelo.

2.2.1.2.2. Gastronomía santandereana.

La gastronomía santandereana está marcada por sus influencias indígenas como los Guane, además de la presencia española, la fusión de ambas culturas forma las bases de lo que

conocemos como cocina santandereana. Colombia S.A. (como se citó en Almeyda et al)

(2016) menciona que:

... dicha zona que hoy llamamos Santander estaba habitada por varios pueblos indígenas destacando entre ellos a los Guanes, Agatáes y Chipatáes. Estos pueblos tuvieron un declive poblacional durante la conquista causada por enfermedades traídas por sus colonizadores de Europa, no obstante, sus pocos sobrevivientes junto a los españoles fundieron una nueva raza, manteniendo así el perdurable legado cultural indígena dentro de los santandereanos.

Sin embargo, las culturas indígenas dejaron su legado en prácticas e ingesta de productos que aún en la actualidad se han mantenido. Juan Carlos Gutiérrez (2006) en su artículo “Las hormigas culonas” explica que:

Saber el día exacto en que van a salir más hormigas es un legado de la tradición indígena de los guanes, perteneciente a la familia lingüística Chibcha. Los guanes, que vivieron entre los siglos VII y XVI, al aprendieron a masticarlas y a defenderse de la picada de los machos, que no se consumen, pero atacan con ferocidad a los intrusos.

De igual modo, el consumo de maíz por parte de grupos indígenas, no solo del territorio santandereano sino de todo el país, representó la base de la cultura alimenticia de dichos asentamientos. Almeyda et al (2016) en su artículo “La santandereanidad desde la perspectiva de la gastronomía y la culinaria” mencionan:

La masa de maíz tiene un origen indígena, fue el combustible de los lugareños para aguantar las duras jornadas en el campo desde épocas anteriores a la colonia. Junto a la

carne oreada, la arepa era la única comida que podía mantenerse largo tiempo en óptimas condiciones durante los duros años de expediciones y luchas en la indomable cordillera.

Sin duda alguna, Santander goza de una gastronomía rica y diversa en donde la cultura y las tradiciones de los pueblos, municipios y veredas santandereanas sacan a relucir sus mejores preparaciones e ingredientes. Almeyda et al (2016) infieren dentro de su estudio que:

Cada región de Santander, de donde son originarios los diferentes platos típicos atribuye la creación del mismo al ingenio del pueblo. Fueron los mismos habitantes, ayudados por algunas prácticas y tradiciones españolas aprendidas, quienes tuvieron la iniciativa de cosechar, recolectar, cocinar, mezclar ingredientes, probar y finalmente crear dichos platillos. Igualmente, el surgimiento de algunos de los platos, fue posible gracias a las condiciones de la geografía y el clima de la región, que permitieron a ciertas especies adaptarse perfectamente a este y acoplarse y desarrollarse como si fueran una especie nativa.

Así como en otros departamentos y regiones del país, los platos de Santander, son la viva representación de la cultura y formas de alimentación de los pueblos y municipios. Además de la memoria histórica que hay detrás de dichas preparaciones. Por consiguiente, se hace necesario el estudio y preservación de las tradiciones de cada uno de los pueblos.

2.2.2. Tradición.

Antiguamente, la tradición se percibía como una pieza estática y sin cambio dentro de la historia del ser humano. No obstante, antropólogos e investigadores se han dado a la tarea de aclarar que la tradición debe ser vista como un elemento en constante evolución, es decir, dos tiempos conectados simultáneamente. Puesto que la idea de tradición se remite al pasado,

sin dejar de ser observada desde el presente donde el intercambio cultural es continuo.

Arévalo (2004) en su escrito “La tradición, el patrimonio y la identidad” define la tradición como:

... Una construcción social que cambia temporalmente, de una generación a otra; y espacialmente, de un lugar a otro. Es decir, la tradición varía dentro de cada cultura, en el tiempo y según los grupos sociales; y entre las diferentes culturas. (p.926)

Conjuntamente dentro de la tradición se encuentran tres elementos determinantes; tiempo, cultura y sociedad, que de una u otra manera se encuentran entrelazados para lograr entender la metamorfosis constante de la tradición. Por consiguiente, lo planteado anteriormente se unen para poder entender la cultura como un estado dinámico. Este flujo a su vez es condicionado por las nuevas generaciones provenientes de dicha cultura a medida que el tiempo transcurre, UNESCO (como se citó en Mejía, Bravo y Mejía 2014) en su artículo sobre “La gastronomía como símbolo de la cultura” explican que, “Estas tradiciones se transmiten oralmente o mediante gestos y se modifican con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva” (p.58).

Aunque la tradición se encuentra en constante cambio y evolución como se menciona anteriormente no quiere decir que se encuentre desarraigada del pueblo donde fue forjada, Espeitx (2004), en su artículo “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular”, afirma que, “...tradición, de pervivencia en el tiempo, de unos saberes y unas prácticas locales específicas, transmitidas de generación en generación, la estrecha vinculación a un territorio y el carácter artesanal de productos y platos”. (p.207)

En base a la postura presentada por, Espeitx (2004), expone un punto de vista enfocado en el territorio, productos y platos. Por consiguiente, se hace importante la inclusión de las prácticas alimentarias, ingredientes, técnicas y preparaciones tradicionales que a través de la historia han construido las identidades colectivas en pueblos y comunidades. La tradición gastronómica juega un papel importante dentro del estudio antropológico, gracias a todas las costumbres establecidas en torno a preparar y consumir alimentos.

2.2.2.1. Tradición gastronómica.

Teniendo claro ya el concepto de tradición. Se puede aventurar a definir que es la tradición gastronómica. Si bien ya se tiene claro que dentro de la tradición hay tres elementos que son fundamentales, tiempo, cultura y sociedad. En el caso de tradición gastronómica no es indiferente. Ya que se puede entender a las tradiciones gastronómicas como lo explica Mejía et al (2014), “La gastronomía como tradición implica un cúmulo de diversos conocimientos que se van transmitiendo y heredando de una generación a otra, de forma oral por medio del lenguaje o escrita a través de textos culinarios.”(p.60)

Esto demuestra que las tradiciones a nivel de la gastronomía es algo que se encuentra un poco más arraigada dentro de las personas y son transmitidas a las siguientes generaciones a través del tiempo. Este transmitir de la cultura gastronómica, se hace mediante diferentes medios, bien sea por el relato oral o por medio de documentos. Lograr preservar este tipo de tradiciones tiene una razón que va más allá de resaltar y dar a conocer los saberes culinarios de esa cultura. Es por esta razón que. “Tales conocimientos se plasman en la mente de los individuos quienes enaltecerán y transmitirán el saber culinario, asegurando su permanencia y prolongando su reconocimiento como factor de identidad.” (Mejía et al, 2014, p.60)

Como se menciona anteriormente la identidad es un factor clave para entender una de las razones por las cuales la tradición gastronómica se mantiene a través de las generaciones. Meji et al (2014) define la identidad como "...Un conjunto de elementos psicológicos, culturales y simbólicos que dan a los individuos sentido de pertenencia dentro de una sociedad, y que son establecidos por ellos mismos." (p.60). con esta definición acoplamos a la tradición gastronómica como un símbolo de identidad para un grupo específico el cual fue formado por ellos a través del tiempo.

2.2.3. Identidad cultural.

Al adentrarnos en el campo de la identidad, se encuentra con un concepto que puede variar dependiendo del punto que se analice. Pero dentro de todo esto se comparte una similitud con ciertos términos tocados anteriormente, Ya que, para el hombre es una condición de constante construcción y cambio que sucede en la vida diaria y que es construido mediante conceptos ambiguos. Arévalo (2004) nos demuestra un poco de esto:

La identidad consiste en la interiorización por un grupo dado de que posee formas de vida específicas. La identidad, entonces, se construye a partir de la alteridad, en el contraste cultural. Patrimonio e identidad son reflexiones sobre el pasado y la realidad presente. (p.933).

Lo que se muestra más allá de los términos que el autor propone como identidad, alteridad, pasado y presente. Llama más la atención la ambigüedad que plantea entre estos. Llegando incluso a poner en contraposición términos como identidad y alteridad. Dando así un método más interesante para la construcción del concepto. A partir del uso de términos discrepantes entre sí.

Por otra parte, Arévalo (1998) en su texto “la identidad extremeña. Reflexiones desde la antropología social” hace un análisis desde su visión sobre lo que significa identidad. “...Refiere a un proceso dinámico, que evoluciona históricamente, y que posee unos referentes empíricos y otros abstractos o ideológicos susceptibles de control” (p.5).

Este fragmento, aunque es corto se presta para un análisis más detallado. Ya que éste se adentra en el concepto del dinamismo de la identidad. Valiéndose de herramientas como referentes empíricos e ideológicos, que son los encargados de explicar la razón por la cual se toman las directrices para darle una dinamización a la identidad y así conseguir que las comunidades generen nuevos conceptos sobre lo que los hace sentir identificado.

Por otra parte, es innegable que mediante la generación de identidad se encuentra dentro de ella la creación de culturas, esto mediante el entendimiento que la cultura genera ciertos tipos de prácticas que nos hacen diferenciarnos de otras. Logrando así incluso vincular estos conceptos ya que: “La identidad es una construcción cultural que se fundamenta en la diferencia,” (Arévalo, 1998, p.5). Lo cual nos da a entender que la creación de identidad es difícil sin que exista una cultura que la preceda.

En el ámbito de la gastronomía, la construcción de una identidad como cocineros es necesaria, de ahí podemos entender la procedencia de elementos como productos y técnicas. Poder aportar desde el ámbito de la gastronomía a la sociedad es un gran logro para todo cocinero, pero esto sería inútil si nuestros conocimientos no estuviesen respaldados por una cultura de la cual recibimos nuestras bases como cocineros.

2.2.4. Cultura

Cuando se adentra en el campo de lo que significa cultura, puede tener definiciones, que lleguen a ser bastantes extensas. Arévalo (2004) menciona que: “Todo lo que se aprende y transmite socialmente es cultura...” (p.929).

Esta definición, a pesar de ser reducida, presenta de una manera concreta lo que significa cultura. Dando a mostrar lo simple que puede llegar a ser definir este término, ya que así de simple puede observarse la cultura en el día a día. Por esa razón se podría mencionar que en una sociedad la mayoría de los elementos que se aprecian son provenientes de su cultura o son adaptan para poder encajar. Este arraigo se da por influencias históricas las cuales se transmiten de distintas formas a través de las generaciones. Es esto lo que quiere expresar Mejía et al (2014) menciona:

La cultura es el conjunto de valores, conocimientos, arte, moral, derecho, creencias, prácticas, costumbres y tradiciones que constituyen la forma de vida del hombre en forma de hábitos aprendidos, compartidos y transmitidos entre los miembros de una sociedad a manera de símbolos con un valor funcional (p.53).

Esto refuerza la idea de encontrar la cultura en el comportamiento diario en la sociedad, en lo que las personas consideran normal, sus hábitos, costumbres, construcciones y formas de alimentarse. Todo esto que las personas encuentran como cosas “comunes”, son el resultado de años de construcción. Que puede llegar a resumir simplemente en la elaboración de un patrimonio. Y es por esta razón que, La comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires (C.P.P, 2005) en su texto “La cocina como patrimonio (in) tangible” menciona que:

“Una cultura es un patrimonio colectivo producido por un conjunto social. Pero el acceso de las clases sociales a ese patrimonio es diferenciado, así como es diferente también la contribución de los diversos grupos sociales a su construcción, por causa de la división social del trabajo y el desarrollo histórico” (p.11).

Podemos concluir que la cultura es construida mediante herramientas, sociales, culturales e históricas esto es elaborado y dividido en diferentes clases, las cuales cada una aporta de manera distinta, pudiendo llegar a resumir todo como un patrimonio colectivo. Que finalmente es el resultado del proceso realizado por una sociedad a través de la historia para la construcción de una identidad, la cual genera vestigios que perduran a través del tiempo, y que posteriormente son conocidos como patrimonio.

2.2.5. Patrimonio.

El patrimonio representa una parte fundamental de la historia y la cultura de la sociedad. Se encuentra lleno de simbología las cuales no siempre son fáciles de percibir. Cuando se habla de patrimonio se suele pensar en formas antiguas, que tiene millones de años de existencia. La realidad es que no es necesario realizar una regresión histórica tan grande para encontrar el patrimonio de una población ya que, “... El patrimonio posee un valor étnico y simbólico, pues constituye la expresión de la identidad de un pueblo, sus formas de vida” (Arévalo, 2004, p929).

Por lo cual no es necesario buscar tan atrás para conocer la herencia de un pueblo y su historia. Ya que se encuentra resumido en las formas de comportamientos, rituales, expresiones y tradiciones presentes en la cultura. Para las sociedades modernas este aspecto no presenta mucha relevancia, ya que se asume que este siempre ha estado, pero en realidad como lo menciona Mejía et al (2014) “Por patrimonio se entiende aquel aspecto cultural al

cual la sociedad le atribuye ciertos valores específicos, los cuales, a grandes rasgos, podrían resumirse en: históricos, estéticos y de uso.” (p. 56).

Estos rasgos generados por la construcción histórica del patrimonio que dan como resultado costumbres que se pueden ver reflejadas en la cultura de esta sociedad, pueden llegar a ser comunes; pero que pueden llegar a generar atracción extranjera, que motive el turismo. Esta es la razón de que, en ciertas sociedades modernas, el patrimonio esté ganando un valor agregado.

Ya que no solo es visto como simple atractivo turístico sino como una base fundamental de la civilización la cual sirve en la creación de valores sociales y cívicos. C.P.P (2005) da un sentido más social a lo que se define como patrimonio y lo que se puede hacer con esta herencia.

El patrimonio entendido como una construcción social permite reconocer las fracturas y el conflicto tanto en su proceso de selección y definición y en las políticas de preservación, como en la relación de los integrantes de un colectivo social con ese patrimonio. (p. 12).

En conclusión, se puede mencionar al patrimonio como representante de ciertos aspectos de la sociedad actual, causante de comportamientos y actitudes de una población. Llegando a ser el causante de atractivos turísticos los cuales generan una apertura económica a nuevos públicos mediante la correcta explotación de este patrimonio como recurso turístico. Por esta razón, llega a ser de vital importancia protección de lugares, costumbres y prácticas que pueden llegar a ser objeto de atracción e interés para otras poblaciones que deseen realizar turismo.

2.2.6. Turismo.

Teniendo en cuenta los conceptos de la rama de la gastronomía y la tradición, es pertinente hablar sobre turismo. Por consiguiente, es de vital importancia tener en cuenta que el turismo y la gastronomía pueden ir de la mano. El acto de alimentarse de forma diferente y conocer culturas a las que el turista no está acostumbrado; ha llegado a marcar importancia en su significado, y las actividades que esto conlleva. Aun cuando hay varios autores que lo definen, es oportuno resaltar la concepción de la Organización Mundial del Turismo (como se citó en Moragues, 2006)

El conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos». Posteriormente, la OMT precisó que, a efectos de contabilización de turistas, solo consideraría a aquellos que estuvieran como mínimo una noche en el destino elegido. (p. 23)

En este orden de ideas, el término de turismo va ligado a tres componentes fundamentales: Tiempo, actividades y lugares. Este hecho lo confirma la Tourism Society of England (como se citó en Moragues, 2006)

Turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación» (Tourism Society of England, 1976). Aparecen en esta definición elementos muy característicos del turismo moderno, uno de ellos las actividades; es decir, turismo no es solo desplazarse y estar en un lugar, sino que es hacer alguna cosa allá donde se está. (p.22)

Por consiguiente, dichos aspectos se deben tener en cuenta para formar una definición contundente de turismo. Una persona que visita un lugar y realiza una actividad en el mismo; está haciendo turismo. No obstante, existen diferentes condicionantes entre lo que está permitido hacer. Nos explica Hunziker y Krapf (como se citó en Moragues. 2006) que:

El turismo es la totalidad de las relaciones y fenómenos generados por el viaje y la estancia de forasteros, siempre y cuando la estancia no implique el establecimiento de una residencia permanente y no esté relacionada con actividades remuneradas» (Hunziker y Krapf, 1942). Se acotan aquí las características del turismo, limitando el tiempo y las características de la estancia (p. 22).

A pesar de que siguen los factores de actividad, tiempo y lugar; en los dos primeros se hace énfasis en que no se pueden ejercer actividades que le generen dinero al turista y que no puede quedarse permanentemente en el lugar donde realiza el turismo. Una de estas actividades o motivaciones es la gastronomía, que abarca un abanico de posibilidades en cuanto a turismo se refiere.

2.2.6.1. Turismo gastronómico.

Existen diferentes motivos para viajar; el turista es libre de escoger el por qué desea ir a un determinado lugar. Sin embargo, en este caso es la gastronomía local el principal motivo por el cual las personas desearían moverse de un sitio a otro por el simple hecho de probar algo diferente a lo que están acostumbrados en su día a día. Así mismo, Oliveira, S. en el libro “la gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal.” (2011) nos explica que:

... Por lo tanto, los turistas gastronómicos son, sin duda, aquellos que buscan comida; siendo la gastronomía, en este caso, el principal atractivo o, usando la terminología de Baptista (1990), el recurso primario del destino visitado. La forma como el turista encara la gastronomía y la intensidad con que ésta afecta su viaje es decisiva para entender el turismo gastronómico. (p. 739).

Concordamos aquí, que el turismo gastronómico toma la comida como principal atractivo y motivación para la persona que viaja. Sumado a esto, el aumento del conocimiento en ámbitos gastronómicos de la gente del común hace del turismo gastronómico un amplificador del saber y la cultura del turista. Dicho esto, López, T. y Margatida M. en el libro “turismo, cultura y gastronomía. una aproximación a las rutas culinarias” (Algarve, 2011) comentan que:

El turismo culinario se define en la actualidad como una de las grandes apuestas para potenciar o consolidar destinos turísticos, debido a la importancia, cada vez mayor, que tiene para los viajeros el conocimiento de todo lo relacionado con la cultura gastronómica de los lugares que visita. Así, y, de hecho, ya existen determinados viajeros que consideran como motivación principal de su viaje el acudir a un determinado restaurante o sencillamente conocer mejor la cocina de una zona geográfica concreta (p. 920).

Así mismo, se puede observar que la cultura del lugar al que se viaja es indispensable para el turismo gastronómico, puesto que las opciones de comer y aprender cambian dependiendo del sitio a visitar. Ahora bien, no solo la comida hace parte de la gastronomía, sino que existen otros factores que la influyen. Es por esto que Ignatov y Smith (como se citó en López, T. y Margarida, M. 2011) dicen que “... se puede definir el turismo culinario como una tipología de turismo en el cual se compra o consume productos regionales

(incluyendo bebidas) y/o se observa la producción de alimentos (desde la agricultura hasta las escuelas de cocina.” (p. 917)

Conociendo entonces la importancia de las regiones a la hora de hacer el turismo gastronómico, es importante resaltar que, existe una rama exclusiva del turismo para los viajes que se hacen para conocer los lugares.

2.2.6.2. Turismo rural.

Se habló sobre la gastronomía como motivación de viaje, pero lo que encierra esta causa en realidad, es el lugar donde se realiza. En este caso, el turismo rural abarca la localidad a la cual se ve sometido el turista, lo que puede disfrutar, ver y desarrollar en el área en donde va; sea motivado por la comida o por cualquier otro factor que involucre el espacio donde se realizará el viaje. Así mismo, lo define Román et al (como lo cita Eugenia. M. en el libro “Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agro-culturales” México, 2011)

El término turismo rural, considera primordialmente la cultura local como un componente clave del producto ofrecido. Un rasgo distintivo de los productos de este tipo de turismo es el deseo, de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado al turista, donde se les brinde la oportunidad de disfrutar el entorno físico y humano de las zonas rurales, así como la participación en actividades, tradiciones y estilos de vida de la población, es decir, donde la cultura este implícita (p. 130-131).

De igual manera que en el turismo gastronómico, el cambio del pensamiento en las sociedades ha influenciado al turismo rural. Las nuevas tendencias han sacado a flote el amor al patrimonio y la cultura de los lugares. En otras palabras, le da valor añadido a lo propio de

cada región. Explican Cánoves G., Herrera L. y Villarino M. en el libro “turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones” (2005) que:

El turismo rural se enmarca en el turismo posfordista o turismo a la carta, fruto de los cambios de la sociedad postindustrial y las nuevas tendencias de consumo recreativo (Urr y 1995). Los espacios rurales han pasado a diversificar sus usos y uno de ellos es el turístico Este redescubrimiento de los espacios de interior, y la reconversión del espacio-patrimonio rural para usos turísticos viene acompañado de la revalorización de aspectos como la autenticidad, la identidad cultural de los lugares, la revalorización de las raíces y una concienciación situación medioambiental de las sociedades urbanas (p. 65)

A pesar de que las anteriores definiciones de turismo rural hacen un fuerte énfasis en la cultura del lugar, también se le debe dar una visión desde la economía; ya que, al existir diversos atractivos que cuesten dinero, sean restaurantes, museos, parques o cualquier otro distintivo de lugar, económicamente, la región se verá afectada de forma positiva. El tema lo amplían Millán G., Morales E. y Perez L. en el libro “turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en andalucía: situación actual” (2014) analizando que:

Económicamente el turismo, como es conocido, provoca un efecto multiplicador, en el caso del turismo rural no iba a ser diferente, fomenta el crecimiento de otros sectores económicos y crea puestos de trabajo directa e indirectamente, y de un modo u otro ayudará a redistribuir la renta entre regiones (p. 116).

Conviene subrayar que, el turismo rural tiene un fuerte vínculo con la economía y sobre todo con la cultura que se practica en la región, siendo la suma de estos, dos grandes factores a tener en cuenta en una ruta gastronómica. Simultáneamente, esta última es otra motivación

importante para que el turista decida viajar para realizar alguna actividad por fuera de su hogar.

2.2.6.3. Turismo cultural.

Motivos para viajar existen muchos, sin embargo, abordando el tema del turismo cultural, se hace referencia a cuando el viajero se mueve a algún lugar con la finalidad de conocer y aprender sobre la cultura local. Viendo como atractivos la gastronomía, monumentos, fiestas culturales o personas que allí se encuentren. Así mismo lo explica Moragues D. (2006) en el libro “Turismo, cultura y desarrollo”

Al definir turismo cultural es lógico que se pretenda cuantificarlo o medirlo de algún modo. Al igual que la Organización Mundial del Turismo tuvo que hacer para acotar el mismo término de turista, con objeto de poder estudiar cuantitativamente su evolución y sus consecuencias, en el tema del turismo cultural se ha acudido casi exclusivamente a la punta del iceberg de todo lo que podríamos llamar cultura: el patrimonio más significativo y conocido, las manifestaciones folclóricas de mayor renombre y, cómo no, los museos y yacimientos arqueológicos. Así pues, hay que reconocer una cierta limitación y confusión en lo que, en la práctica cotidiana, entendemos hoy por turismo cultural (p. 69)

En este orden de ideas, las fiestas folclóricas, museos y demás atractivos de la región hacen parte del portafolio de motivos de viaje del turista. No obstante, debemos abarcar de nuevo el tema gastronómico como influyente no solo de índole turístico sino cultural. Es por esto que el Ministerio de cultura y turismo en el documento “plan estratégico para la construcción del producto turístico gastronómico nacional 2014-2018” (2014) dice:

... en la Política de Turismo Cultural, se plantea el fortalecimiento de la gastronomía tradicional en los destinos turísticos culturales: “La gastronomía tradicional colombiana ha sido un elemento fundamental para reforzar tanto nuestra identidad nacional como las identidades regionales y, por lo tanto, ha jugado un papel fundamental como atractivo turístico (p. 7).

Dicho lo anterior, se puede dar por hecho que la gastronomía hace parte crucial de la cultura de las regiones a las que el turista puede visitar. Viajando por motivos netamente culinarios o culturales, posiblemente se tope con algún restaurante o comida típica del lugar al que haga su travesía. Por tanto, beneficia en gran medida la economía del sitio al cual se hace turismo, pues no solo los restaurantes facturan dinero, sino también los actos culturales y los habitantes de la región. Así lo dice el Mincit en el documento “Política de turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio.” (2007)

El desarrollo del turismo cultural en Colombia tiene por objeto la sostenibilidad social y económica, la apropiación social del patrimonio cultural, y participación activa de las poblaciones locales en la construcción de lineamientos de planes, programas y proyectos de este tipo de turismo; además del conocimiento, comprensión y disfrute responsable en preservación y mantenimiento de las expresiones culturales y naturales y propende la puesta en valor del patrimonio nacional (p. 4).

En conclusión, la sostenibilidad económica es necesaria para que el turismo siga sucediendo. Dicho lo anterior, es necesario recalcar que, en el departamento de Santander, existe de igual forma los tipos de turismo anteriormente mencionados.

2.2.6.4. Turismo en Santander

Santander es un departamento en el que las opciones para realizar turismo forman un sinfín de oportunidades para las personas que residen allí. En un principio las actividades a realizar se hacían de manera privada, para luego pasar a ser regulada y fomentada por instituciones públicas de carácter nacional. En este orden de ideas, Pérez L. (2015) en el escrito “Caracterización de las fuentes de financiación para el sector turismo en Santander (Colombia)” forma una definición con base a otros dos autores que ayudará a moldear el concepto de turismo en Santander.

El turismo en Santander (Colombia) es una actividad productiva de carácter privado y lucrativo que durante las dos últimas décadas (Barbosa, 2007, pp. 118-120) ha sido fomentada y regulada por instituciones públicas de carácter nacional y departamental, organizaciones intersectoriales, agremiaciones comunitarias e instituciones públicas y privadas de educación superior que ofrecen títulos de pregrado y posgrado asociados con el sector turístico (García y Pérez, 2008) (p. 104).

Lo dicho hasta aquí supone que las actividades que se realizaban en Santander buscaban, en un principio, beneficios de forma privada hasta que se empezaron a regular para alcanzar una mayor rentabilidad para el departamento. Dichas tareas se verían influenciadas por la geografía del lugar en donde se encontrasen. Dependiendo de la zona, se puede dar un tipo de turismo u otro. Así mismo, dicta la Secretaria de Salud de Santander, en el escrito “Diagnóstico de salud de Santander” el cual dice que:

Santander es líder en turismo de aventura: el perfil turístico de la región está influenciado por deportes como el canotaje, parapentismo, espeleología, torrentismo, ecoturismo, kayak, que atraen cada vez a más extranjeros; los ríos Fonce, con un nivel de dificultad

III; Suárez, de V; y el río Chicamocha, con tramos de IV y V, son las principales ofertas del departamento para estos deportes extremos. Estas actividades se desarrollan gracias a la geografía agreste de Santander, que crea los escenarios más apetecidos por deportistas arriesgados. Cascadas de más de 70 metros de caída, cuevas con diferentes niveles de dificultad, muros de roca que retan a los escaladores, ríos veloces e impredecibles y terrenos escarpados para caminatas se ofrecen a todos los viajeros.

A pesar de que los deportes extremos hagan parte fundamental de la oferta turística de Santander, existen otras motivaciones por las cuales un turista se vería influenciado a viajar. Entre ellas, la gastronomía forma parte del turismo cultural que se puede realizar en el departamento. Las múltiples opciones que el viajero tiene para degustar, hacen de Santander una opción más “apetecible”. Barbosa, M. En su escrito “La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural: caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander” (2007) comenta que:

... por hacer presencia en todos los centros que hacen parte del corredor la gastronomía es similar. Se destacan platos como la mazamorra chiquita, panes y arepas de maíz; dulces y bebidas elaboradas con Feijoa y papa preparada de diferentes maneras. En Santander, destacan las arepas por su tamaño y proceso de preparación (p. 120).

Para una guía turística, es necesario conocer todos los atractivos que ofrece la región para la cual va dirigida. De igual manera, para una ruta gastronómica, se debe tener clara la oferta alimenticia de los lugares que el turista vaya a visitar. Dicho esto, en temas gastronómicos, lo que le importa al viajero cuando visita una región, son sus platos emblema.

2.2.7. Platos emblema

Cada región del mundo tiene uno o más platos que sobresale de los demás. Dichas preparaciones son un punto a favor a la hora de que el turista haga la elección del lugar a visitar. Atribuirle un valor añadido a un producto le hará sobresalir ante cualquier otro. Asimismo, méritos culturales como anécdotas e historias le asignarán al alimento un motivo de más por el cual viajar para probarlo. Forons, D. En el libro “Reseña: Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América” (2010) analiza que:

... modos de atribución de valores a una constelación de productos alimenticios y elaboraciones culinarias, y de su transformación en emblemas que, al mismo tiempo que se asumen como elementos de distinción y diferenciación de determinados colectivos en los países citados, se incorporan en la compleja trama de intervenciones actuales en los ámbitos de la cultura, la economía, la producción y el turismo (desde la promoción de la diversidad cultural a la comercialización del pasado) (p.213).

Como resultado de lo anterior, surge lo que se conoce como plato emblema del lugar al que pertenece. Como ejemplo de esto, Duhart, F., y Medina X. en el escrito “La paella en las culturas culinarias españolas y francesas (siglos xix-xxi)” hablan sobre como la paella pudo convertirse en un producto emblema para España.

El estatuto de emblema culinario nacional conferido a la paella, sin dejar de ser artificial, se volvió con el tiempo muy real, por el simple juego de la fuerza de las representaciones. Incluso las comunidades más vinculadas a su identidad se ven obligadas a reconocerlo. En el caso de Cataluña, el equilibrio es especialmente sutil (p. 339).

La idea de personas que comparten un universo de tradiciones y costumbres dentro de su misma cultura, hacen que la imagen de un plato de comida que represente todo lo que significa la región, sea una necesidad. Así mismo, Almeyda, M., Cáceres, D. y Buvoli G. toman la palabra de dos autores para investigar lo que representa un plato emblema.

La gastronomía es una forma de expresión cultural, la cual se nutre de las costumbres de sus habitantes, de su posición geográfica, de pasado histórico, e incluso, de las condiciones económicas del grupo de personas que comparten dichas costumbres, ideas y tradiciones que los caracterizan (Universidad de Guadalajara, 2014). La cultura es dinámica porque evoluciona con el paso del tiempo. Dentro de la misma pueden conservar algunas de las costumbres de un pueblo, volviéndolas tradiciones y emblemas significativos que representan rasgos asociados con una sociedad específica, o pueden perderse en el tiempo debido a la consecuencia irremediable de un pueblo de adaptarse a unas nuevas condiciones de su ambiente (Giddens, 1999) (p. 5).

No obstante, tener un plato emblema no sería de mucha ayuda sin la existencia de un establecimiento que los prepare en cantidad; para suplir la necesidad de los diferentes turistas que deseen degustar lo que ofrece cada región en especial.

2.2.8. Restaurante.

Son estos establecimientos los que ayudan a la economía y reconocimiento de la cultura del lugar donde se practica el turismo, por medio de la gastronomía. Definir lo que es un restaurante constaría de observar la concepción que se le ha dado a medida que pasa el tiempo. En consonancia con el tema económico, García (como se citó en Lloret E. s.f.) hace énfasis en que:

Se entiende por restaurante entonces, a aquel establecimiento o comercio en el cual se provee a los clientes de un servicio alimenticio de tipo diverso a cambio de un precio. En conclusión, un restaurante llega a ser un espacio público ya que cualquier persona puede acceder a él (p. 17).

Lo dicho hasta aquí supone una definición simple y muy plana de lo que sería un restaurante. Sin embargo, el significado este tipo de establecimientos puede ir más allá. Podemos entonces, referirnos a un concepto más técnico cuando el diccionario Larousse Gastronomique en español nos dice que:

La palabra francesa “restaurant”, aparecida en el siglo XVI, designó, en primer lugar, un alimento que restaura (que repone las fuerzas), a partir de este sentido, que sobrevivió hasta el siglo XIX, se pasó al de “establecimiento especializado en la venta de productos que restauran las fuerzas (p. 957).

“Restaurar fuerzas” fue un concepto usado por mucho tiempo por aquellas personas que tenían pensado en abrir su restaurante, pues este era el objetivo que debían cumplir. Dicho lo anterior, podemos encontrar que Kiefer (como se citó en Vélez N.) en el libro “conceptualización, investigación y propuesta de creación de un restaurante en el valle de aburra” 2009) explica que:

La Revolución Industrial acontecida en Paris, en el siglo XVIII, no sólo trajo consigo cambios tecnológicos y económicos, sino también transformaciones sociales y gastronómicas, permitiendo el desarrollo del concepto de Restaurante, concepto que tiene sus orígenes en las antiguas casas de comida, en las tabernas y pensiones de la ciudad de la luz, donde el único producto de venta eran las bebidas alicoradas. Es así como el

término Restaurante, cuya etimología proviene del francés “restaurativo”, comienza a tomar forma y las casas de comida pasan a llamarse Restorán o Restaurante y el arte de la restauración, es decir, la restauración del cuerpo mediante la alimentación con comidas preparadas toma auge en diversas ciudades del continente europeo al final del siglo XVIII (p. 11).

En definitiva, el concepto de un establecimiento que restaura las fuerzas por medio del servicio de alimentos y bebidas, fue importante para la creación de un significado en común. Puede que la evolución de ese concepto, y del pensamiento de la gente, haya servido para dar fuerza al turismo de los lugares.

Dentro del marco de la definición y clasificación de restaurantes se suele pasar por alto una categoría que, aunque no es reconocida en la actualidad, de cierta forma ha ayudado a consolidar la gastronomía de regiones y poblaciones, se trata de los restaurantes de carretera.

2.2.8.1. Restaurante de carretera.

Dentro de la categorización de restaurantes es importante hacer alusión a un tipo de restaurantes que no han recibido el mismo protagonismo que los restaurantes dentro de las grandes urbes y ciudades. Sin embargo, este tipo de restaurantes han ayudado a preservar platos tradicionales, además de ayudar al crecimiento económico de personas y familias.

Julián Estrada Ochoa (2017) en su artículo “Carretera (1)” menciona lo siguiente:

... Considero pertinente recordar que la hoy famosa guía de restaurantes Guide Michelin se originó en Francia hace 117 años, y fue a partir de 1920 que los franceses la convirtieron en una herramienta más para sus vehículos, dado que en ellas se les informaba dónde comer durante el viaje por las carreteras galas de la época.

Los restaurantes de carretera son aquellos se encuentran en las vías principales y alternas que comunican a las ciudades y municipios, su principal objetivo es la venta de alimentos a conductores que realizan largos y cortos trayectos. Estos se han caracterizado por la venta de platos tradicionales a precios accesibles. Julián (2017) además menciona que:

... En un futuro próximo, comer bien en carretera será posible en los cuatros puntos cardinales colombianos por dos razones elementales: tenemos excelentes cocineras populares y una variedad de productos únicos en el mundo. Esas dos verdades nos aseguran una deliciosa cocina popular que los viajeros colombianos, por su común desconocimiento, estarán ávidos de probar.

Tomando como ejemplo la Guía Michelin y el éxito que tuvo a la hora de promocionar restaurantes e incentivar a los comensales a visitar nuevos lugares, deja en evidencia la importancia de las rutas gastronómicas, de manera que una buena forma de motivar a los locales y turistas a visitar los restaurantes de carretera puede ser la creación de ésta.

2.2.9. Ruta gastronómica.

Para este proyecto, es indispensable que los conceptos anteriormente mencionados se mezclen para formar lo que se conoce como una “ruta gastronómica”. Tanto el ámbito turístico, geográfico y culinario se combinan en un documento o guía que de una u otra forma, invita a los viajeros a degustar los productos locales que ofrece la región visitada. En este orden de ideas, Jeambey, Z. (2016) en su escrito “Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña” dice que:

“Los expertos concordaron en que la ruta gastronómica es un producto turístico complejo, que ha de incorporar unos elementos de base en su diseño: un conjunto de puntos de

interés en un ámbito geográfico limitado, identificados por una temática específica que destaque toda la cadena de valor del producto alimentario, desde la producción hasta la degustación, que proporcionen una oferta complementaria, y que generen un rendimiento económico para los agentes involucrados y el territorio” (p. 1192-1993)

Dicho lo anterior, se puede resaltar el valor agregado a los atractivos turísticos ya existentes en los lugares a los que se visita. Tener una oferta gastronómica que realce la importancia de la región, será la base a la hora de construir una ruta gastronómica. Así mismo añade Ascanio, A. (2009) en su texto “Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema” diciendo que “Esta elaboración de rutas gastronómicas no es más que la incorporación de un valor agregado Local, lo cual consiste en añadir valor a un atractivo geográfico ya existente...” (p. 332).

Sin embargo, no solo los atractivos turísticos se ven beneficiados de las rutas gastronómicas. A su vez, los campesinos, agropecuarios y productores se ven favorecidos a la hora de prestar sus servicios a los restaurantes y demás establecimientos que brinden alimentación a los turistas. Lo anterior lo complementa Barrera, E. (s.f.) en el documento “Las rutas gastronómicas. Una estrategia de desarrollo rural integrado” diciendo que:

“Las Rutas Gastronómicas se integran con los productores agropecuarios que en sus establecimientos reciben turistas a los cuáles les brindan servicios de alimentación, los restaurantes regionales que privilegian en sus menús los platos tradicionales basados en la producción primaria local y los proveedores agroindustriales de la zona” (p. 8).

En definitiva, para la correcta construcción de una ruta que pueda llenar con los conocimientos culinarios locales de la región a los turistas, se debe tener en cuenta los atractivos

turísticos que posee el lugar y la oferta gastronómica del mismo. Para cumplir este objetivo, es necesario conocer los datos de los municipios por los que tendrá paso la ruta gastronómica.

2.2.9.1. Aratoca.

Aratoca es uno de los primeros municipios que se encuentran dentro de la ruta gastronómica, partiendo desde Bucaramanga "... Se encuentra ubicado en el departamento de Santander. Hace parte de la provincia de Guanentá," (Guhl, 2009, p.118). Posee una cantidad muy poca de habitantes en comparación a otros como San Gil o Socorro, además de esto la mayor cantidad de su población se encuentra ubicada en la zona rural según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) (como se citó en Guhl, 2009) "El Municipio de Aratoca tiene 8.395 habitantes, de los cuales el 26,73% vive en la cabecera municipal y el resto 73,7% vive en la zona rural del municipio" (p.118)

Las características principales del municipio de Aratoca es la gran cantidad de restaurantes de carretera que posee y también su gran número de paraderos según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, s.f.)

"Aratoca es un lugar en el que quien haga este recorrido se detenga a comprar algo para comer, como chorizos, arepa de maíz pelado, pan, queso y otros productos típicos de la región. En sus predios rurales se encuentra el Parque Nacional del Chicamocha (Panachi), uno de los más importantes atractivos turísticos de Santander, que le ha dado reconocimiento al municipio" Santander-Colombia" (p.73)

2.2.9.2. San Gil

El segundo municipio por el que pasa esta ruta gastronómica es la capital turística de Santander. San Gil es reconocido por sus numerosos sitios para realizar el turismo; desde turismo

de aventuras, hasta turismo cultural y gastronómico, hacen de este municipio un lugar que atrae a las personas. Comparado con Bucaramanga, se puede pensar que su población aproximada de 4.751 habitantes es poca. Sin embargo, esto no es problema para que los turistas puedan disfrutar de diversos paisajes, historia y lugares que ofrece. Dice en la guía turística “Santander-Colombia” (MINCIT, s.f) que:

“Erigida como municipio en 1887, ‘la perla del Fonce’, denominación otorgada por sus pobladores, se destaca, además, por la actividad agropecuaria, la industria textil y las plantas procesadoras de tabaco y cemento, ubicadas en las afueras de la ciudad. San Gil se encuentra a 96 km de Bucaramanga y a 350 km de Bogotá” (p.61)

2.2.9.3. Socorro

Lugar Donde finaliza la guía gastronómica. El socorro cuenta con una población aproximadamente de 30 mil habitantes. En este municipio, el cual es de gran importancia para el departamento de Santander el cual fue fundado “el 16 de marzo de 1681” (MINCIT, s.f.) ya que posee una gran parte de la historia comunera la cual representa un gran atractivo turístico para las personas que lo visitan.

“Provincia Comunera, el municipio ha sido testigo de los movimientos de insurrección más significativos de la historia nacional. La Revolución de los Comuneros, en 1781, y la Guerra de los Mil Días, entre 1899 y 1902, tuvieron su origen en este territorio” (MINCIT, s.f.).

2.3. Marco conceptual

Dentro del proyecto se encuentra un vocabulario desconocido que se utiliza en esta investigación, por consiguiente, es de vital importancia definir cada una estas palabras para

complementarlo. Para la creación de este marco conceptual es necesario recurrir a autores que den sustento a cada una de las palabras clave.

Turismo gastronómico

Para entender el concepto de turismo gastronómico como primera medida se abarca el concepto de turismo. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008), da un acercamiento a este concepto definiendo el turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera del espacio donde habitualmente por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. A partir de esta definición, Fuentes, 1995 (como se citó en Genoveva Millán Vázquez de la Torre, Emilio Morales Fernández y Leonor M. Pérez Naranj 2014). “aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono, que tiene una interrelación con la sociedad local y que desea conocer los productos gastronómicos de la tierra y sus procesos productivos” (p. 114).

Cocina Tradicional

El concepto de cocina tradicional, (Cañez y Meléndez, 2010) es definido en “La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México.” En este documento hacen referencia a este tipo de cocina.

...Es en la cocina tradicional en donde se concretan aquellos saberes y prácticas alimentarias y culinarias que permanecen como parte de nuestra herencia e identidad cultural, ella comprende los saberes culinarios, las costumbres y los rituales, así como las formas de preparación de los alimentos reconocidas y transmitidas de generación en generación. De esta forma, la cocina tradicional regional constituye un patrimonio construido social e históricamente. Se trata de un acervo que se ha ido enriqueciendo y modificando generacionalmente y que se ha recreado y transformado localmente. (p.186)

Restaurante

Para definir lo que es un restaurante, debemos remontarnos a uno de los libros que recolecta muchas de las definiciones gastronómicas con un toque de historia: el libro “Larousse Gastronomique” El cual explica que: “La palabra francesa “restaurant”, aparecida en el siglo XVI, designó, en primer lugar, un alimento que restaura (que repone las fuerzas), a partir de este sentido, que sobrevivió hasta el siglo XIX, se pasó al de “establecimiento especializado en la venta de productos que restauran las fuerzas” (Larousse Gastronomique en español, pág. 957)

Ruta gastronómica

En primer lugar, se definirá el concepto de ruta (Basile, 2008) dice que este hace referencia a “... un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional de un país. Son estrategias que sirven para posicionar y permitir el reconocimiento de ciertos alimentos regionales y apoyar así el desarrollo rural de un país”. (p. 136)

Ahora bien, la palabra ruta gastronómica es definida por (Arriola, 2006,) “como la modalidad de turismo que permite el descubrimiento organizado de un territorio en torno a un eje relacionado con el patrimonio alimentario y gastronómico local y regional”. (p. 7)

2.4. Marco Legal

Dentro del proceso investigativo es de vital importancia abarcar leyes, normas, decretos u otro tipo de estatutos dentro del ámbito legal que se consideren pertinentes y den fundamento a la temática investigada.

2.4.1. Guía técnica sectorial GTS- USNA 009

La guía técnica sectorial GTS- USNA 009 (2007) creada por el Instituto de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC, de la mano de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, tiene como objetivo la aplicación de normas mínimas de salud y seguridad dentro de las empresas del sector gastronómico. Dentro de la guía se toman aspectos importantes como la seguridad industrial, salud de los empleados, factores de riesgo, entre otros términos importantes.

Cabe señalar que, a pesar de la diversidad de temas que abarca la guía es necesario destacar el punto cuatro de la norma, “LOCALES Y EQUIPOS DE TRABAJO”, el cual comprende elementos fundamentales dentro de una cocina, tales como pisos, paredes, techos, áreas de acceso, ventilación y sistemas de extracción, maquinaria, equipos, cuchillos y aparatos para cortar, entre otros, dentro de cada uno de los elementos y puntos en la guía se incluyen cuidados y recomendaciones que se debe tener para cada uno de ellos.

2.4.2. Decreto 3075 de 1997

A la hora de hablar de cualquier tipo de establecimiento que prepare y venda alimentos y bebidas, se deben conocer las normas y leyes que definen la inocuidad y salubridad de éstos. Sin embargo, no todos los restaurantes rurales, en este caso, por ser de carreteras, podrán cumplir a cabalidad el total de las normas establecidas por el Ministerio de Salud. Por tanto, se tendrán que escoger cuales de esas normas entran en la temática a abordar: restaurantes de carretera.

Desde la disposición de los pisos, techos, residuos, y demás artículos que estipula la ley, las condiciones que plantea el decreto 3075 de 1997 son indispensables para el correcto e inocuo funcionamiento de cualquier establecimiento que expenda alimentos. Dichas normas fueron creadas con el propósito de brindarle a aquel que desee abrir un restaurante, fábrica o cualquier lugar donde se manipulen alimentos, una guía exacta de los parámetros que debe cumplir. En este orden de ideas, los restaurantes que formarán parte de la guía turística deben obedecer ciertas de las normas más importantes de este decreto; pues al ser sitios donde existe el constante contacto con alimentos, se ha de garantizar la salud del comensal.

No obstante, varios de estos establecimientos les es imposible cumplir al cien por ciento la totalidad de las normas estipuladas. Sin embargo, y para objeto de este proyecto, se intentará mantener los restaurantes cuyas prácticas de manufactura sean las mejores.

2.4.3. Norma técnica sectorial colombiana NTS-USN 006

Las normas técnicas sectoriales referentes al sector gastronómico, para este proyecto se puede destacar la NTS-USN 006 la cual lleva el nombre de “Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica”. Esta norma elaborada por el Instituto colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC), junto con el Ministerio de

Comercio Industria y Turismo, la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (ACODRÉS). Son los encargados mediante esta norma de dar a conocer la planta física básica que deben tener los restaurantes y lugares que presten servicios de alimentos.

Ya que el proyecto se enfoca más en la parte del servicio el cual es prestado al cliente, que en este caso es llamado cliente externo, se buscan como principales ítems los elementos que afectan de manera directa al cliente. Componentes tales como los que son tratados en especial en el puntos, servicios generales y requisitos para el cliente externo. Tomando mayor relevancia ya que el cliente puede verse perjudicado y este tipo de elementos puede ser incidente en la toma de decisiones sobre que establecimiento detenerse.

3. Metodología

Con la finalidad de cumplir los objetivos planteados sobre la temática investigada, fue necesaria la búsqueda de una metodología que se ajustara a dichos objetivos. En el presente capítulo encontrará de forma detallada todos y cada uno de los pasos que se llevaron a cabo, siguiendo las fases establecidas en la investigación.

3.1. Enfoque y método de investigación.

Dentro del proceso de construcción y definición de la metodología del proyecto se tuvo en cuenta el cumplimiento de los objetivos establecidos. El enfoque que mejor se ajusta a la temática planteada es el cualitativo. Taylor Steven y Robert Bogdan (1998) en su libro *“Introducción a los métodos cualitativos de investigación la búsqueda de significados”* explica que:

La mayor parte de los estudios cualitativos están preocupados por el contexto de los acontecimientos, y centran su indagación en aquellos espacios en que los seres humanos se implican e interesan, evalúan y experimentan directamente. Es más, esta investigación trabaja con contextos que son naturales, o tomados tal y como se encuentran, más que reconstruidos o modificados por el investigador. (p. 35)

Cabe resaltar que dentro del proceso de obtención de información se realizó un proceso observatorio y analítico de los restaurantes ubicados en la vía que comunica a la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro, Santander. Por ende, el método que utilizó para este proceso es el exploratorio.

Ahora bien, luego de haber analizado los restaurantes mediante encuestas y observación empírica, se determinó que era necesario utilizar la metodología descriptiva, en complemento

de la exploratoria, con el fin de resaltar y dar a conocer los restaurantes mediante la ruta gastronómica.

3.2. Descripción de la población objeto

Para el presente proyecto, se contó con la presencia de diferentes establecimientos gastronómicos. Siendo más relevantes, aquellos que dentro de su carta o platos del día manejan comida tradicional colombiana. Estos restaurantes y los tramos de carretera en donde las familias venden sus dulces, panes y demás productos típicos, formaron parte de la investigación. Cabe resaltar, que por la cantidad de lugares que existen y que cumplen con lo anterior, no fue posible que se añadiera cada uno de ellos a una guía gastronómica. No obstante, los fragmentos de carretera en donde se encontró una población que es reconocida por algún producto en especial fueron introducidos dentro de la metodología.

Según lo anterior, nuestras entrevistas estarán dirigidas a personas dueñas y/o administradoras de restaurantes de carretera, con el fin de indagar temas en específico que puedan servir de soporte para el proyecto de investigación.

3.3. Fases.

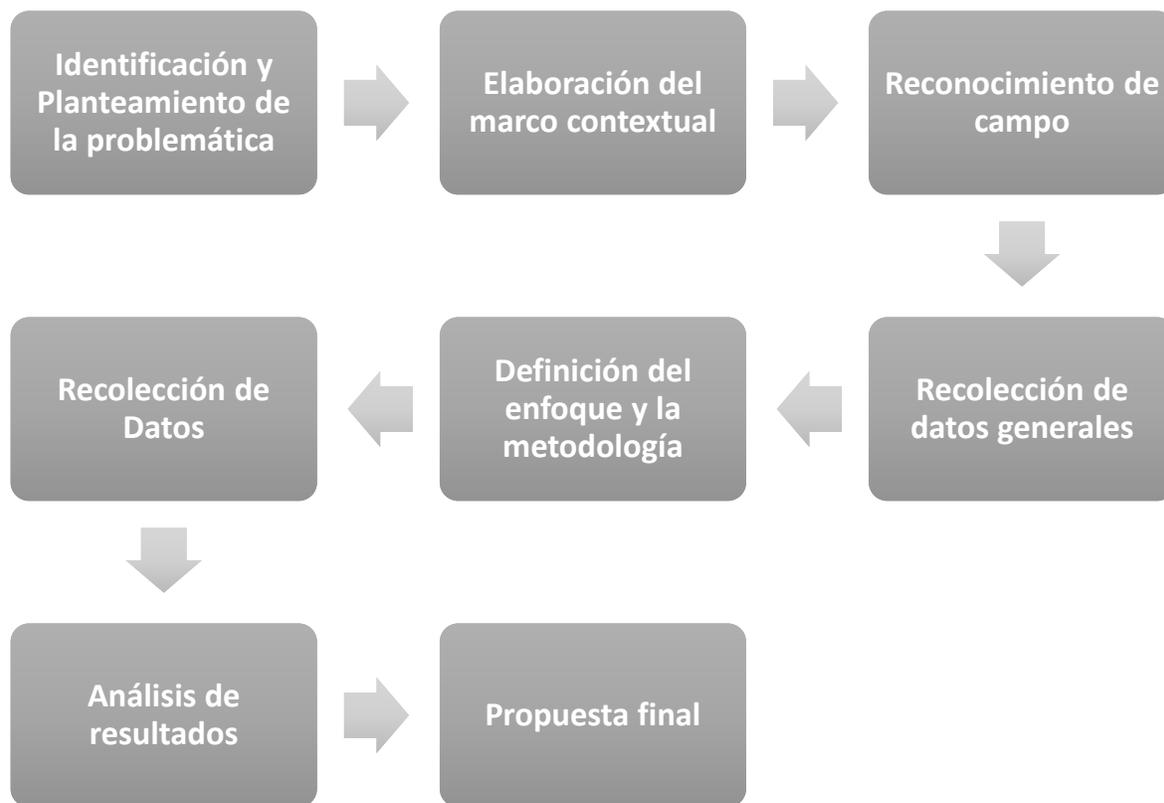


Figura 2 Fases de realización

3.3.1. Identificación y planteamiento del problema: Mediante el análisis de textos y publicaciones se identificó que dentro del ámbito investigativo gastronómico faltaba estudiar los restaurantes de carretera.

3.3.2. Elaboración del marco contextual: Teniendo en cuenta diferentes fuentes bibliográficas y consultando con diferentes expertos en este tema, se procedió a realizar el marco contextual el cual comprende el marco de antecedentes, teórico, conceptual y legal.

3.3.4. Reconocimiento de campo: Dentro del proceso de observación, se realizó un viaje de reconocimiento para determinar qué tipo de establecimientos se encuentran en la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro.

3.3.5 Recolección de datos generales: Para conocer y determinar los establecimientos a incluir dentro de la ruta fue necesario analizar aspectos como el cumplimiento de las BPM.

3.3.6. Definición del enfoque y metodología: Teniendo en cuenta los objetivos planteados se definió el enfoque y los métodos que mejor ayudaban a cumplir cada uno de éstos.

3.3.7. Recolección de datos: A través de distintos viajes se realizó la recolección de los datos mediante entrevistas y observación exploratoria a cada uno de los establecimientos.

3.3.8. Análisis de resultados: Analizar datos obtenidos mediante los métodos de recolección seleccionados para el proyecto.

3.3.9. Propuesta final: Del proceso de investigación dio como resultado una propuesta final que deriva en una guía gastronómica de restaurantes de carretera.

3.4. Instrumentos de recolección de información

Dentro del proceso de recolección de información histórica por parte de los restaurantes de carretera, y obedeciendo al enfoque cualitativo. Para el proceso de obtención de información fue necesario recurrir a dos métodos comunes dentro del ámbito investigativo, en primer lugar, la entrevista (Anexo #1), Taylor Steven, & Bogdan Robert. (1987) en su libro *“Introducción a los métodos cualitativos de investigación la búsqueda de significados”*.

Explican que:

... Entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros estos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras.

Las entrevistas están dirigidas a personas propietarias o administradoras de los restaurantes de carretera con el fin de conocer de forma directa las historias de cada uno de los establecimientos.

Además de las entrevistas realizadas, se efectuó un proceso observatorio no participante mediante una rejilla de observación (Anexo #2) de restaurantes de carretera, en el cual se analizaron aspectos relacionados como la calidad de la planta física, la eficiencia del servicio, sumado a esto también se observaron los tipos de platos que se ofrecen dentro de los establecimientos, sus características organolépticas, y presentación de este. Con esto se delimitó el número de restaurantes que ingresaron dentro de la guía.

3.5. Validación de instrumentos.

Para el proceso de validación y verificación de los instrumentos de recolección de información planteados se contó con la opinión del antropólogo y profesor de la Universidad de Antioquia, Julián Estrada Ochoa, el cual planteó la siguiente sugerencia con respecto a la entrevista:

- El lenguaje de las preguntas debe ser más coloquial, más amable. Con el fin de crear confianza con el entrevistado, teniendo en cuenta la metodología de trabajo de campo utilizada en la antropología.

Además, de la observación planteada por el antropólogo con respecto a la entrevista, también se contó con la profesora de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Hilda Lorena García Rodríguez, quien propuso una serie de cambios y sugerencias con relación a la entrevista y la rejilla de observación, con el fin de mejorar y validar dichos instrumentos:

- La primera adición realizada al cuestionario fue con respecto a la conservación de tradiciones gastronómicas dentro del restaurante dentro del restaurante, ¿conserva su cocina aprendida?
- Otra pregunta realizada por la profesora fue con respecto a la gastronomía de la región, la cocina santandereana, ¿Qué platos típicos santandereanos usted ofrece en su carta?
- Además de la pregunta anterior, la experta realizó otras observaciones con respecto al análisis de cocinas tradicionales y no realizar un enfoque solo a la cocina santandereana, si no también preguntar por otro tipo de cocinas colombianas.

Dentro de las observaciones efectuadas por la experta también se tuvo en cuenta la rejilla de observación creada con el fin de analizar los restaurantes:

- Con respecto a la cocina tradicional del restaurante y las modificaciones que se suelen presentar en los platos.
- Dentro del marco de restaurantes se agregaron criterios como condiciones higiénicas del establecimiento, además de la facilidad de acceso a los restaurantes.

Todas las observaciones y correcciones propuestas por los expertos fueron tomadas en cuenta con el fin de mejorar los instrumentos de recolección de información y así mejorar el proceso de aplicación de estos.

3.6. Procedimiento de aplicación de instrumento.

Para aplicar correctamente los instrumentos de recolección de datos, fue necesario hacer una separación de la vía. Ésta se dividió en tres tramos los cuales fueron: “Piedecuesta -

Pescadero”, “Pescadero - Aratoca” y “Aratoca - Socorro”. Lo anterior, hizo posible seleccionar con más facilidad los ocho restaurantes que harán parte de la guía gastronómica.

En adición a lo anterior, a cada uno de los restaurantes se les realizó una entrevista y se completó una rejilla de información con respecto a la comida y el lugar. Para la entrevista en audio, fue necesario contar con dispositivos de grabación especiales para facilitar la transcripción y recolección de los datos. No obstante, antes de empezar la conferencia, se le informó las personas seleccionadas, mediante un documento a firmar, que la información que brindada solo sería utilizada con fines del proyecto y que en cualquier momento podía retractarse.

Para la rejilla de observación, fue indispensable mirar la carta, el lugar y, por último, pedir algún plato de la carta, para poder calificar el sabor y cuan tradicional era.

3.7. Análisis de datos.

<i>Ámbito temático</i>	<i>Problema de investigación</i>	<i>Pregunta de la investigación</i>	<i>Objetivo general</i>	<i>Objetivos específicos</i>	<i>Categorías</i>	<i>Subcategorías</i>
Ruta gastronómica de restaurantes de carretera ubicados en la vía Bucaramanga – Socorro.	Los restaurantes de carretera son ejes importantes para la generación de ingresos a familias, pueblos y municipios; no se obtiene información clara sobre dónde estos se pueden encontrar. En la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro, Santander, se puede encontrar un gran número de estos establecimientos, pero no se encuentra un análisis claro de dónde están ubicados, el tipo alimento y servicio que pueden ofrecer.	¿Cómo se puede promocionar los restaurantes de carretera ubicados en la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro mediante la creación de una guía gastronómica?	Resaltar los restaurantes de carretera ubicados en la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro mediante la creación de una guía gastronómica.	<p>Describir la gastronomía de los restaurantes de carretera a partir del reconocimiento de su historia y platos emblema que allí se comercializan.</p> <p>Resaltar la historia, importancia y platos emblema de los restaurantes de carretera mediante la creación y diseño de una ruta gastronómica. Lo anterior con el fin de concientizar a los viajeros del tipo de establecimientos que se encuentran en la vía que comunica la capital de Santander, con el municipio de Socorro.</p> <p>Dar a conocer la ruta gastronómica a partir de los diferentes medios disponibles, como las redes sociales; para que la gente pueda enterarse de las distintas opciones que poseen para alimentarse, a la hora de viajar por vía Bucaramanga – Socorro.</p>	Gastronomía	- Cocina tradicional - Cocina colombiana
					Tradición	- Identidad cultural - Cultura - Patrimonio
					Turismo	- Turismo gastronómico - Turismo rural - Turismo cultural - Turismo en Santander
					Restaurante Platos emblema	- Restaurante de carretera
					Ruta gastronómica Trazabilidad	- Aratoca - San Gil - Socorro

Tabla 1. Tabla de categorías y subcategorías

La tabla 1 organiza la relación de las categorías y subcategorías teniendo como base los objetivos planteados y el trabajo de campo realizado. Además de ser una herramienta de gran ayuda para la triangulación y estructuración de la teoría general del proyecto.

Dentro del proceso de investigación se tenían establecidas las siguientes categorías de tipo apriorística: gastronomía (cocina tradicional y cocina colombiana), tradición (identidad cultural, cultura y patrimonio), turismo (turismo gastronómico, turismo rural, turismo cultural, turismo en Santander), restaurante (restaurante de carretera), platos emblema, ruta gastronómica (Aratocha, San Gil y Socorro).

Sin embargo, el proceso de recolección de información dejó en evidencia la existencia de otro tipo de temas no relacionados con las categorías pre establecidas, por esta razón, fue necesario ubicar la trazabilidad, o procedencia de materia prima, como categoría emergente.

3.8. Aspectos éticos

Una vez validada los instrumentos de recolección de datos y teniendo un pleno conocimiento del campo donde se realizaría el muestreo, se comenzaron a seleccionar y visitar aquellos restaurantes que cumplieran con los parámetros que se establecieron en el proyecto. En las diferentes intervenciones realizadas se les aclaró a las personas las razones por las cuales decidimos seleccionar el establecimiento. Agregado a esto, también se le indicó si existe alguna posibilidad de hacerle una entrevista la cual era únicamente con el objetivo de poder recolectar información sobre el establecimiento y que este por ningún motivo será divulgado. Para esto se hizo la firma de un consentimiento (Anexo #3) donde se aclaraba lo dicho anteriormente.

4. Resultados

En el siguiente capítulo se presenta la información recopilada que se obtuvo mediante el proceso de recolección de información. Además de ello, se muestra un análisis detallado de dicha información teniendo en cuenta aspectos como población objeto, categorías y subcategorías apriorísticas.

4.1. Resultados por población

Para el siguiente análisis la población objeto de estudio abarca a personas dueñas y/o administradores de restaurantes de carretera.

4.1.1. Dueños y/o administradores de restaurantes

En base a las entrevistas realizadas a los dueños y/o administradores de restaurantes de carretera durante el proceso de recolección de información, se pudo percibir que la mayoría de restaurantes son familiares que con el transcurrir de los años son administrados por las nuevas generaciones de la familia, conservando en ellos los saberes gastronómicos transmitidos por padres o abuelos, lo que en el mundo de la gastronomía se conoce como cocina heredada. No obstante, también se encontraron casos en los que la población entrevistada manifestaba que los conocimientos que tenía en cocina habían sido aprendidos de forma empírica.

Conjuntamente, la información anterior dejó en evidencia que esos platillos aprendidos, sin duda alguna, forman parte de los platos más solicitados por los clientes ya que también hacen parte de la cultura alimentaria de Santander. Por otro lado, los dueños manifestaron que la ubicación actual de todos y cada uno de los restaurantes tienen el mismo objetivo, al estar al borde de la vía permite que viajeros, turistas y personas que transitan la vía con frecuencia puedan detenerse y además de descansar, consumir alimentos dentro de los establecimientos.

4.2. Resultados por subcategorías

El siguiente análisis fue basado en las subcategorías que surgieron a medida que avanzaba el proyecto.

4.2.1. Cocina tradicional.

Para una guía gastronómica como la que se plantea, es necesario que los establecimientos próximos a añadir tengan una marcada tradición en sus cocinas. Por lo tanto, haber crecido junto a los fogones de las abuelas o las madres es un factor importante a la hora de elegir un restaurante para la guía. Los administradores de estos lugares hablaron sobre cómo los cocineros, o las personas que trabajaban allí, siempre tuvieron una influencia de la cocina tradicional para poder preparar los platillos que ahí se sirven. En definitiva, la cocina tradicional es algo que se aprende de generación en generación, dando paso a nuestra cocina colombiana.

4.2.2. Cocina colombiana.

La gastronomía colombiana tiene un vasto repertorio de técnicas y recetas, sin embargo, para este proyecto se tomará en cuenta la gastronomía santandereana. Lo anterior forma parte de la identidad de los establecimientos, dando paso a que en su mayoría se comercializan platos como el cabro, mute santandereano, carne oreada y demás. No obstante, esto no significa que no puedan surgir platos diferenciadores que cobijen la cocina santandereana, como la “picada santandereana”. A su vez, los restaurantes también son poseedores de un menú para los desayunos, en los que se puede encontrar tamales, caldos y la arepa santandereana.

4.2.3. Identidad cultural.

Para que un establecimiento gastronómico se haga conocido, este debe labrar una historia con el paso del tiempo. Esta característica en común la tienen todos los restaurantes que se eligieron para formar parte de la guía gastronómica. Dicho lo anterior, se puede decir que la identidad cultural de los establecimientos va ligada al paso de generaciones que van heredando y continuando con un negocio familiar. Desde 20 hasta 60 años es el lapso de tiempo que tienen en funcionamiento las estructuras construidas bajo un seno familiar. Por esta razón, la cultura y tradición puede verse reflejada, pues se ha enseñado incontables veces; sea de la forma práctica u oral.

4.2.4. Cultura.

Si bien el paso del tiempo es un factor importante a la hora de forjar una identidad en los establecimientos gastronómicos, es la práctica la que forma la cultura. Empezar pelando papas o lavando los trastes es algo que la mayoría de los entrevistados manifestaron. La oportunidad de crecimiento y de enseñanza, hace que sea posible que la cultura pase de persona a persona; ya que el conocimiento de los rangos superiores se transfiere a los rangos inferiores. Lo anterior sucede constantemente y es una característica importante a la hora de forjar la cultura de la gastronomía santandereana tanto a cocineros como a comensales.

4.2.5. Patrimonio

El establecimiento junto con su tradición gastronómica que proviene de antaño se vuelve un patrimonio en sí para los dueños y administradores. Pero para lograr lo que hoy los clientes ven como un simple restaurante, los dueños y administradores lograron formarlo gracias a años de trabajo y dedicación para poder brindarles un espacio donde sus comensales puedan sentarse a disfrutar de la tradición gastronómica que ellos ofrecen, que fue legado de sus

padres y abuelos, como se dijo anteriormente, la cual es presentada por medio de una carta desde la entrada hasta las bebidas. Por razones como estas, de tiempo y tradición, convierte este tipo de restaurantes en algo patrimonial.

4.2.6. Turismo gastronómico

Los viajeros que frecuenta esta vía con el tiempo se vuelven muy selectivos y al mismo tiempo insistentes en los lugares donde se detienen a comer, ya que lo más básico que ellos esperan es un buen plato de comida. Es precisamente lo que estos establecimientos buscan ofrecer a sus comensales, acompañado de esto un buen servicio y buenas instalaciones. Buscando generar de forma inconsciente en sus clientes una fidelización ya que esto garantizará una experiencia agradable. Además de esto podrán ser promocionados mediante el voz a voz generan una reputación en estos restaurantes, lo que acarrea la llegada de nuevos comensales que llegan a estos lugares con expectativas de probar la calidad de su comida y buen servicio que finalmente es lo que encierra la experiencia gastronómica en un restaurante de carretera

4.2.7. Turismo rural

A nivel rural los restaurantes de carretera tienen un gran impacto y más aún si este se vuelve de renombre entre los que frecuentan esta vía, ya que conlleva de forma indirecta a promocionar el tramo de la vía o la zona donde este se encuentre. Motivando así a turistas nacionales y extranjeros a apreciar un poco más los productos que en esa zona se ofrecen, más aún cuando la gran mayoría usó productos locales. Esto último se encuentra implícito dentro de las grandes responsabilidades del dueño de los diferentes establecimientos ya que ellos se vuelven parte de una ruta local donde también las personas de pueblos cercanos o que van de

un pueblo a otro toman este lugar como punto de referencia o parada obligatoria para poder comer algo y seguir con su camino.

4.2.8. Turismo cultural

Los establecimientos se ven afectados de forma directa por aspectos que atribuyen a la cultura de los turistas nacionales como extranjeros. Es por esta razón que el flujo de clientes de estos lugares se ve modificado muchas veces por factores culturales; ejemplos de esto se aprecia durante la Semana Santa, donde tradicionalmente se peregrina hacia los pueblos o durante las vacaciones de final de año donde mucha gente se desplaza de sus lugares de residencia. Es por esta razón que los dueños de los establecimientos ven estos momentos del año como temporadas altas. Ya que se presenta alta afluencia de personas que viajan por las carreteras del país. Por otra parte, la cultura de la cordialidad y la buena atención es algo que atrae a turistas locales como extranjeros. Es por esto que los dueños de los establecimientos se esfuerzan por cumplir a cabalidad con estas expectativas.

4.2.9. Turismo en Santander

Santander cuenta con una oferta turística bastante amplia, sin embargo, el ecoturismo y sus pueblos patrimonio convierten al departamento en un gran atractivo turístico tanto para extranjeros como para locales. Sumado a esto, la gastronomía representativa de la región ha aportado al fortalecimiento del turismo y la identidad de los santandereanos. Por otro lado, la existencia de temporadas de turismo dentro del territorio nacional ha ayudado a que cada vez más personas que se mueven dentro del país tengan la oportunidad de conocer las maravillas un departamento como Santander, además de probar la riqueza gastronómica que se puede encontrar en los restaurantes de carretera.

4.2.10. Restaurante de carretera

Existen diferentes motivos por los cuales los establecimientos gastronómicos que se entrevistaron están en la carretera. El más común, entre todos, es el alto tránsito de transporte por la vía nacional. Los dueños y familiares de los restaurantes vieron una gran oportunidad con el crecimiento del turismo y el transporte de mercancías. Por tanto, al existir la necesidad de brindar la alimentación a los distintos viajeros o camioneros, se crearon estos restaurantes de carretera. A su vez, otros aprovechan el factor de la vista que ofrecen sus miradores, para dar un servicio completo.

4.2.11. Aratoca

Aratoca es un municipio perteneciente a la provincia guanentina, la cual hace parte de las 7 provincias del departamento de Santander. Este municipio se ubica en la vía que comunica el área metropolitana de Bucaramanga, con la capital colombiana, Bogotá. Esto hace que sea un punto de referencia en el trayecto hacia estas ciudades, ya que en la actualidad el municipio ha crecido al borde de la carretera. No se destaca únicamente por su posición privilegiada al borde de la vía nacional, la población del pueblo ha sabido sacar provecho de esto, poniendo a Aratoca en el mapa de la gastronomía regional. Destacado por la venta de productos típicos de la región, como el queso de hoja, galletas cucas, aguapanela y en especial panes de excelente calidad. Los reconocidos panes de Aratoca, se han convertido en un producto emblemático que los representa como municipio.

4.2.12. San Gil

Corredor turístico de aventura por excelencia, San Gil es un pueblo muy grande y una ciudad bastante pequeña. Este pueblo también perteneciente a la provincia de Guanentá, se encuentra justamente al borde de dos vías que dirigen hacia la ciudad de Bucaramanga, ya que

además de ofrecer la carretera nacional por donde van la mayoría de viajeros. Ofrece también una alterna para llegar a la capital santanderina. Esta ruta opcional pasa por pueblos patrimoniales como Barichara, Guane, Galán, Zapatoca y Girón, los cuales son rico en historia y cultura. Gastronómicamente San Gil tiene una carta de comidas muy variada, para la gran cantidad de turistas tanto nacionales como extranjeros, ofreciendo entre ellas cocinas propias de ciudades como asaderos, restaurantes chinos, comida francesa y comida rápida. Pero también la rica comida tradicional de pueblos, comida típica santandereana, la cual se puede encontrar tanto al interior del pueblo como a las afueras en especial en restaurantes de carretera.

4.2.13. Socorro

Perteneciente a la provincia comunera. Socorro es un pueblo patrimonial que posee una gran relevancia en la historia independentista colombiana. Este pueblo donde termina la ruta gastronómica, presenta una cocina santandereana bastante marcada, aunque con ciertos aires de modernismo, gastronómicamente hablando. Esto se da principalmente por la amplia cantidad de turistas que llegando a este lugar en los últimos años. Motivados principalmente por la rica historia que puede ofrecer las calles de este pueblo donde figuras como Manuel Beltrán y Antonia Santos hicieron una marca importante en la historia colombiana y su revolución comunera. Además de esto Socorre ofrece una arquitectura colonial la cual se ve mezclada con estructuras un poco más modernas, propias un pueblo que se encuentra en crecimiento, donde se desarrolla una actividad gastronómica la cual brinda no únicamente la comida típica de la región, como cabrito, sancocho y mute sino también elementos de otras cocinas como pizza, pastas, hamburguesas, y restaurantes especializados en carnes con

técnicas brasileñas, haciendo de este lugar una experiencia muy enriquecedora donde la historia se une con una oferta gastronómica muy variada.

4.3. Resultados por categorías.

El presente análisis toma como base la información que se obtuvo durante el proceso de recolección de información, además de los resultados por subcategorías realizados anteriormente. Por consiguiente, es posible realizar la triangulación de información.

4.3.1. Gastronomía

La gastronomía es un elemento cultural importante dentro de las comunidades, ésta, de una u otra forma es un pilar importante para los estudios culturales y antropológicos. Precisamente, dentro de los restaurantes de carretera se puede ver reflejada una parte de la cultura y costumbres del departamento de Santander.



Fotografía 1 Arepas de choclo tradicionales, restaurante Choclo

Conjuntamente, el interés por parte de los establecimientos de mantener los platos tradicionales dentro del menú deja en evidencia lo importante que es la gastronomía tradicional de la región tanto para dueños y/o administradores como para los comensales que frecuentan estos restaurantes.

También es significativo el uso de técnicas tradicionales para las preparaciones ya que deja en evidencia el apego hacia las tradiciones gastronómicas de la región.



Fotografía 2 Picada con chorizos y rellena de cabro, restaurante Rincón del Chicamocha

La presencia y diferencia entre diferentes preparaciones tradicionales como la arepa



Fotografía 3 Caldo tradicional de papa y huevo, restaurante BWEY

santandereana, cabro, mute santandereano, entre otras preparaciones, demuestra que, aunque dentro del contexto regional son las mismas, las tradiciones son aprendidas y transmitidas de generación en generación dando como resultado platillos únicos con pequeñas variaciones que hacen interesante este mundo de los restaurantes de carretera.

4.3.2. Tradición

De acuerdo con la información obtenida mediante los instrumentos de recolección de información, quedó en evidencia la importancia para la población entrevistada sobre la preservación de las prácticas tradicionales de Santander por medio de los alimentos ofrecidos dentro de los establecimientos gastronómicos. Si bien es cierto que la tradición no puede ser concebido como algo estático dentro de la sociedad el hecho de que algunos restaurantes tomen como base ingredientes o preparaciones tradicionales, como la rellena de cabro del

restaurante Rincón del Chicamocha, deja en evidencia la importancia que se le da a estos elementos tradicionales que forman parte de la cultura santandereana.

4.3.3. Turismo

Diferentes tipos de turismo son los que abarca una guía gastronómica de esta magnitud. Tanto la cultura, como los paisajes, la comida o la calidez de las personas son factores decisivos a la hora de que un turista desee visitar la



Fotografía 4 Cañón de Chicamocha

vía. El voz a voz es un elemento diferenciador entre los restaurantes reconocidos y los que no. La combinación de un servicio excelente, con una comida refleje la tradición santandereana; hace que un turista esté interesado no solo en volver, sino en recomendar el establecimiento. A su vez, festividades religiosas o nacionales e incluso vacaciones son un punto importante a la hora de vender platillos y atraer nuevos comensales. En definitiva, ciertos establecimientos son paradas “obligatorias” entre los viajeros y turistas, por lo tanto, se debe buscar la manera de promover y ayudar con el reconocimiento de la cultura y tradición santandereana.

4.3.4. Restaurante



Fotografía 5 Restaurante Chiflas

Lo que históricamente inicio como un lugar donde su principal y única función consistía en servir alimentos ya preparados a las personas para su consumo; hoy en día se ha transformado en toda una experiencia gastronómica donde lo que se busca es

enseñar al cliente sobre el trasfondo que tienen las preparaciones que se ofrecen y las personas que se ven involucradas para que dichos platos lleguen a su mesa. Es decir, los restaurantes se han convertido en una plataforma, donde se busca dar a conocer sobre la economía y cultura de los lugares donde estos se encuentran ubicados.

Esta evolución que se ha gestado en los diferentes tipos de restaurantes se explica principalmente por una demanda que cada vez se vuelve más exigente por parte de sus clientes. Principalmente porque su necesidad no se vuelca únicamente al placer físico de alimentarse; también lleva consigo la necesidad de adquirir conocimiento sobre lo que está comiendo y el trasfondo que hay en la elaboración de esta preparación. Teniendo así una expectativa aún mayor al momento de llegar al establecimiento gastronómico.



Fotografía 6 Restaurante la Alemana

Los restaurantes de carretera si bien no son lujosos como lo puede llegar a ser un restaurante ubicado en una ciudad. Pueden convertirse en lugares donde se custodie tradiciones de años. A demás de ser en muchos casos lugares de apoyo, principalmente económico, a sectores desamparados por el estado colombiano, como

lo es el sector campesino y su agro en pequeña y mediana escala. Sin embargo, a raíz de las decisiones tomadas por el gobierno nacional sobre el funcionamiento de bares y restaurantes con el fin de contener la propagación del COVID-19, la mayoría de establecimientos gastronómicos se han visto afectados, incluyendo a los restaurantes de carretera a los que les queda difícil funcionar durante la crisis por su ubicación geográfica. Por consiguiente, la necesidad de reinención y adaptación de los restaurantes es necesaria. y más aún cuando estos lugares son parte del sustento de una familia y producto de un legado que se enmarca en



Fotografía 7 Restaurante BWEY

la conservación de tradiciones gastronómicas alrededor de una cultura. Es conveniente la correcta aplicación de normas de bioseguridad exigidas por el gobierno para generar parte de tranquilidad a los comensales, sin que estos pierdan su esencia tradicional.



Fotografía 8 Restaurante Rincón del Chicamocha



Fotografía 9 Restaurante Choclo

Inesperadamente lo que inicia como una idea de negocio para ayudar a una familia, aprovechando la oportunidad dada por un entorno geográfica favorable. Se puede convertir en lugar donde sea el sustento y apoyo para muchas más familias. Además de convertirse en un lugar donde se respira cultura, conocimiento y tradición que son aspectos que representa a una buena cocina.

4.3.5. Platos emblema

En la gastronomía mundial los países poseen preparaciones que sobresalen más que otras. Esto a su vez genera un sentido de identidad y pertenencia, ya que es considerada como algo que habla sobre lo que son como pueblo, su historia y su actualidad.

Al hablar de un plato como emblema se convierte en una tarea complejo, ya que las razones para que una preparación común se convierta en esto, acarrea un trasfondo muy importante. Las historias alrededor de este le dan un valor añadido otorgando lazos además de históricos, también sentimentales con las personas que se ven representadas en momentos específicos de su memoria histórica. Logrando así generar un concepto de idealización donde encierra memorias sobre la historia, costumbres y tradiciones de una población o país en general.

Es por esto los llamados platos emblemas son el resultado de años de un estilo de vida que se refleja en componentes como las condiciones económicas, condiciones geográficas e incluso condiciones laborales, siendo representadas a través de una preparación que genera una identidad a un pueblo en común.

En Santander los conceptos de tradición y familia se encuentran muy arraigados, esto hace que se conserve a través de los años, y con la evolución de la sociedad a través del tiempo, aspectos que se vuelven en elementos de distinción y diferenciación de otros pueblos de Colombia. Dentro de estos podemos encontrar la gastronomía; recreada como un aspecto muy influyente, y que se ha convertido en motivo de orgullo de todas las personas pertenecientes a esta región.

Es este orgullo lo que ha llevado a Santander a promocionarse como un destino turístico a nivel internacional valiéndose de sus ventajas geográficas y su rica y variada gastronomía ya que en este momento elementos como la cocina se ha vuelto un papel muy importante a la hora que los turistas decidan el destino que quieren visitar. Es en este caso donde los platos emblemáticos juegan un papel fundamental, ya que dan a las personas la idea sobre el entorno en que gira su gastronomía, economía e incluso el tipo de personas con las que se pueden llegar a encontrar

4.3.6. Ruta gastronómica

Santander como ya se mencionó anterior mente posee una gastronomía rica y que se ha sabido conservar gracias a que las personas de esta región se sienten identificados. Además de esto posee atractivos turísticos los cuales juegan un papel importante en cuanto hablamos de atraer turistas tanto nacionales como extranjeros. Estos elementos son potenciales para la elaboración de una ruta gastronómica la cual sería un valor agregado y de mucha ayuda tanto para turistas como para los mismos santandereanos.

Ya que con este producto turístico no se busca únicamente el promocionar el consumo de alimentos locales y la exploración de la gastronomía regional; sino que indirectamente se está tocando a toda su cadena de valor.

En esta ruta gastronómica de restaurantes de carretera, al mencionar cada establecimiento gastronómico de forma directa, también indirectamente estamos nombrando a su administrador, colaboradores, proveedores, campesinos y pequeños productores pero sobre todo sus consumidores; los cuales esperamos que se vean beneficiados con esto, logrando que los dueños busquen mejorar cada vez más sus establecimiento, alcanzando un crecimiento en

sus estándares de calidad para los nuevos turistas que podrían llegar a este lugar y aquellos que de forma consecutiva los frecuentan.

La ruta gastronómica fue construida para ser utilizadas en medios digitales, muy comunes en los viajeros, además de poder ser enlazada con otras apps como Waze. Link:

https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1RBWedU85RsMmO2p48BDwOF8FJThiRkv_&usp=sharing

5. Conclusiones y recomendaciones

Como parte final de este proyecto presentaremos las conclusiones, las cuales son el resultado de un arduo trabajo de investigación en campo, aplicación de entrevistas y desarrollo de rejillas de observación. Junto con esto, realizamos una serie de recomendaciones que consideremos pertinentes, relacionadas con la temática desarrollada.

5.1. Conclusiones

Mediante el uso de métodos de recolección de información, acompañado de un riguroso trabajo de campo. Partiendo de 2 viajes de tipo exploratorio previos, donde se realizaron observaciones a partir de rejillas. Se buscó reconocer en su totalidad los restaurantes a borde de carretera que se ubicaban en el tramo de vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro. A su vez informarse un poco sobre la historia de los establecimientos, cartas, infraestructura y comodidad que podían tener los visitantes para poder acceder a los diferentes establecimientos.

Adjunto a estos aspectos, uno de los que fue más determinante, en el proceso de reconocimiento, fue la venta de comida típica santandereana por parte del establecimiento. Este aspecto tenía una gran relevancia ya que se busca mediante este proyecto resaltar la gastronomía típica de Santander.

Mediante la selección resultante del reconocimiento de los establecimientos que se ubicaban en el tramo de esta vía. Se realizaron entrevistas como instrumento de recolección de información. Con ella se buscó conocer un poco más sobre aspectos referentes a su historia, logrando percibir elementos relacionados con la trayectoria del restaurante, orígenes y platos que allí se vendían, haciendo especial énfasis en los que ellos se especializan o consideraban los más importantes de su carta.

Con la recolección de esta información, haciendo el respectivo cruce de los datos adquiridos, junto con el diario de campo y teniendo en cuenta el respectivo análisis del todo el proyecto. Se logra percibir la gran variedad que se pueden encontrar en los establecimientos que se encuentran ubicados en la vía que comunican la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro.

Teniendo en cuenta todo lo mencionado anteriormente y como fruto de la investigación ardua realizada con el equipo de trabajo y con ayuda de muy buenos maestros. Se evidencia que con la creación de esta guía gastronómica podría traer beneficios para las personas dueñas de restaurantes en esta vía y los turistas que viajan por ella.

Por una parte, las personas que llegan a Santander se podrán ver beneficiadas por una información que les ayudara mucho a la hora de ir por carretera y quieran encontrarse con la rica cocina de nuestra región sin desviar mucho su ruta. A su vez los dueños de los establecimientos verán un incremento en el flujo de las personas que concurren en su establecimiento. Logrando así buscar un mejor servicio y una mejor calidad en la seguridad alimentaria y la calidad de los alimentos, incentivando el turismo e invitando a recorrer las carreteras de nuestro departamento.

5.2. Recomendaciones

Dentro del marco de investigaciones gastronómicas, en Colombia, los restaurantes de carretera deben ser analizados en todas y cada una de las regiones del país, precisamente dentro de estos se encuentra la gastronomía de pueblos y municipios, además del apoyo y utilización de campesinos cercanos a las áreas donde este tipo de establecimientos se encuentran.

Así mismo, es de suma importancia que se desarrollen más proyectos a nivel nacional donde se busque resaltar y dar a conocer los restaurantes de carretera, así mismo como la creación de propuestas como guías o rutas gastronómicas en donde promocionarlos.

Por otro lado, la situación actual que afronta el país y el mundo en cuanto al COVID-19, es primordial que los establecimientos asuman nuevas medidas de bioseguridad y atención al cliente para generar confianza entre los comensales, la utilización de cartas desechables, área de desinfección antes de entrar al establecimiento, exámenes de temperatura y salud entre los empleados pueden ser posibles medidas a tomar después del levantamiento de la cuarentena.

Referencias bibliográficas

- Almeyda Camargo, M., Cáceres Claro, D., & Buvoli Macareno, G. (2016). La santandereanidad desde la perspectiva de la gastronomía y la culinaria. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga.
- Álvarez, M. C. C., Mendoza, M. P., & Covarrubias, E. P. (2018). “Preservación de la herencia cultural a través del turismo gastronómico”.
- Arévalo, Javier. M. (1998). La identidad extremeña: reflexiones desde la antropología social. *Gazeta de antropología*, (14) Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=1222722>
- Arévalo Javier, M. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60(3), 925-956.
- Arriola Miranda Angélica. (2006). “Las rutas gastronómicas como estrategia de desarrollo turístico local”.
- Ascanio, A. (2009). Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema (7th ed., p. 332). Tenerife: PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.
- Barbosa, M. (2007). *La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural: caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander* (60th ed., p. 120). Bogotá: Revista Escuela de Administración de Negocios.
- Barrera, E. (s.f) Las rutas gastronómicas. Una estrategia de desarrollo rural integrado (p. 8).
- Basile, F. (2008). “Las rutas gastronómicas, experiencia en Popayán turistas platos rurales típicos”. *La Barra* (28), 136-137.

- Buele, C. G. V., Peñafiel, M. U. A., & Bravo, G. H. M. (2018). "RUTAS GASTRONÓMICAS COMO FACTOR DE DESARROLLO: CASO ESMERALDAS-ECUADOR".
- CASTELLÓN VALDEZ, L. M., & FONTECHA FONTECHA, J. (2018). "La Gastronomía: Una fuente para el desarrollo del turismo Y el fortalecimiento de la identidad cultural en Santander"
- Cánoves Valiente, G., Herrera Jiménez, L., & Villarino Pérez, M. (2005). *76TURISMO RURAL EN ESPAÑA: PAISAJES Y USUARIOS, NUEVOS USOS Y NUEVAS VISIONES* (15th ed., p. 65). Cuadernos de Turismo.
- Cañez de la Fuente, Gloria María, & Meléndez Torres, J. M. (2010). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios Sociales: Revista de investigación científica*, 17(1), 181-204. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=3176610>
- Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. (2005). *La cocina como patrimonio (in) tangible*. Buenos Aires.
- Duhart, F., & Medina, X. *La paella en las culturas culinarias españolas y francesas (siglos xix-xxi)* (p. 339).
- Elide Di Clemente, José Manuel Hernández Mogollón, & Tomás López-Guzmán. (2014). *La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. un análisis DAFO para Extremadura*.
- Espeitx Bernat, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 2(2), 193-213. doi: 10.25145/j.pasos.2004.02.016

- Espejel Blanco, J. E., Camarena Gómez, Dena María Jesús, & Sandoval Godoy, S. A. (2014). Alimentos tradicionales en sonora, México: Factores que influyen en su consumo. *Innovar*, 24(53), 127-139. doi:10.15446/innovar.v24n53.4392
- Forons, D. (2010). *Reseña: Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América* (9th ed., p. 213). Barcelona: PUBLICAR.
- González Ávila, M. (2011). *Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agro-culturales* (9th ed., pp. 130-131). Colegio de la Frontera Norte.
- Espeitx Bernat, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 2(2), 193-213. doi: 10.25145/j.pasos.2004.02.016
- Juan Carlos Gutierrez. (2006). Las hormigas culonas. *Semana*, Retrieved from <https://www.semana.com/especiales/articulo/las-hormigas-culonas/79609-3>
- Hernández Rojas, R. D., & Dancausa Millán, M. G. (2018). TURISMO GASTRONÓMICO: La gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 27(2), 413-430. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=128915877&lang=es&site=ehost-live>
- Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña (14th ed.). PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.
- Larousse Gastronomique en español (p. 957)

López Guzmán, y Margarida Jesus, M. (2011). *TURISMO, CULTURA Y GASTRONOMÍA. UNA APROXIMACIÓN A LAS RUTAS CULINARIAS*. Algarve: INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM& MANAGEMENT STUDIES, p. 917-920.

López Ortiz Carmen Joana. (2017). *Impacto socio-económico de los paraderos gastronómicos del caserío la moravia*.

Lloret Delgado, E. (2019) (p. 17). Cuenca: Universidad de Cuenca.

Martínez Velandia, L. E. (2016). El lenguaje de la alimentación y su transición en Colombia.

Hospitalidad ESDAI, (29), 69-83. Retrieved from

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=121475744&lang=es&site=ehost-live>

Martínez Héctor, (2012). Metodología de la investigación.

Mascarenhas Tramontin, R. G., & Gândara Gonçalves, J. M. (2010). Producción y transformación territorial: La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 19(5), 776-791. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3352414>

Mejía López Lina Sarai, Rodríguez Miriam Bravo, Mejía Castillo Sonia Edith. (2014). La gastronomía como símbolo en la cultura.

Meléndez Torres, Juana María, & Cañez De la Fuente, Gloria María. (2009). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 17(spe), 181-204. Recuperado en 22 de agosto de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300008&lng=es&tlng=es.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT). *Guía Turística Santander Colombia*.

Ministerio de cultura, industria y turismo (Mincit, 2014) “PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO NACIONAL 2014-2018” (p. 7)

Ministerio de cultura, industria y turismo (Mincit, 2007) “Política de turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio.” (p. 4)

Mintz Sidney. (2003). *Sabor a comida, sabor a libertad: Incursiones en la comida, la cultura y el pasado.* México, D.F.: Ediciones de la Reina Roja, S.A de C.V.

Moragues Cortada, D. (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. [Madrid]: Agencia Española de Cooperación Internacional, Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas, p.22-23.

Ochoa, J. E. (2017). Carretera (II). *Cocina Semana*, página 36

Ochoa, J. E. (2017). Carretera (I). *Cocina Semana*, página 25

Ochoa Julian. (1995). *Mantel de cuadros: Crónicas acerca del comer y del beber*. Medellín: Seduca.

Oñate, F. T., Fierro, J. R., & Viteri, M. F. (2017). “Gastronomic diversity and its contribution to cultural identity”.

OMS, FAO, (2005). “CODEX ALIMENTARIUS ALIMENTOS PRODUCIDOS ORGÁNICAMENTE”. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/a-a0369s.pdf>

- Organización Mundial del Turismo. (2008). “Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008”. Recuperado de: <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pérez Pinzón, L. (2015). *Caracterización de las fuentes de financiación para el sector turismo en Santander (Colombia)* (17th ed., p. 104). Revista Turismo y Sociedad.
- Poma Chura Henry. (2015). *Paradero turístico y de aventura*
- Sahin, G. G. (2015). “Gastronomy tourism as an alternative tourism: an assessment on the gastronomy tourism potential of Turkey”.
- Secretaría de Salud de Santander, S. (s.f.) *Diagnóstico de salud de Santander* (1st ed., p. 20). Observatorio de Salud Pública de Santander.
- Simão, o. (2011). *LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO PRIMARIO DE UN DESTINO. El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal*. 20th ed. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Taylor Steven, & Bogdan Robert. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación la búsqueda de significados*. Buenos Aires: Paidós.
- Valcárcel García, D., & Venegas Pardo, A. (2015). “La comida típica dentro de la internacionalización de la oferta gastronómica en Bogotá”. *Turismo Y Sociedad*, 16, 187-198.
- Vélez Pérez, N. (2009). *CONCEPTUALIZACIÓN, INVESTIGACIÓN Y PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN RESTAURANTE EN EL VALLE DE ABURRA* (p. 11). universidad Nacional de Colombia.

Juana Meléndez & Gloria Cañez (2009). “La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México.”

Vázquez de la Torre, G., Morales Fernández, E., & Pérez Naranjo, L. (2014). *TURISMO GASTRONÓMICO, DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DESARROLLO RURAL EN ANDALUCÍA: SITUACIÓN ACTUAL* (65th ed., p. 116). Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles.

Anexos

Anexo 1. Entrevista

Cuestionario

- 3.4.1.1. ¿Quién le enseñó a cocinar?
- 3.4.1.2. ¿Todavía conserva la cocina que aprendió?
- 3.4.1.3. ¿De qué forma conoció la cocina que hoy ofrece en este lugar?
- 3.4.1.4. ¿Quién fue el fundador del Restaurante?
- 3.4.1.5. ¿Cuándo fue fundado este restaurante?
- 3.4.1.6. ¿Desde hace cuánto usted administra este lugar?
- 3.4.1.7. ¿Por qué decidió tener el restaurante en esta parte de la vía?
- 3.4.1.8. ¿Cuáles considera usted que son los platos más importantes de su restaurante y por qué?
- 3.4.1.9. ¿Cuáles son los platos más solicitados por los clientes?
- 3.4.1.10. ¿Qué platos típicos santandereanos usted ofrece en su carta?
- 3.4.1.11. ¿Por qué una persona elige su restaurante y que lo diferencia de los otros?
- 3.4.1.12. ¿Tienen temporadas altas?
- 3.4.1.12.1. ¿en qué fechas?
- 3.4.1.13. ¿Los productos que usan son de gente locales?
- 3.4.1.13.1. ¿Cómo los consigue?

Anexo 2. Rejilla de observación de restaurantes de carretera

REJILLA DE OBSERVACIÓN RESTAURANTES DE CARRETERA		
Tema por observar	Aspectos para observar	Observaciones
Gastronomía	Tipo de comida	
	colombiana que maneja el	
	establecimiento	

	Platos tradicionales más destacados	
	Presenta platos tradicionales con modificados	
Restaurante de carretera	Aspecto físico	
	Condiciones higiénicas del lugar donde se ubican los comensales	
	Calidad de los servicios higiénicos	
	Calidad del servicio	
	Tiempo de servicio	
	Presentación del personal	
	Calidad del menaje	
	Facilidad de acceso al establecimiento	
Platos emblemas	Sabor	
	Aspecto	
	Calidad	
	Aroma	
Turismo	Tipos de personas que frecuentan el establecimiento	
Ruta	Fragmento de ruta donde se ubica	
	Promoción del establecimiento en la carretera	

Anexo 3. 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

RUTA GASTRONÓMICA DE RESTAURANTES DE CARRETERA UBICADOS EN LA VÍA BUCARAMANGA - SOCORRO

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 Ruta gastronómica de restaurantes de carretera ubicados en la vía Bucaramanga – Socorro.

Cuyo propósito es Resaltar los restaurantes de carretera ubicados en la vía que comunica la ciudad de Bucaramanga con el municipio de Socorro mediante la creación de una guía gastronómica.

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

(en letras de imprenta)

