**PROYECTO PARA LA ADECUACIÓN GASTRONOMICA DE LAS PLAZAS DE MERCADO Y EL FORTALECIMIENTO DE LOS SABERES Y SABORES DE LA COCINA DEL MUNICIPIO DE IBAGUÉ, TOLIMA**

Natalia Vila Carvajal

**UNIVERSIDAD DE SAN MATEO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA VIRTUAL PROFESIONAL EN GASTRONOMÍA**

**BOGOTÁ 2018**

INTRODUCCIÓN

La cocina Colombiana se entiende como la riqueza gastronómica de las diferentes regiones del país, incluye sus origenes, sus historias, sus prácticas, sus sabores y olores, y por supuesto sus ingredientes. Un puedlo se conoce por sus sabores. De aquí la inportancia que nace del reconocimiento de las plazas de mercado donde se unen los preductos de la tierra de la mano de preparadores que por tradición han recibido los saberes de mezclas ancestrales llenas de sabores y reminicencias.

Estas Reminicencias no solo se deben quedar en los mayores, hay que trasmitirlas a las nuevas generaciones y presentarlas como alternativas de la mesa diaria, de ese momento de descanso a la hora ddel almuerzo.

Los ciudadanos y los viajeros tanto nacionales como extranjeros buscan esos sabores por lo tanto es menester sacarlos a relucir y servirlos en las mesas sencillas de las plazas de mercado, con la calidad de cualquier buen restaurante pero con la sencillez del abasto

El presente proyecto busca la recuperacion de los espacios publicos de las plazas de mercado del municipio de Ibagué, donde se cuenta con 4 plazas de mercado: la de la 14, la de la 21, la de la 28 y la del jardin.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Pese a que las plazas de mercado y sus comedores son escenario de riqueza cultural y saber gastronómico, su potencial comercial no es concreta en el establecimiento de una demanda cautiva de personas interesadas en el consumo de bienes y servicios culturales, tales como habitantes en busca de servicios gastronómicos especiales, amantes y criticos de la gastronómia o turistas nacionales y extranjeros. Esta limitación se traduce en desaprovechamiento por parte de los vendedores del aumento potencial de sus ingresos, generando una mejora en su calidad de vida y en los niveles de bienestar con el que cuentan.

*¿Si los comedores de la plaza de mercado son in escenario de cultura popular en los que el saber gastronómico es protagónico, lo cual constituye un factor potencial de aumento en el valor agregado de los productos ofrecidos, o del mercado cautivo, por qué no constituye referentes especialmente valorados para los consumidores de servicios de alimenticios?*

*¿Qué dificulta una valoración del publico consumidor de los servicios y productos ofrecidos en estos espacios, que potencialice el aumento de los ingresos de los ofertantes, a trav´s de un aumento del tamaño del mercado o del precio de los productos con especial valor agregado?*

Reconosco y reafirmo el valor de la riqueza cultural y gastronómica inherente a estos espacios de encuentro e intercambio, y de este reconocimiento veo la necesidad de inventarlas, protegerlas y preservarlas, particularmente frente a la intervencion que devenga en transformaciones que busquen un aumento en la facturacion de estos servicios culturales, ya que estas pueden alertar las prácticas y generar invaluables pérdidas.

OBJETIVOS

General

Potencializar los procesos productivos y de comercializacion de 4 comedores de plazas de mercado de Ibagué a través de la valoración de la riqueza cultural subyacente, y de la transformación de las practicas de pruducción gastronómica., reelaborando estos espacios simbólicamente como *Comedores Tradicionales*. Esta apuesta generará un escenario de nuevas oportunidades económicas que permitirá a los *Portadores de Tradición* un mayor nivel de ingresos, generar nuevos empleos y un mejoramiento en la calidad de vida de los involucrado.

Específicos

* Elaborar un diagnostico que permita determinar la situación actual de los comedores de 4 plazas de mercado de Chapinero, El Hipodromo, la 21 y el Jardin.
* Inventariar las recetas propias de los 4 comedores de las plazas de mercado, resaltando las técnicas y tradiciones de cada una de estas.
* Iestablecer y divulgar un inventario de normas de calidad y servicio en los cuatro comedores de las plazas de mercado, que permita la reelaboración de estos como “ Comedores de Tradición”.
* Acompañar a las plazas en la divulgación de los “Comedores de Tradición” como sitios de interes y encuentro gastronómico cultural y turistico.

MARCO TEÓRICO

“Colombia es un país de reregiones, y cada una de ellas tiene sus propias expresiones culinarias”(Politicas para el conocimiento, la salvaguarda y el fomento de la alimentacion y las cocinas tradicionales, 2009, MINCULTURA). El Tolima y su municipio de Ibagué no son ajena a esta realida. El departamento del Tolima es reconocido por su diversidad agropecuaria y por sus tradiciones gastronómicas. El municipio del Ibagué y su constante crecimiento vio la necesidad de hacer lugares apropiados para la agrupación de la venta y comecialización de sus productos agricolas la primera plaza de mercado se construye en el año de 1.898 en el centro de la ciudad, despues de esta se construyen tres plazas mas por el rapido crecumiento del municipio..

En la Ciudad de Ibagué, existen cuatro (4) Plazas de Mercado, con un total de 2.169 puestos de venta.  Dichas Plazas de Mercado están identificadas así:

1. Plaza de Mercado “Chapinero”.

2. Plaza de Mercado de “La calle 21”.

3. Plaza de Mercado “El hipódromo”.

4. Plaza de Mercado “El Jardín”.

DISEÑO METODOLÓGICO

El proyecto parte de un inventario y un diagnostico de la situación actual de las plazas de mercado del Municipio de Ibagué, donde por medio de la investigacion y de la recopilación de primera y segunda mano de información de los actores del problema. Su desarrollo se hara por medio de encuestas personales, datos demograficos, datos historicos.

Se desarrollara en 5 faces:

1. Diagnostico de la situacion de las plazas de mercado.
2. Un inventario de los productos y recetas propias, de las tecnicas y tradiciones de cada plaza
3. Un manual que contenga normas de calidad y servicio para las plazas
4. Se desarrollaran talleres para la adaptación de las practicas de preparación.
5. La información suministrada por las plazas de mercado se recopilara en un libro.

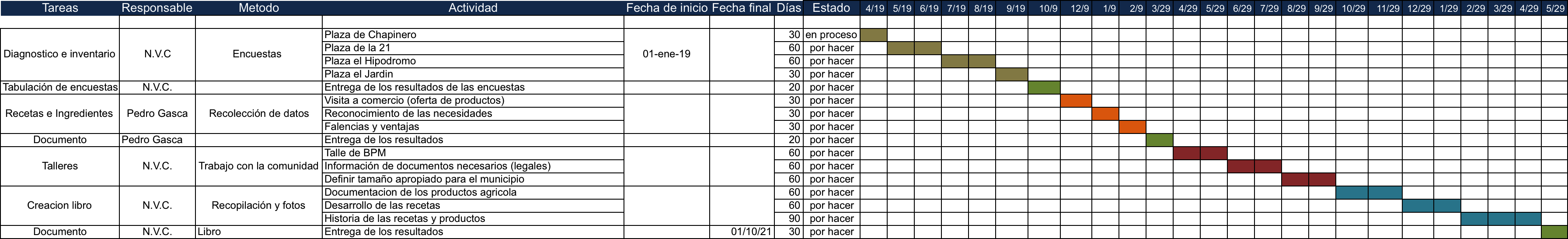
LIMITACIÓN Y ALCANCE

El desarrollo del proyecto se llevará a cabo a partir de la aprovacion de la alcaldia del municipio de Ibagué y su asignación de recursos.

El proyecto se desarrolla en Ibagué y su cronograma de actividades se pretende ejecutar a partier de enero del 2019, el cual esta diseñado para ejecutarse en dos años; Terminando el proyecto en enero 2021.

Las limitaciones de dicho proyecto depende de los actores del problema, los cuales estan involucrados directamente.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

* El saber de mis abuelos “ cocina tradicional y artesanias”, Jorge Ramiro Garcia, 2014
* La abuela Racquelina, Jose Ramiro Garcia, 2016
* El nuevo día, el periodico de los tolimenses, de turismo por el tolima, 2018
* Politicas para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de colombic, Ministerio de Cultura, 2009